

2022年中国连锁零售超市数字化服务 行业概览

China Chain Retail Supermarket Digital Service Industry

中国チェーン小売スーパーマーケット デジタルサービス産業

(精简版)

概览标签：连锁超市、新零售、全渠道融合、数字化服务、IBM、SAP、用友

撰写人：成祺

报告提供的任何内容（包括但不限于数据、文字、图表、图像等）均系头豹研究院独有的高度机密性文件（在报告中另行标明出处者除外）。未经头豹研究院事先书面许可，任何人不得以任何方式擅自复制、再造、传播、出版、引用、改编、汇编本报告内容，若有违反上述约定的行为发生，头豹研究院保留采取法律措施、追究相关人员责任的权利。头豹研究院开展的所有商业活动均使用“头豹研究院”或“头豹”的商号、商标，头豹研究院无任何前述名称之外的其他分支机构，也未授权或聘用其他任何第三方代表头豹研究院开展商业活动。



观点摘要

近年来，传统连锁零售超市纷纷开启“新零售”数字化转型之路，随着前端数字化全渠道建设的成熟，企业面临着数据中台化和数据治理的需求。据统计，约67%的零售企业已开始尝试中台搭建，打造精细化运营体系。至2026年，中国连锁零售超市数字化服务行业市场规模预计达131.2亿元，年复合增长率达30.5%。未来五年，头部连锁零售超市的数字化方向将转向数字中台搭建与底层能力培养，包括供应链管理系统、商品销售与库存管理系统、门店选址及运营系统、用户运营与服务系统等中台的搭建，连锁超市数字化服务行业发展前景广阔

- ✓ 现阶段，中国连锁零售超市的数字化升级集中在前端全渠道融合，包括数字门店打造、全渠道采购协同、数字化供应链和智慧运营

随着线下连锁超市的数字化转型进程加速，中国百强连锁超市的线上销售额占比进一步提高，近30%的受访企业线上销售占比超过10%。中国百强连锁超市线上销售规模近1,000亿元，同比增长40%。同时，连锁超市数字化会员（可在线上触达的会员）的消费额占比进一步提高，达到39%，这表明连锁超市数字化会员的消费能力与消费意愿大于线下单一渠道的会员

- ✓ 中国连锁零售超市数字化服务产业链上游为技术供应商；中游为零售数字化服务商；下游包括各连锁零售超市

中游零售数字化服务商为零售商超各个经营环节提供数字化解决方案，展开包括仓储、物流、门店、营销等环节在内的全方位数字化变革，以实现一体化的精益管理，其中智能仓储与数字营销领域增长迅速。中国智能仓储行业处于起步阶段，市场竞争者众多，行业集中度较低。2021年，中国智能仓储市场规模为1,145.5亿元，预计2026年达2,665.3亿元，市场前景广阔

- ✓ 线上流量红利见顶，拉新获客成本高企，零售企业纷纷构建私域生态。随着私域经营成熟度上升，私域经营向数智化发展

随着私域经营成熟度上升，连锁零售超市的私域经营向数智化发展。在利用数字化手段构建了一定规模的私域流量池后，连锁零售超市的下一阶段私域经营将更重视流量和运营的有效性，实现用户资产的沉淀，进一步提升企业的经营效率。因此，企业运用更多数字化技术，围绕客户生命周期深入挖掘客户价值，实现流量高效转化、复购率提升和用户粘性增强

中国连锁零售超市数字化服务行业定义与分类

连锁零售超市数字化服务是指商业服务厂商依托现代信息技术对连锁零售超市运营所涉及的各环节进行智慧升级，实现数据共享，线上线下深度融合，全渠道营销与销售和消费者全生命周期管理

中国连锁零售超市数字化服务行业的定义与分类

连锁零售超市数字化服务是商业服务厂商依托大数据、物联网、人工智能、云服务等信息技术，将连锁零售超市价值链上的用户信息、产品信息、物流信息、交易信息等数据进行整合，使各环节数据得以共享，实现线上服务、线下体验及物流的深度融合，推动全渠道、智慧化发展。同时，连锁零售超市通过数字化技术开拓直播、无接触式配送等新商业模式，满足多场景下的消费需求，优化消费者的购物体验

