KANTAR WORLDPANEL

A CTR SERVICE IN CHINA

中国连锁经营协会

CCFA China Chain Store & Franchise Association

后疫情时代便利店的增长路径

虞坚

凯度消费者指数

凯度消费者指数 – 专注于顾客购买行为研究

全方位覆盖两大消费场景

家内场景

户内消费样组_40,000样本户
监测全快消品品类

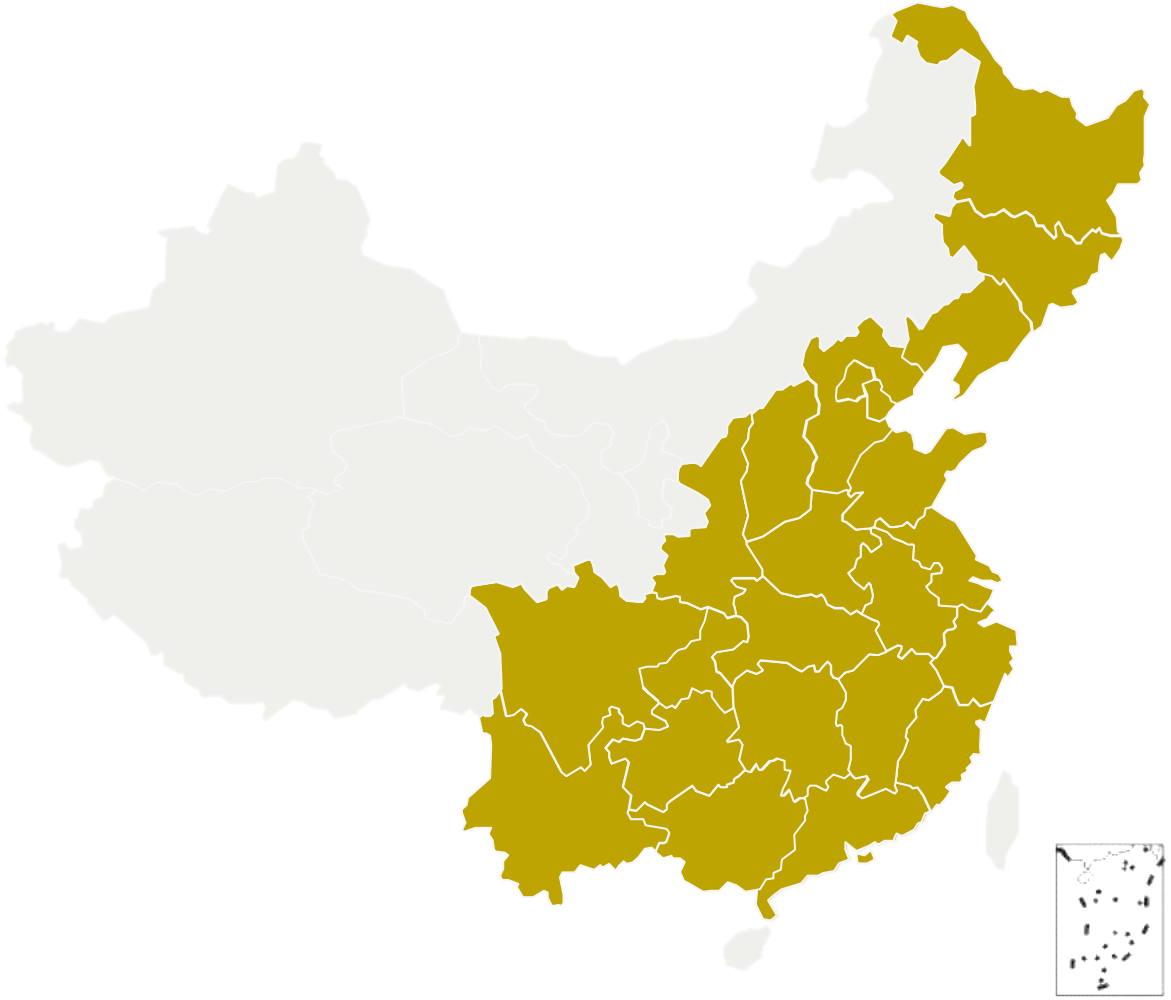
家外场景

户外消费样组_20,000个人样本
监测20+饮料与食品品类

中国一至五线城市城镇

全渠道360覆盖

手机APP即时记录所有购买



后疫情时代零售现状一览

经济快速恢复，快消品市场整体向好。

2021年1季度GDP
比上年同期增长

+18%

2021年1季度户内
快消品市场增长

+10.5%

2021年“五一”假期
全国国内旅游人次恢
复至2019同期

103%

2021年1季度
户外快消品市场客流恢
复至2019年1季度

99%

KANTAR WORLDPANEL
A CTR SERVICE IN CHINA

数据源：国家统计局；中国旅游研究院；凯度消费者指数, 2021年第1季度同比去年

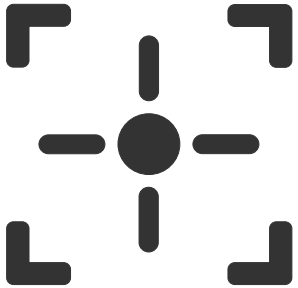
全渠道的消费习惯进一步加强，重点城市通路更为多元化。

7+渠道购买快消品的购物者占比，2020

中国城市

63%

(52%, 2017)



重点城市

67%

数据源：凯度消费者指数，城市家户样组，1-5线城市

少量高频的无奈与任性的购物方式已经是带动快消品增长的首要法宝。

工作繁忙，“打工人”肩负巨大身心压力

46.9小时

2021年3月全国企业人员周平均工作时间

2.4小时

2020年中国人每天平均休闲时间

独居成为常态，一人也要吃好喝好

7700万

成年独居人口

2021年1季度快速消费品销额增长

+10.5%

购买频次提升 +12%

购物篮缩小 -7%

数据来源：国家统计局；央视网；民政部；凯度消费者指数，城市家户样组，1-5线城市

店窄数多的便利店把握商机，与其他业态差异化错位竞争，拓展边界

便利店
购买行为

32 次/年

14 元/次

2 个产品/次

大卖场
购买行为

17 次/年

77 元/次

6 个产品/次

KANTAR WORLDPANEL
A CTR SERVICE IN CHINA

数据源：凯度消费者指数，截至202年12月的一年; 便利店购买行为：户外样组，重点及省会城市；大卖场：城市家户样组，1-5线城市

全国便利店市场集中度非常低下，且近年来愈加分散。

预览已结束，完整报告链接和二维码如下：

https://www.yunbaogao.cn/report/index/report?reportId=1_38421