

中国便利店景气指数报告

(2017 年第二季度)

商务部流通发展司

中国连锁经营协会

二〇一七年七月

一、总体指数

2017年第二季度便利店行业总体景气指数为73.95，高于荣枯线23.95，环比第一季度景气指数提高1.7，体现出便利店从业者对便利店行业的发展形势仍然保持较强的信心。

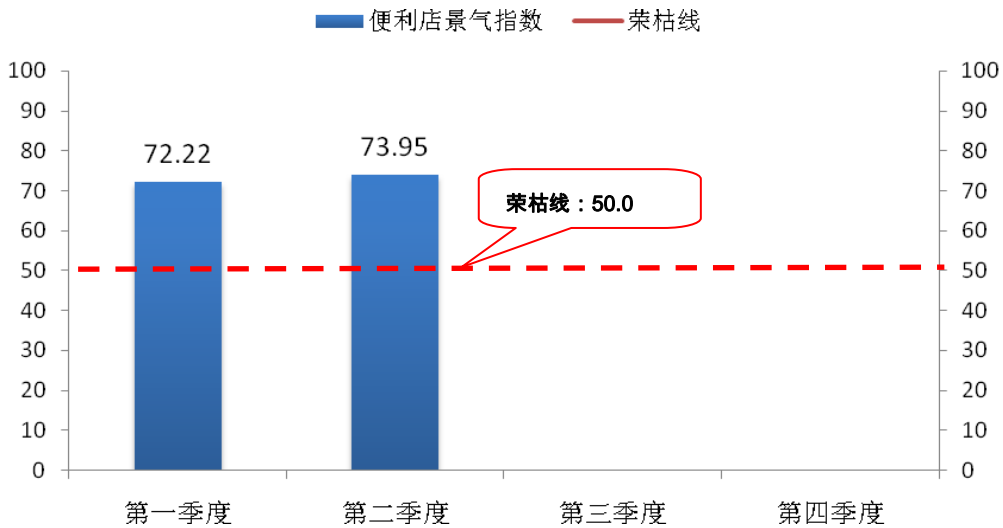


图1 2017年第二季度便利店总体景气指数

从分项指数来看，行业景气指数为82.5，高于荣枯线32.5，环比第一季度提高1.4；门店景气指数为68.3，高于荣枯线18.3，环比第一季度提高2.0。可以看出，便利店行业管理者与基层门店经营者的信心都有不同程度的提高。

表1 2017年第二季度便利店行业与门店指数

指数指标	权重	第一季度	第二季度
便利店行业指数	40%	81.1	82.5
便利店门店指数	60%	66.3	68.3
便利店景气指数		72.22	73.95
荣枯线		50.0	50.0

第一、二季度便利店行业与门店指数

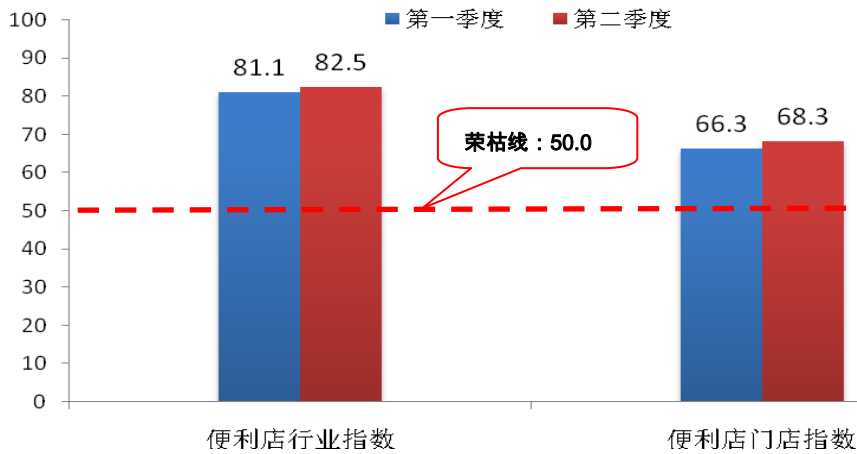


图 2 2017 年第二季度便利店行业与门店指数

二、分项指数

1. 行业分项指数

便利店行业管理者对于整个行业销售增长、自身企业销售额增长、门店增长、从业人数、主营业务利润、以及营商环境等方面均保持着较高的信心指数，其中自身企业销售额增长信心指数为 96.2，高于枯荣线 46.2，在各分项指标中仍然保持最高，体现了对自身企业本年度稳定发展的信心。但对于企业自身的总体费用和主营业务成本方面，便利店行业管理者的担忧也有多增加，其中总体费用指数仅为 18.2，低于枯荣线 32.8。

表 2 2017 年第二季度便利店行业各分项指数

便利店行业景气指数		权重	第一季度	第二季度
分项指数	本企业销售额指数	30%	94.7	96.2
	便利店行业销售额指数	20%	88.3	90.4
	门店数指数	10%	88.3	89.1
	从业人数指数	20%	78.7	80.7

	总体费用指数	5%	19.1	18.2
	主营业务利润指数	5%	84.0	86.5
	主营业务成本指数	5%	22.3	20.4
	营商环境指数	5%	83.0	84.6
便利店行业指数			81.1	82.5

2. 门店分项指数

便利店门店各分项指数环比第一季度具有不同程度的提升，但门店店租、水电费用、人工费用指数依然处于较低水平，反映出便利店门店运营者对于门店销售增长、来客数、商品品类、服务项目、营业利润等方面均保持着较高信心指数；但对于门店运营中的店租、水电费用、人工费用等方面问题仍然是较为担忧的。

表 3 2017 年第二季度便利店门店各分项指数

便利店门店景气指数		权重	第一季度	第二季度
分项指数	门店销售额指数	30%	86.5	88.1
	门店来客数指数	10%	86.1	87.6
	商品品类指数	5%	81.1	84.5
	服务项目指数	5%	78.8	80.7
	商品价格指数	5%	57.4	60.8
	门店店租指数	10%	39.1	40.2
	水电费用指数	10%	21.6	22.5
	人工费用指数	10%	31.1	34.8
	营业利润指数	15%	77.9	80.2
便利店门店指数			66.3	68.3

三、总体分析

(一) 便利店第二季度的行业与门店指数均有小幅提升，体现出便利店从业者的信心稳中有升。基于去年中国便利店整体行业保持稳

定增长，门店数量与销售规模保持较高增长速度，可以看出无论便利店行业的管理者还是基层运营者对于便利店行业的可持续发展持有较为乐观的态度。

（二）资本搅动便利店市场，无人便利店的兴起为便利店行业发展带来了的新思路。无人便利店成为继共享单车之后又一风口，各项资本开始关注和投入无人便利店的开发。尽管各项资本投入无人便利店的运营思路、技术选择和商业计划各有不同，但是总体方向都是希望将传统线下便利店全面升级为毋需人工值守的门店，以降低人工成本。这种新的技术应用与运营思路对于便利店行业的持续发展起到了积极推动作用。