

2019-2020 年中国自助售货行业 发展情况报告

中国百货商业协会
自助售货行业分会

二〇二〇年七月

说 明

自助售货在中国发展已有相当一段时间，其作为一种新型零售方式，具有近距离、全天候、低成本、易操作等优点，已成为满足消费者多元化消费和便利消费的重要渠道。随着我国社会经济的发展 and 人们生活水平的不断提高，自助售货越来越成为满足人们日常便利生活的一种消费方式，成为零售业态的重要补充。

为全面反映我国 2019 年自助售货行业发展情况，中国百货商业协会在商务部的支持和指导下，开展自助售货行业调研，编写了《2019-2020 年中国自助售货行业发展情况报告》，供有关部门、行业和企业参考。

衷心感谢大连冰山、深圳友宝、广州富宏、京品高科、上海博华等行业企业及有关行业专家，为本报告的编写提供调研支持和宝贵意见建议。

目 录

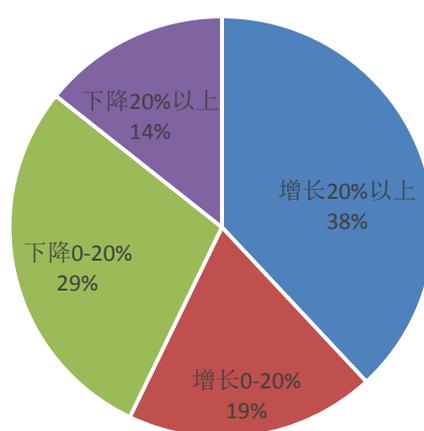
一、发展概况	1
(一) 设备生产及销售情况	3
(二) 自助售货商品销售情况	3
(三) 经营成本变动情况	3
二、主要特点	4
(一) 行业增长势头有所放缓	4
(二) 竞争加剧优胜劣汰明显	4
(三) 特色细分场景生机盎然	5
(四) 移动支付赋能行业发展	6
(五) 数字化智能化成新标配	7
(六) 完善制度规范行业管理	8
三、趋势展望	9
(一) 行业短期发展受阻，长期依然乐观	9
(二) 行业吸引力不减，市场集中度提升	11
(三) 技术应用创新，推动行业迭代发展	12
(四) 品牌商深度参与，成行业重要力量	12
(五) 专业化持续提升，精细化日益成熟	13
(六) 社区布局将提速，多形态融合发展	14

一、发展概况

2019年，我国自助售货行业继续保持增长态势，但增长幅度相比上年有所放缓。行业企业数量持续增多，自助售货设备不断创新，生产规模、设备保有量持续增长；更多快消品牌企业积极布局自助售货渠道，头部企业不断扩大经营规模，行业优胜劣汰趋势明显，部分企业转型发展；新经营模式、新应用场景不断拓展，新经营品类不断涌现，自助售货行业市场总体规模持续扩大。