经营环节	描述
仓储物流	数字化仓储是指通过射频识别（RFID）、物联网、区块链、云计算、大数据分析、人工智能等技术实现物品的进出、库存、分拣、包装、配送及其信息处理的数字化。同时，通过对仓库周边消费者需求的大数据分析，优化仓储产品结构，实现后续物流成本的最小化
	数字化物流是指应用数字技术对物流环节所涉及的要害进行表达、处理和控制在，从而使物流系统具有信息化、网络化、智能化、集成化和可视化特征。通过移动机器人实现货物的入库、分拣、打包和出库的全自动化运营。此外，门店库存数据与仓库的实时共享有助于实现库存精细化管理，降低门店缺货率和损耗率（生鲜产品最为明显）
营销	数字化营销是指借助互联网、电脑通信技术和数字交互式媒体来实现营销目标的营销方式，包括利用数据分析锁定消费者需求，实现精准营销；基于信息网络与传播资讯的统一性，通过在多媒体、多平台、多场景的品牌曝光，实现全渠道营销，常见媒体渠道包括：社交网络、视屏平台、资讯平台、搜索引擎、中小型移动应用等
门店运营与销售	数字化运营与销售是指通过物联网、大数据、人工智能等技术，实现销售过程智慧化，进而优化消费者的购物体验，助力销售业绩增长，具体方式包括门店线路热度分析、货架视觉焦点分析、二维码价签、机器人导购、自助结账、人脸支付等。此外，大型零售超市内还会配备拣货系统，提高线上订单拣货效率，实现线上线下融合销售
售后	数字化售后是指围绕“优化消费者体验”进行的数字化变革，通过数据驱动，洞悉消费者画像，实现消费者的全生命周期管理，CRM系统是实现售后数字化的重要工具之一

- 随着电子商务蓬勃发展，以及数字化技术走向成熟，零售业数字化转型掀起热潮，传统零售超市也纷纷加入数字化转型行列，以扭转日益困难的经营现状。永辉超市、大润发、华润万家、家乐福等中国各超市已全面开启数字化转型进程，将物联网、区块链、大数据、机器人制造等先进技术应用在仓储、物流、营销、销售、售后等核心环节，实现消费者购物体验优化及运营成本降低
- 零售超市中的消费者具备快速决策，即时下单的特点。零售超市行业的销售环节链程较其他行业要更短，因此打造更流畅和沉浸式的购物体验至关重要，如沃尔玛计划打造的“元宇宙超市”，旨在为顾客打造沉浸式虚拟购物场景

来源：界面，头豹研究院

■ 中国连锁零售超市数字化服务行业市场规模

至2026年，中国连锁零售超市数字化服务行业市场规模预计达131.2亿元，年复合增长率达30.5%。随着连锁零售超市的数字化转型不断深化，数字化方向从前端全渠道融合转向数字中台搭建与底层能力培养

中国连锁零售超市数字化服务行业市场规模，2017-2026E



完整版登录www.leadleo.com
搜索《2022年中国连锁零售超市数字化服务行业》

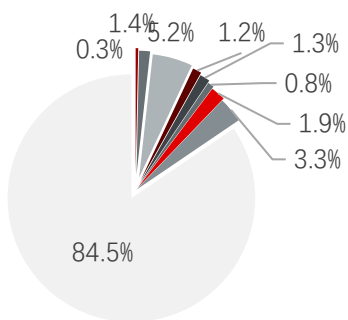
- 现阶段，中国连锁零售超市的数字化升级集中在前端全渠道融合，具体体现为数字门店打造、全渠道采购协同、数字化供应链和门店智慧运营。随着线下连锁超市的数字化转型，中国百强连锁超市的线上销售额占比进一步提高，近30%的受访企业线上销售占比超过10%。中国百强连锁超市线上销售规模近1,000亿元，同比增长40%。同时，连锁超市数字化会员（可在线上触达的会员）的消费额占比进一步提高，达到39%，这表明连锁超市数字化会员的消费能力与消费意愿大于线下单一渠道的会员
- 至2026年，中国连锁零售超市数字化服务行业市场规模预计达131.2亿元，年复合增长率达30.5%。2017-2021年，中国连锁零售超市数字化服务行业的高速发展得益于新零售的兴起，连锁超市纷纷开展全渠道数字化融合。未来五年，连锁零售超市的数字化方向将转向数字中台搭建与底层能力培养，包括供应链管理系统、商品销售与库存管理系统、门店选址及运营系统、用户运营与服务系统等中台的搭建，连锁零售超市数字化服务行业的发展前景广阔

来源：中国连锁经营协会，头豹研究院

中国连锁零售超市数字化服务行业产业链分析——中游数字化服务商

中游零售数字化服务商为零售商超各个经营环节提供数字化解决方案，展开包括仓储、物流、门店、营销等环节在内的全方位数字化变革，以实现一体化的精益管理，其中智能仓储与数字营销领域增长迅速

