

CHINASHOP × SUNMI



零售及餐饮行业数字化 发展白皮书 |||||

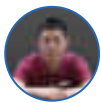
2022中国中小连锁门店
数字化现状及未来趋势洞察

序言

2020年至今，中国零售业/餐饮业经历了前所未有的挑战。无论是抗疫保供，还是消费者行为变化都加速了零售/餐饮企业的数字化进程。大家清楚地意识到必须通过数字化系统升级，全渠道会员运营，数字化营销以及提升供应链数字化水平等手段来提高销售，降本增效，使企业持续发展。在后疫情时代这一趋势不会发生大的变化。

数字化已经不再是头部企业的专属，越来越多的中小连锁企业开始重视其作用，并积极投身其中。相较于头部企业的研发能力和财报压力，中小连锁零售/餐饮企业更注重适用性和性价比。他们在数字化探索的过程中经历过购买系统，调整升级，自研系统，甚至赋能同行等阶段，也在探索的过程中遇到了各式各样的问题，走过一些弯路。

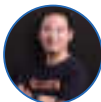
CHINASHOP作为行业平台，联手商米邀请到优秀数字服务商，对已经具有一定数字化经验的中小连锁企业进行剖析，分享他们的成功经验，标注他们遇到过的困难。希望正在思考和探索企业数字化升级的中小连锁企业能够按图索骥，高效地达成自己的目标。



陈 烁

CHINASHOP董事长

中小连锁零售及餐饮企业在特定区域或细分行业中积累了较为扎实的基础，也拥有忠诚度较高的客群，数字化已不再望尘莫及，在下一步的市场发力中，不管是会员运营、门店改造亦或是供应链建设，都亟需一批优秀的数字化软硬件企业助其进一步创新发展，这也给能够实现软硬件一体化开发、满足客户多方需求的供应商企业提供了更多的市场机会。



林 喆

商米创始人

全球正在加速迈向数字化时代，企业已不再强调线上、线下的单向流动变现，而是以全面的数字化为基础，提升整体运营效率。与此同时，数字化也不仅是连锁企业的专属，还有很多中小企业的数字化需要被关注。本着“利他心”的经营理念，商米希望基于我们的端云一体化服务能力，深度链接全球合作伙伴，一起助力全球商户更好地拥抱数字化时代。相信通过BIoT，万物发生更多智慧互联，一个更加智能、更加高效的商业4.0世界即将到来。

零售及餐饮业数字化发展洞察

中国中小连锁门店数字化现状及未来趋势



孙洪霞

天财商龙CEO

面对目前的市场环境，餐饮企业需要通过全渠道销售、全品类管理及全平台营销的“全域经营”模式，创新经营模式。数字化将体系化的为企业构建管理中台，助力餐饮企业实现“高效增长”。天财商龙愿为餐饮及零售企业提供覆盖全场景的数字化方案。



曾昭志

科脉创始人/董事长

传统零售商超在数字化转型过程中面临的多系统难以融合、数据割裂等问题，科脉基于23年行业经验，构建“全业态、全场景、全链路、全数据”一体化的数字生态，为泛零售企业提供从1家店到1000家店可持续增长与可终身复用的数字平台。



蒋作梁

海鼎常务副总经理兼COO

零售消费领域是数字化进展最深、价值驱动最明显的行业，海鼎期望以深耕多年沉淀下的最佳实践，为零售企业数字化转型注入数智力量，全力助力商户成功，并协同培育其自有的数字化运营能力。



安浩磊

锅圈联合创始人/副总裁

锅圈能做到今天主要得益于我们有一个核心能力叫做食材食品化，餐饮零售化，我们用数字化，是坚持把对的事情做正确，用业务思维去解决管理问题。



公强

山东橙子便利生活有限公司 副总经理

数字化升级是企业流程重塑的过程，是便利店企业的必经之路。果冻橙专注便利店数字化全链路运营，坚持“开放、共享”数字化能力的理念，愿和更多同行一起享受数字化带来的红利。



李燕海

嘉和一品 网络部总监 李燕海

餐饮领域发展至今，从电子化、信息化、系统化、发展现在的数字化，通过采取信息数字化技术，应用大数据分析，实现采购、加工、配送、销售及人、财、物等全流程的数字化管理，以“标准化、精确化、流程化及远程化”四化管理理论，让餐饮业不断蓬勃发展，高度提升顾客的用餐体验。

01

研究对象描述

02

门店数字化应用现状与趋势

03

数据分析及专访洞察

04

未来与展望

05

案例参考

CONTENTS

研究对象描述（1）



研究目的及内容

本次调研利用定量研究与访谈相结合的方式，有三个主要研究目的：

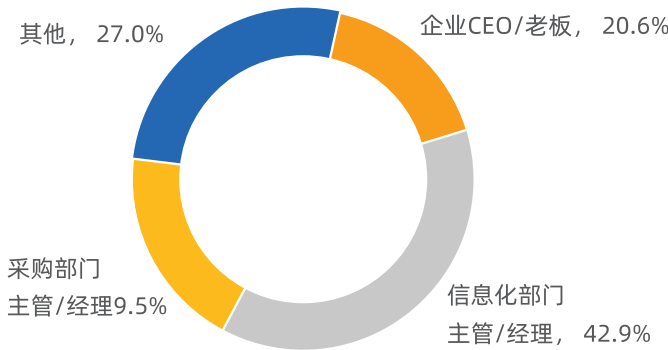
- 1) 了解目前中国中小连锁零售/餐饮企业数字化发展现状；
- 2) 了解以门店为主的商用智能终端设备的使用情况，分析企业在智能终端设备上的需求；
- 3) 通过定量研究与具体案例，分析中小连锁零售/餐饮企业在数字化进程中的投入规划与效果预期，深入发掘其数字化需求。定量研究采取在线调研问卷的形式，从业者调研采取邀约访谈的方式收集样本。



调研对象

• 中小连锁零售/餐饮企业从业者（有效样本量71）：

性别、年龄、所在地不限，为中小连锁零售/餐饮企业主或采购部门、信息化部门及其他部门的管理人员。



来源：定量样本来自企业高管N=71，于2021年5-12月通过调研获得。

研究对象描述（2）

调研企业的规模及行业说明

我国零售和餐饮市场规模庞大（据中国连锁经营协会统计，2021年中国商超市场规模已超过3万亿元，餐饮市场规模4.7万亿元）其中最生机勃勃、充满发展潜力的主体来自广大中小商户群体，营业额通常在20亿以内。中小连锁零售/餐饮企业在品牌知名度上虽不及大型连锁商户，但在特定区域或特定细分行业已经积累了较为稳定的供应链和客群；在下一步的市场扩张中，亟需数字化软硬件推动其进一步创新发展。因此，中小连锁零售/餐饮企业亦是商业领域创新的策源之地，对整体零售与餐饮行业的持续繁荣稳定发展提供了坚实保障。



样本量

不同行业企业样本量

分 类	样本量
零售 (商超、便利店、专业店等)	46
餐饮 (中餐、西餐简餐、快餐)	25
总计	71

本次中小连锁零售/餐饮企业数字化调研的样本量如下：

零售行业的样本量为46家，餐饮行业为25家；

100人及以下的样本量为23家，100人以上为48家；

多数样本门店数集中在20-100个之间；

企业所在行业



零售业态分布



餐饮业态分布



来源：定量样本来自企业高管N=71，于2021年5-12月通过调研获得。