据调查数据显示，2019年度57%的企业实现正增长，38%的企业增幅超过20%；43%的企业去年业绩负增长，14%的企业降幅较大，超过20%。

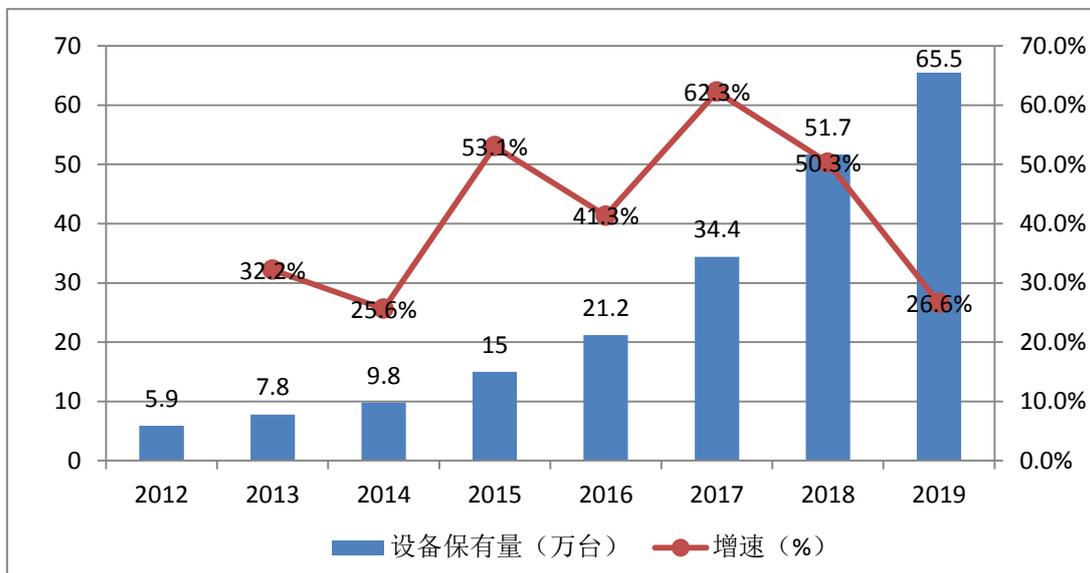
图表 1：2019 年行业企业业绩增长情况



信息来源：中国百货商业协会调查数据

2019年，我国自助售货设备保有量达到65.5万台，比上年增长26.6%，增速较上年降低近24%。

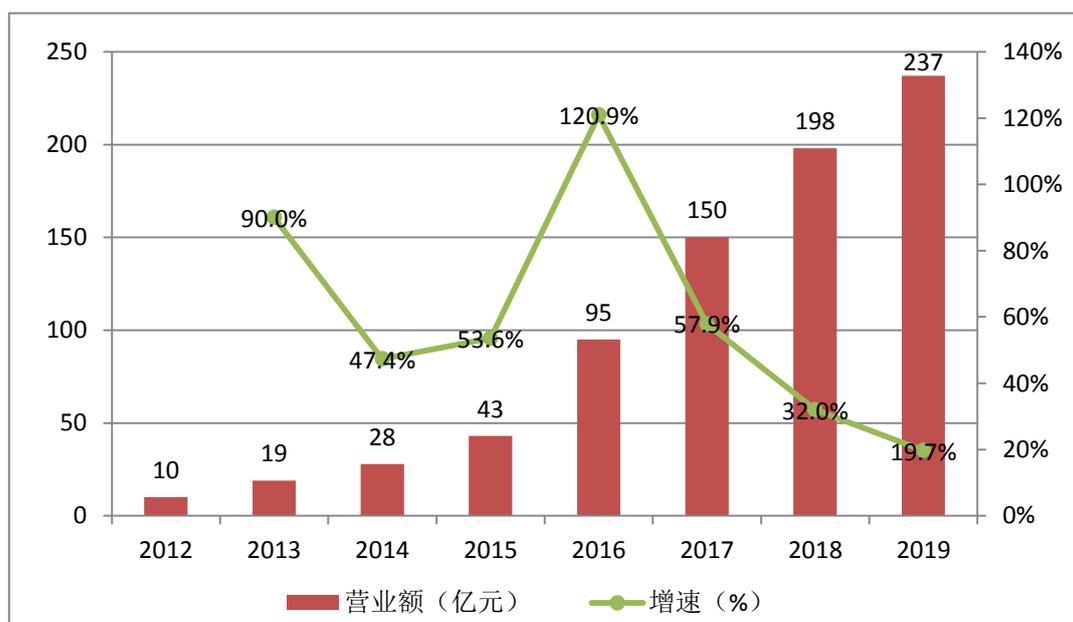
图表2：2019年自助售货行业设备保有量及增长情况



信息来源：中国百货商业协会调查数据

自助售货行业商品和服务销售规模保持较快增长，营业额达到237亿，比上年增长近20%，但增速较上年有所回落。

图表3：2019年自助售货行业营业额及增长情况



信息来源：中国百货商业协会调查数据

2020 年上半年，行业企业努力摆脱困境，谋求发展。据调查数据显示，今年上半年：

1、行业企业普遍受到疫情影响，业绩下降明显。尤其一季度，大部分企业无法正常经营，业绩下降达到 50%以上；

2、二季度有所恢复，大部分企业经营回复到去年同期 70%左右；

3、少数技术服务、无人零售板块，受影响较小，业绩增长良好；

4、综合人工成本上升、点位费偏高等问题，依然比较突出。

（一）设备生产及销售情况

据调查显示，2019 年生产研发企业产量保持小幅增加，但营收相比上年呈现小幅下降。营收增长与下降的生产研发企业数量基本相当，各占一半。设备智能化程度高的制造企业营收增幅较为可观，其营收增速超过 30%。对于部分传统设备制造大厂，其产量虽然增加，但营收下降近 10%。一方面，设备价格有所下降，另一方面，同类设备竞争加剧，库存增长明显。智能化程度高的自助设备已逐步成为市场热点。

（二）自助售货商品销售情况

商品销售整体保持稳定增长，半数运营企业营收增长保

持在 5-20%左右，少数新创企业营收降幅明显。企业利润率与往年相比，龙头企业保持相对稳定，中小型企业利润率下降，个别企业经营难以为继退出市场。

配套服务企业与行业发展基本保持同步，整体保持 10%左右的增长速度，相比上年增速降低近 10%。

（三）经营成本变动情况

由于房租居高不下，工人工资水平不断上涨，企业各类租金成本、综合人工成本等处于上升态势，相比 2018 年，综合经营成本依然持续小幅增长。生产类企业经营成本增长幅度大约在 6-12%之间，运营类企业增长幅度 5-10%，配套服务类企业增幅弹性最大，达到 8-20%。