中国智能仓储市场份额，2021年



■ 音飞存储 ■ 今天国际 ■ 诺力股份 ■ 东杰智能 ■ 德马科技
■ 移为通信 ■ 华昌达 ■ 天奇股份 ■ 其他

数字营销代表企业及零售行业案例

蓝标传媒

京东618元宇宙选购空间，打造全新电商购物体验；淘宝虚拟人直播间，7*24小时不间断直播带货

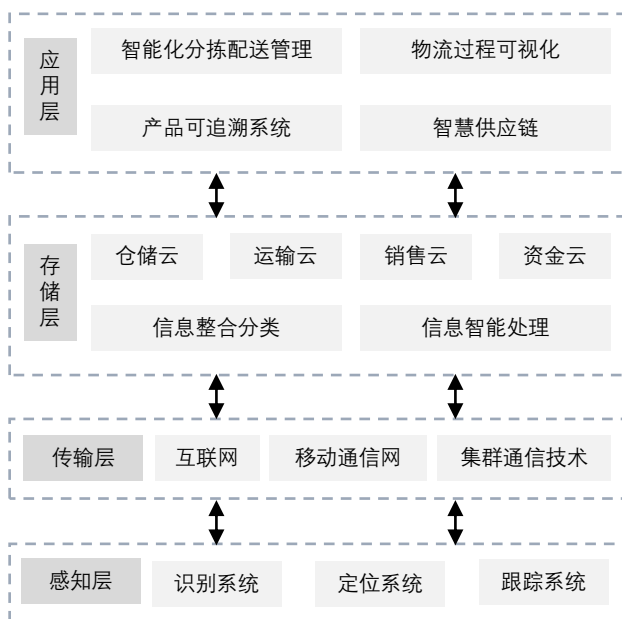
有赞

菜鲜果美生活超市——生鲜超市如何玩转社群营销；熙街严选——疫情下购物中心的新零售打法

微盟

微盟&海鼎智慧商超解决方案；德佰斯全渠道整合&多种营销工具助力门店拉新、转换、复购

智能物流体系



门店数字化技术及场景



完整版登录 www.leadleo.com
搜索《2022年中国连锁零售超市数字化服务行业》

- 中国智能仓储行业处于起步阶段，市场竞争者众多，行业集中度较低。中国物流信息化程度较高，但其中智能仓储设备及系统应用的渗透率较低。2021年中国智能仓储市场规模为1,145.5亿元，预计2026年达2,665.3亿元，前景广阔
- 营销数字化的新锐企业实现快速成长，微信小程序与零售企业耦合度持续加深。2021年有赞新增付费商家47,686家，存量付费商家达88,395家，其中的34%订阅门店SaaS产品，同比增长翻倍，同时门店SaaS产品的GMV占比达28%。此外，微信小程序的服务场景愈加丰富与深入，成为众多零售品牌与消费者直接交互的重要载体之一。2021年，小程序实物商品商家自营GMV增长达100%。其中，超市小程序预售自提模式发展迅猛，某连锁超市2021年的小程序到店自提GMV增长186%，单用户ARPU值增长68%

来源：搜狐，微信公开课，Wind，头豹研究院

中国连锁零售超市数字化服务行业竞争格局——智慧物流

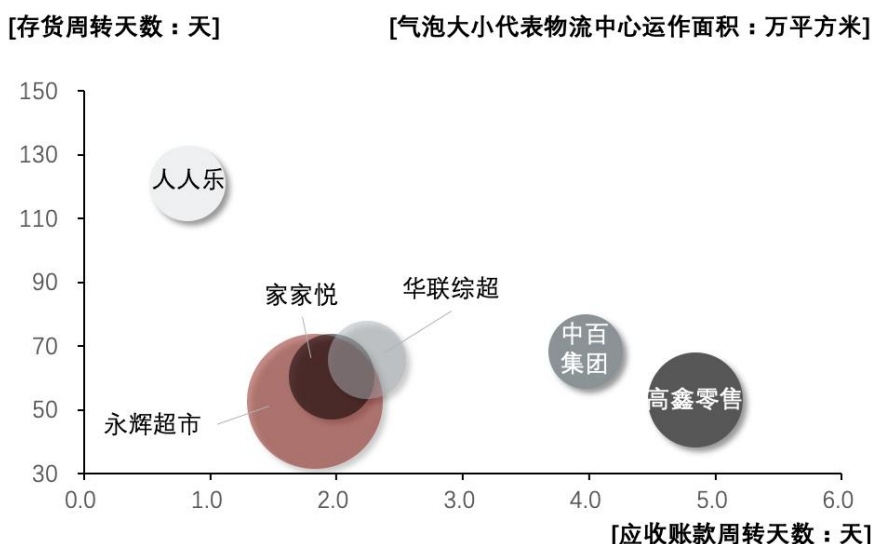
中国连锁零售超市纷纷推动物流自动化建设，提高物流配送的准确性与及时性，提供供应链效率，降低供应链成本。技术创新与研发能力的提升是智慧物流龙头企业打造护城河，形成行业壁垒的重要方式

