

直面双重压力 去年近四成便利店开通即时零售业务 仓店一体模式能成新增量吗？

本报讯 近日，毕马威中国联合中国连锁经营协会正式发布《2025年中国便利店发展报告》(以下简称《报告》)。《报告》显示，2024年便利店业态普遍面临客流减少、客单价下降的双重压力，单店单日营收同比轻微下滑至4634元。

《报告》同时显示，在激烈竞争下，国内便利店企业纷纷加码即时零售、24小时营业等新业态，以寻找新的盈利增长点。注意到，近四成样本便利店企业已开通即时零售业务，这一比例相比2023年提升11.4个百分点(2023年已开通即时零售业务的企业占比为26.6%，到2024年提升至38%)。

受外界关注的是，2025年，由京东打响的“外卖大战”，已经同步升级为京东“秒送”、美团闪购和淘宝闪购的即时零售“三国杀”。这会给2025年的便利店转型带来新的变量和机会吗？

便利店去年在双重压力下的变与不变

《报告》显示，便利店业态在2024年普遍面临客流减少和客单价下降的双重压力。

根据《报告》数据，自2020年以来，便利店就面临较大营收压力，2020年便利店单日销售额为5167元，较上年下降2.5%。至2024年，便利店单日销售额已降至4634元，较2023年下降1.4%。但是，2024年，样本企业毛利率提升了0.5个百分点，净利率与上一年持平。其原因是人工成本、租金成本占比下降提升了便利店企业的利润空间。

在上述变化发生的同时，一些既定的行业趋势仍然持续。

《报告》显示，全国便利店企业门店数量前十的品牌在2024年继续拓展其门店规模。各大品牌以快速扩张的门店数量，展现出强大的市场渗透力与品牌影响力。

另外，24小时营业门店数量继续大幅增加，从2023年的38060家增长至2024年的53234家。这一变化与消费者夜间消费需求的释放以及云值守等技术的应用有关。24小时门店不仅延长了服务时间，也为便利店行业带来了新的盈利增长点。

展望未来，毕马威中国零售及消费品行业合伙人、中国便利店发展报告组委会主席柴婧认为，在即时消费需求和科技赋能的双重驱动下，24小时便利店正成为行业维持竞争力的关键业态。

此外，便利店的个性化运营和专属权益等会员体系继续拉动商品销量。会员客单价在3年内的年均增速为2.0%，而非会员仅为0.3%。《报告》据此认为，品牌应更加强化会员运营与复购。

便利店转型：即时零售、仓店一体模式或成重要增量

在行业竞争日益激烈的当下，便利店逐渐从传统的商品零售向餐饮服务延伸。

《报告》显示，便利店立足社区、商务办公区和商圈客群，聚焦具有较高毛利率、即时性需求的鲜食商品品类。企业还积极探索“便利店+食堂”

模式，90.4%的便利店门店开展了鲜食销售，同时融入咖啡和烘焙等餐饮业态，强化自身的质价比优势。同时，便利店行业正加速布局“即时零售”，通过深化供应链直采合作、优化自建物流配送等，实现线上线下全渠道融合，突破传统零售的时空限制。

众多便利店品牌已意识到即时零售的潜力，纷纷加大投入，比如全家便利店、罗森便利店。

伴随新模式快速发展，2024年实物商品网上零售额同比增长6.5%，远高于同期线下商品零售额的1.8%，线上零售额占整体商品零售额的比重达到30.3%。

与此同时，便利店企业也在积极布局前置仓业务。政策方面，去年11月，多部门印发的《零售业创新提升工程实施方案》提出，探索“店仓一体”“预售+集采集配”新模式。去年4月，《商务部办公厅关于实施数字消费提升行动的通知》鼓励即时电商与履

约一体化，创新发展基于前置仓的前店后仓等多种即时零售业态。

数据显示，前置仓的房租成本为1万~2万元，低于门店的3万~5万元，利润率为3%~10%，高于门店的1%~5%，因此在成本方面相比门店更具优势。

毕马威中国零售及消费品行业合伙人庄紫凤认为，随着“即时零售”模式的深化发展，多数线下便利店门店的“外卖订单”数量持续扩大，线上更长尾、更丰富的消费需求，促使以服务线上用户为主的“前置仓”门店模式出现。“前置仓无需大规模的店铺装修或租赁昂贵地段即可实现业务拓展。通过‘仓店一体+大店带小仓’模式，前置仓不仅减少物流成本，还可以将商品提前放置到距离用户最近的小型仓库内。这使得订单可以在最短时间内完成配送，为消费者提供快速送达的极致体验。”庄紫凤说。(每日经济新闻)