二、主要特点

（一）行业增长势头有所放缓

从设备保有量来看，相比前些年 50%以上的增幅，2019 年设备保有量为 65.5 台，增幅为 26.6%，有着明显回落。

从营业额增长变化来看，2019 年增速为 19.7%，是近五年来的新低，比 2018 年降低 12.3%，但比 2018 年 27.7%的增速降幅，降低幅度有所收窄。一方面，与我国经济发展总体趋势持续放缓有关，全社会零售总额增长速度也在放慢；另

一方面，与近两年资本市场对共享经济投资热潮消退相关，行业投融资明显减少，存量竞争加剧。一部分靠讲故事、靠短期融资冲规模的新创企业，后续经营难以为继，面临转型生存困难，少数企业直接倒闭退出市场。另外，因 2019 年冷夏天气原因，对行业整体业绩造成了不小的影响。有核心竞争力、务实经营的企业，正逐步消化各种不利因素，等待新的转机出现。

（二）竞争加剧优胜劣汰明显

由于经济增长速度放缓，全社会消费增速放慢，新零售商业不断入市，零售行业市场竞争程度进一步加剧，自助售货行业也不可避免。

自助售货行业作为新兴行业，吸引新企业不断加入，尤其是 2016 年至 2018 年的无人零售概念热潮，刺激大量社会资本进入，行业企业数量短期内快速增多，各种自助售货新业态、新模式不断涌现，短期内迅速加剧了市场竞争。一方面，大量互联网企业进入，带来了新技术、新模式、新理念，积极推动了自助售货行业技术与应用升级，对原有传统业态造成强烈冲击与压力，倒逼升级改造；另一方面，部分跨界新进入的企业，以共享经济概念跑马圈地，抢占点位，缺乏行之有效的管理和运营，导致无序化竞争加剧。设备价格战、功能升级战，对上游设备厂商形成强大压力。非理性点位争

夺战，导致优质点位竞争异常激烈，价格暴涨，大幅提升点位成本，不断推高运营成本和经营压力。

日益激烈的市场竞争，导致部分业务逻辑不清晰、管理不扎实、抗风险能力弱、缺乏核心竞争力的企业被淘汰出局。相比以前，企业倒闭、行业兼并现象明显更加，并逐渐成了常态。

（三）特色细分场景生机盎然

随着人们对生活便利化的不懈追求，在国家相关政策支持和规范下，自助售货在一些特色场景和细分领域得到进一步激励挖掘，焕发勃勃生机。比如学校场景，除了传统的饮料之外，3C 产品自助售货也受到广泛欢迎；在商场及一些娱乐场所，盲盒售货机受到大家喜爱；在酒店场景，积极响应节能环保政策，推广使用酒店六小件自助取货机；在一些办公场所，可销售多种品类食物的盒饭机也深受欢迎；细分领域方面，如自助售药、自助咖啡在 2019 年里得到了快速发展。