头部智慧物流服务商的研发费用率、净利率、营收对比，2021年



技术创新与研发能力的提升是智慧物流龙头企业打造护城河，形成行业壁垒的重要方式。兰剑智能2021年的研发费用率为10.3%，近五年研发费用率为8.6%，处于行业领先水平，其在智能物流软件系统及智能机器人等硬件设备方面掌握核心技术，市场竞争力强。得益于对智慧物流核心设备、软件和零部件生产制造技术的掌握，兰剑智能、中科微至和音飞存储的净利率均高于10%，领先行业平均水平

头部超市的应收账款周转天数、存货周转天数、物流中心运作面积对比，2021年



中国连锁零售超市纷纷推动物流自动化建设，提高物流配送的准确性与及时性，提供供应链效率，降低供应链成本。2021年，永辉超市的物流中心运作面积达75万平方米，包括19个常温配送中心和14个定温配送中心，覆盖全国29个省市，物流作业总额高达581亿元。得益于高效的供应链体系，永辉超市在2021年的存货周转天数仅为52.7天，位居中国本土连锁超市前列，高鑫零售以53.2天紧随其后

来源：Wind，头豹研究院



未完待续

下篇正在进行中

若您期待尽快看到下篇报告或对下篇报告的内容有独到见解，头豹欢迎您加入到此篇报告的研究中。相关咨询，欢迎联系头豹研究院消费行业研究团队邮箱：

gary.liu@frostchina.com

achilles.cheng@leadleo.com

完整版研究报告阅读渠道：

- 登录www.leadleo.com，搜索《2022年中国连锁零售超市数字化服务行业》

了解其他系列课题，登陆头豹研究院官网搜索查阅：

- *2022年中国生鲜电商行业：疫情之下，线上生鲜消费行为强化*
- *2022年中国线上买菜平台行业概览*
- *2022年疫情后社区团购将何去何从？*
- *《2022年中国连锁零售超市企业对比分析报告：沃尔玛，开市客，永辉超市》*
- *2022年中国智能仓储行业概览*
- *2021年中国零售SaaS服务行业概览*
- *2021年中国便利店数字化趋势观察：打造数字化都市圈新生活*

头豹研究院简介

- ◆ 头豹是中国领先的原创行企研究内容平台和新型企业服务提供商。围绕“协助企业加速资本价值的挖掘、提升、传播”这一核心目标，头豹打造了一系列产品及解决方案，包括：**报告/数据库服务、行企研报定制服务、微估值及微尽调自动化产品、财务顾问服务、PR及IR服务**，以及其他以企业为基础，利用大数据、区块链和人工智能等技术，围绕产业焦点、热点问题，基于丰富案例和海量数据，通过开放合作的增长咨询服务等
- ◆ 头豹致力于以优质商业资源共享研究平台，汇集各界智慧，推动产业健康、有序、可持续发展



备注：数据截止2022.6

四大核心服务

企业服务

为企业提供**定制化报告服务、管理咨询、战略调整**等服务

行业排名、展会宣传

行业峰会策划、**奖项评选、行业白皮书**等服务

云研究院服务

提供**行业分析师外派驻场服务**，平台数据库、报告库及内部研究团队提供技术支持服务

园区规划、产业规划

地方**产业规划**，**园区企业孵化**服务

报告阅读渠道

头豹官网 —— www.leadleo.com 阅读更多报告

头豹APP/小程序 —— 搜索“头豹”手机可便捷阅读研报

头豹交流群 —— 可添加企业微信13080197867，身份认证后邀您进群

详情咨询



客服电话

400-072-5588



上海

王先生： 13611634866

李女士： 13061967127



深圳

李先生： 13080197867

李女士： 18049912451



南京

杨先生： 13120628075

唐先生： 18014813521