北京南城再添潮购新地标 全国最大京东MALL端午开业

本报讯 孙奇茹 日前，北京南城消费者迎来新的消费地标。在北京南中轴线和南三环交汇处的丰台大红门商圈，全国最大、北京首家京东MALL正式开业，昔日的批发市场低效楼宇已蝶变升级为一站式科技文化潮流商业综合体。

洗衣机好不好用，先带着衣服去现场体验一把洗护效果；电烤箱方不方便，现场烤个面包练练手；好几万元一套的电竞装备，现场组队“开黑”试试手感够不够丝滑——在开业前夕探访时发现，过去人们只能在网上看参数、看测评的各种家电数码产品，如今都可以先体验后消费了。

和传统的家电家居、3C数码卖场不同，这座7.8万平方米的“潮购空间”里设置了不少沉浸式的场景体验区。在美食烘焙体验区，一个个烘焙体验操作台上，烘烤工具齐全。人们在这里可以免费使用最新款的网红电器亲自烘焙“DIY”一把，还有专业的咖啡师现场互动教学，让消费者亲自体验咖啡手冲和

拉花。在“衣物护理实验室”，市民可以免费体验高端洗衣、皮具养护等服务。

在电竞区，充满科幻感的现场布置得如同一个电竞赛事体验厅，游戏爱好者可以在这里免费体验专业级赛事电脑，还能现场组队打一场比赛。工作人员透露，这里未来还将落地《甄嬛传》主题嘉年华、职业电竞战队水友赛及北京高校电竞联盟比赛。

除了在“买买买”之前沉浸式体验，文化休闲、亲子遛娃也成了不少市民逛商场的“刚需”。能随时坐下来与之对弈一把的象棋机器人、科技感和趣味十足的机器狗……可以发现，科技类、益智玩具也成了商场的人气区。“小朋友玩益智玩具玩到不想走，我体验按摩椅放松一把，老公在电竞区打了游戏，全家各得其乐。”家住附近的丰台居民李女士说。据悉，国图书店与儿童乐园正在装修、布设中，近期也将在商场内对外开放。

将百年中轴线文明与现代潮流科技生活相融合，也是这座新消费商业

体的一大特色。国家级非遗京绣传承人亲自操刀设计、以天坛祈年殿为灵感的家电体验厅，写着铁瓷、颠儿了、支棱、范儿、倍儿棒等北京话的背景墙……走进商场内，北京元素处处可见。在“国补”政策的持续发力下，这里还将成为北京最大的家电家居3C一体化“国补”体验卖场。据统计，商场里目前有超过10万款商品支持以旧换新国家补贴。

坐落于北京丰台区大红门地区的首都商务新区，被视为促进首都经济高质量发展的新引擎之一。据悉，京东MALL(北京南三环店)的落地，不仅为首都商务新区增添了消费新地标，也将加速该区域“文商旅体”深度融合的发展进程。

购物中心相关负责人表示，京东MALL将充分依托自身全渠道供应链及沉浸式场景化购物体验优势，推出更多独具特色的消费新业态、新场景、新模式，让北京消费者获得前沿科技品质生活圈和“一站置家”的消费新体验。

盒马创新引领 夜宵健康新潮流

本报讯 近日，盒马正式发布了2025“烟火气”消费洞察报告，深度剖析了“盒区房”居民夜间消费的新趋势，揭示了夜宵经济在健康与美味并重的时代背景下的新风貌。

报告显示，自今年2月小龙虾上市以来，便迅速成为夜宵市场的“扛把子”，在盒马平台下午5点后的订单占比超过六成，点燃了初夏的夜经济。与此同时，盒马不断丰富夜间消费场景，线下门店新增多个“烟火气”摊位，炒、蒸、煮、炖、烤、炸等多种烹饪方式的美食琳琅满目，为消费者提供了更多选择。

尤为引人注目的是，盒马在烧烤领域进行了大胆创新，推出了海鲜串、蔬菜串、水果混搭串等健康选项，以及符合“三低”标准(低油、低脂、低盐)的盒小满系列烧烤新品，满足了消费者对健康美食的追求。此外，盒马还通过直采链路和城市暂养仓模式，确保内陆城市消费者也能享受到新鲜的海鲜烧烤，进一步激活了夜间消费活力。

除了烧烤，中式养生水也成了盒马夜宵餐桌上的新宠。三十余款养生水商品，凭借其清热解暑、解辣解腻的功效，与烧烤等“烟火气”美食组成完美搭档，4月整体销售同比翻番。这一趋势不仅反映了消费者对健康饮食的追求，也体现了盒马在商品研发上的敏锐洞察力。(商网)