据了解，截至 2019 年，上海、福建、西安、苏州、温州、成都等多地政府部门相继出台管理措施，明确药品通过自助售货渠道销售所需的条件，可销售药品种类及医疗器材，为自助售药健康有序发展提供了政策支持。药企、药店以及第三方平台积极响应，分别结合自身优势，开展自助售药业务，为消费者提供购药便利服务。部分企业不仅实现自助售货机

24 小时销售非处方药和部分二类医疗器械，还可以通过相关 APP 提供在线远程问诊，非常规药线上可下单、半小时内送药上门等服务，极大方便消费者夜间购药需求。

（四）移动支付赋能行业发展

得益于我国智能手机广泛普及，以及支付宝、微信、银联等移动支付服务商提供大量补贴，大力推广使用移动支付方式，我们日常生活，如买菜、购物、就餐、坐车等，几乎所有场景都可以扫码支付，纸币使用越来越少，硬币几乎不用。移动支付带来最大的好处是便捷，一机在手，随心所欲支付；不怕忘带钱，不怕带不够，不用找零，扫扫码，秒级完成支付。其次是支付信息记录自动化、数字化，使消费者方便查找消费记录，做到心中有数；使商家借助数据分析，进行消费者画像，开展更有针对性的营销。

传统自助售货设备采用钱币支付方式，纸币或硬币支付设备价格不菲，占用一定设备空间，支付操作相对费时间，没有合适的小额钱币还无法完成支付，缺乏对消费者信息的有效采集。这些痛点随着移动支付技术和应用不断创新普及，得到了完美解决。2019 年新上市的自助售货设备普遍支持主流移动支付方式；部分旧有设备经过必要改造，也可以支持移动支付。

据调查了解，在支付宝、微信支付大力补贴支持下，2019

年刷脸支付作为新型支付手段，在自助售货领域开始普及应用，为消费者带来新鲜体验和支付便利。随着移动支付广泛应用，进一步增强了自助售货的体验性，方便消费者购物，吸引更多年龄段消费者参与，有效提升了自助售货行业数字化管理水平，有力推动了自助售货行业发展。

（五）数字化智能化成新标配

近两年，随着大数据、云计算、人工智能、生物识别、移动支付等技术快速发展及应用普及，零售行业整体数字化水平得到了快速提升。随着大量互联网创业公司的加入，以及互联网巨头公司大力推广移动支付，布局线下零售，自助售货行业迎来了数字化、智能化高速发展期。

随着市场竞争加剧，行业企业寻求新突破，不断面向市场推出更先进、更便捷、更智能、易管理的自助售货设备。结合当下前沿技术发展，不断进行零售技术创新、模式创新成为推动自助售货行业发展的重要力量。

据调查显示，各大生产厂家积极响应运营商需求，新推出的自助售货设备机型，普遍把网络化、智能化、移动支付作为设备标配，实现售卖商品数字化、设备监测在线化、运营管理可视化。这些新设备和新管理系统，结合身份验证、移动支付、点位定位等技术手段，有效实现人、货、场的数字化。有了数字化基础，再利用大数据进行综合分析，可为

运营企业提供全面的数字化管理，把智能化融入到自助售货产业链的各个环节，使设备布点更合理，热销商品把握更准确，商品补货更快捷，故障处理更及时，切实提高运营管理效率，有效降低经营成本，更好地满足消费者需求，从而提升自助售货行业的影响力。

（六）完善制度规范行业管理

在国家《关于加快发展流通促进商业消费的意见》等政策驱动下，各地政府纷纷出台配套措施，推动流通创新发展，优化消费环境，挖掘潜力促进消费，完善社区商业设施，倡导便利消费。

2019年，广西、成都、嘉兴市等地方监管部门印发自动售药机销售药品管理有关规定，为本地区自助售药、便民服务提供政策依据。广东省标准化协会发布《现制现售自动售卖机卫生管理规范》团体标准，引导现制现售自动售货机遵循相关卫生安全标准，保障食品安全。中国百货商业协会牵头组织行业重点企业和专家，制定了《自助售货行业机型术语》《自助售货行业点位术语》《自助售货行业技术术语》《自助售货行业运维术语》等4项术语标准，后续还将陆续组织自助售货行业管理绩效指标（KPI）体系、系统接口规范等标准编制工作，为行业规范管理提供依据。

三、趋势展望

在过去五年里，我国自助售货行业一直处于快速发展时期，年增速达到 50%以上。但 2019 年，因宏观经济下行、资本市场退潮、行业竞争加剧等综合影响，自助售货行业增长压力增大，成本升高，盈利水平下降，发展速度放缓。尤其 2019 年底突发的新冠肺炎疫情，对全世界来说是个灾难，自助售货行业也深受其害，短期对业绩影响巨大，中长期需要看疫情持续时间。

但我们坚信，疫情终将过去，生活将恢复正常。随着我国经济持续稳定、高质量增长，人们收入稳步提高，便利消费、品质消费、个性化消费需求也会越来越强烈，自助售货可以很好地满足此类需求，长远发展前景依然阳光灿烂。

（一）行业短期虽受阻，长期发展仍乐观

2019 年底突发的新冠疫情，对整个社会经济造成了严重影响，全社会被按下暂停键，经济和消费都出现断崖式下降，自助售货行业不可避免遭受也惨重打击。短期来看，疫情期间各种防控要求，造成企业无法正常开工，工人不能及时返岗，原订单交货压力大，新订单减少，供应链保障不畅，管理维护效率降低，各项成本增加，流动资金紧张等问题，行业企业面临紧迫的经营压力和生存考验。

据调查显示,大部分受访企业认为 2020 年一季度销售业绩降幅将达 30%以上,对 2020 年全年销售业绩保持谨慎判断。近 70%的受访企业信心不足,认为业绩同比将下降;近 30%的企业相对乐观,认为可以保持增长,其中有 10%的企业逆势增长,认为可以保持 20%上增幅。

从中长期来讲,此次疫情属于突发事件,在全社会的共同努力下,疫情终将过去。同时,此次疫情增强了消费者对“无接触”消费服务的偏好,自助售货、无人值守、自助服务等理念将进一步深入人心。疫情过后,相信自助售货行业有望迎来新的发展机遇。

从我国现有自助设备保有量来看,相比发达国家平均 60 人/台,我国自助设备人均拥有量依然很低。2019 年,我国人均自助售货设备拥有量约为 2200 人/台。按照我国现有 4 亿中等收入人群,以平均 120 人/台测算,我国自助售货设备规模可以达到 330 万台,还有近 5 倍的增长空间,发展潜力依然巨大。

(二) 行业吸引力不减,市场集中度提升

追求便利、追求新颖是人们持久不变的消费需求,现国家正在大力推动扩内需、促消费,提倡更好满足社区便利消费。自助售货行业积极响应国家号召,积极推进社区消费便利,主动拥抱技术进步,对设备产品服务不断升级,提供新

颖消费形式，保障消费品质，为消费者提供更加广泛、优质、便利服务。

一方面，新生力量不断涌现。随着市场普及，自助售货的便利性、灵活性、体验性被越来越多人认可，专注于一些特色细分场景的个体或小运营商数量仍将持续增加，不断拓展应用边界，进入新领域，为行业发展带来新机会。

另一方面，行业洗牌加剧，不具有资源优势、缺乏竞争力的企业将继续被淘汰出局。一些经营传统品类的中小运营商，由于设备更新不及时，功能性能老化，商品供应缺乏竞争力，则在日益激烈的市场竞争中被淘汰。少数规模大的领先企业将充分利用自身技术、管理、资金、供应链等方面优势整合资源，强化核心竞争力，提升经营管理水平，持续扩大规模，在激烈市场竞争中胜出，成长为明显的头部企业。2020年，行业将出现较明显的两极分化，一边是有特色的小而美运营商，另一边是大而全的巨头企业。其他中间层运营商，除非有独到的技术和运营优势，可以实现持续发展，否则发展将受到制约。

（三）技术应用创新，推动行业迭代发展

在物联网、大数据、人工智能、5G 等技术加持下，自助售货设备不再是单一的售货终端，已经逐步成为“互联网+自助”的一个重要节点。设备技术创新，为消费者带来更

多便利的交互体验。品类创新，可以为消费者提供更丰富的消费选择。应用服务创新，线上下单、线下取货，或自助设备上单，然后送货到家，进一步增加与消费者的粘性。管理创新，利用大数据分析，可以实现更合理的点位布局，更精准的商品匹配，更高效的系统运营。未来，随着 5G、VR/AR、自动驾驶等技术进一步成熟应用，将为零售行业带来新的变革，必将推动自助售货行业不断迭代发展，开辟新的市场空间。

（四）品牌商深度参与，成行业重要力量

现自助售货运营所销售的商品，除了康师傅、统一、可口可乐、农夫山泉、娃哈哈、达利园等较早进入的知名品牌外，快消品行业其他品牌商也正摩拳擦掌，视时机深度参与分一杯羹。在其他销售渠道费用越来越高的情况下，自助售货渠道有可能成为快消品理想的新方向。

据了解，坚果零食方面，三只松鼠计划投资智能货柜销售自己的产品。咖啡机方面，华润、农夫、香飘飘等都在探索自助销售模式。医药方面，康美药业、马应龙、平安医生等企业，结合互联网远程问诊、网上下单线下送药等服务，创新自助销售模式。这些大企业的积极加入与深度运营，将成为行业发展新力量，有力推动行业规范、有序发展。

（五）专业化持续提升，精细化日益成熟

自助售货设备专业化程度进一步提高。随着细分场景不断挖掘，新应用模式不断创新，越来越多的专用设备被开发出来，专业化程度进一步提升，克服了传统饮料机、综合机的局限，使得个性化商品经由自助售货经营成为可能。如鲜品自助售货机、新式盒饭机、现调咖啡机、智能货柜等。

自助售货场景精细化运营日趋成熟。一方面，数字化智能化程度的不断提升，为精细化管理提供了良好的技术基础。另一方面，经营成本高居不下，市场竞争持续增强，倒逼企业必须不断提高经营管理水平，加强产业链上下游合作，充分利用自身优势，围绕场景做好选品，开展精细化运营，降本增效，打造自己的核心竞争力。

另外，饮料、乳业、零食、医药等领域的知名品牌商躬身入局，从自助设备和产品研发、生产、运营、服务等各个层面带来系统化、专业化、精细化的管理思路与方法，为行业起到表率，有力带动行业整体管理水平的提升。

（六）社区布局将提速，多形态融合发展

此次突如其来的新冠肺炎疫情，对人们的一些生活习惯造成了深刻影响。大家比较习惯宅在家里，自己动手烹饪食物；外出购物频度减少，为了卫生健康安全，更愿意“无接触”购物。同时，国家鼓励加强社区商业设施建设，创新促

进消费服务方式，提高便利化消费服务水平。

另外，便利店+自助售货形式，一方面，“店+柜”组合可以有效延伸便利店售货时长，较好解决夜间人工售货成本高的问题；另一方面，便利店在社区内设置自助售货终端，可以为消费者提供零距离购物便利，有效提升终端运维效率。

为此，自助售货进社区迎来良好发展机遇，社区自助服务场景和需求多样化，单一的自助售货形式难以满足要求，需要通过多种形式、多种品类的组合，实现需求匹配。可以考虑常用药品、快消零食、儿童玩具、鲜品提货等品类，分别以适合的自助设备形成多形态组合以满足需求。