



中华人民共和国国内贸易行业标准

SB/T 11084—2014

便利店分类

Classification of convenience stores

2014-07-30 发布

2015-03-01 实施

中华人民共和国商务部 发布

前 言

本标准按照 GB/T 1.1—2009 给出的规则起草。

本标准由中华人民共和国商务部提出并归口。

本标准起草单位：中国连锁经营协会、上海联华快客便利有限公司、天津市津工超市有限责任公司、东莞市糖酒集团美宜佳便利店有限公司、山西省太原唐久超市有限公司、中国石化销售有限公司（易捷便利）、柒一拾壹（中国）投资有限公司。

本标准主要起草人：杨青松、王洪涛、翁宇杰、卢代盛、张国衡、杨文斌、柴志明、刘樾、陈寅、李满。

便利店分类

1 范围

本标准规定了便利店的特性、功能及分类准则。

本标准适用于以销售日常生活用品、食品(包装食品、即食品和现场制作加工食品)、饮料、烟酒、文具、特色商品、出版物以及应急性商品等为主并提供增值服务的便利店。

2 规范性引用文件

下列文件对于本文件的应用是必不可少的。凡是注日期的引用文件,仅注日期的版本适用于本文件。凡是不注日期的引用文件,其最新版本(包括所有的修改单)适用于本文件。

GB/T 18106—2004 零售业态分类

3 术语和定义

GB/T 18106—2004 界定的以及下列术语和定义适用于本文件。

3.1

便利店 convenience store

满足顾客便利性需求为主要目的的零售业态。

[GB/T 18106—2004,定义 4.1.2]

3.2

商品结构 commodity structure

符合企业市场定位及商圈顾客需要的商品组合。

4 便利店的特性

4.1 选址

应选在商业中心区、社区、写字楼、交通要道和枢纽、加油站以及人流量较为密集的区域,辐射范围较小。

4.2 面积及设施设备

营业面积小、货架组数有限,出口 1 个~2 个,收银机 1 台~2 台。

4.3 商品

便利店的商品结构主要包括日常生活用品、食品(包含包装食品、即食品和现场制作加工食品)、饮料、烟酒、文具、出版物、特色商品以及应急性商品等。

4.4 服务

营业时间长并提供售卖商品以外的有偿或无偿的各种便民服务项目。

5 便利店的分类

5.1 分类依据

主要根据便利店的选址和服务对象进行分类。

5.2 类型划分

5.2.1 社区型便利店

5.2.1.1 选址:位于住宅区周边,主要顾客群体为社区居民,客流稳定。

5.2.1.2 面积及设施设备:门店面积一般在 $50\text{ m}^2\sim 120\text{ m}^2$;货架组数在 15 组~25 组。

5.2.1.3 商品:以日常生活用品、饮料、烟酒、应急性商品以及部分生鲜商品为主。根据社区档次的不同,商品结构有所不同。

5.2.1.4 服务:以提供代收公共事业费、充值卡销售及充值、送货上门、洗涤、代收快递等各种便民服务项目为主。

5.2.2 流量型便利店

5.2.2.1 选址:位于火车站、公交站、码头、地铁站等公共交通枢纽以及景点、广场、商业中心等人流量较为密集的区域周边,顾客群体以上班族和出游人群为主。

5.2.2.2 面积及设施设备:门店面积一般在 $50\text{ m}^2\sim 120\text{ m}^2$;货架组数 15 组~25 组;对收银台长度有较高要求。

5.2.2.3 商品:以饮料、香烟、即食品、休闲食品、报刊杂志为主,位于景点的店铺提供旅游纪念品。

5.2.2.4 服务:以提供便利即食品服务(早餐、盒饭)、代收公共事业费、ATM 取款、上网等服务项目为主。

5.2.3 商务型便利店

5.2.3.1 选址:位于写字楼集中的区域周边,顾客群体以收入较高的商务人士为主。

5.2.3.2 面积及设施设备:门店面积一般在 $50\text{ m}^2\sim 80\text{ m}^2$;货架组数在 15 组~20 组之间;设置就餐简易设施。

5.2.3.3 商品:以鲜食盒饭、现场加工即食品、现冲饮料、新鲜水果、功能性饮料、蜜饯糖果、时尚小商品为主。

5.2.3.4 服务:以提供早中晚即食商品售卖相关服务以及信用卡还款、上网等服务项目为主。

5.2.4 加油站型便利店

5.2.4.1 选址:依托加油站,顾客群体以司乘人员为主。

5.2.4.2 面积及设施设备:门店面积 $10\text{ m}^2\sim 120\text{ m}^2$;货架组数约 20 组;设立汽车用品销售专区。

5.2.4.3 商品:以食品、烟酒、饮料、书刊杂志、汽车养护用品为主。

5.2.4.4 服务:以提供 ATM 取款等金融服务以及洗车等汽车相关服务为主。

5.2.5 特殊选址便利店

5.2.5.1 学校型便利店

5.2.5.1.1 选址:位于大、中、小学等学校周边,顾客群体以学生为主,销售受到双休日与寒暑假影响较大。

5.2.5.1.2 面积及设施设备:门店面积 $60\text{ m}^2\sim 100\text{ m}^2$;货架组数约 20 组;宜设置休闲区。

5.2.5.1.3 商品:以饮料、加工即食品、文具用品为主,宜提供现场操作类即食品。

5.2.5.1.4 服务:以提供学习交流等服务项目为主。

5.2.5.2 医院型便利店

5.2.5.2.1 选址:位于医院周边,顾客群体以医院职工、病人和探望人为主。

5.2.5.2.2 面积及设施设备:门店面积在 $60\text{ m}^2\sim 100\text{ m}^2$;货架组数 20 组~25 组;设立病人常需购买的医疗辅助用品专区。

5.2.5.2.3 商品:以营养品、加工即食品、保健食品、生鲜水果、书刊杂志、医护用品、母婴商品为主。根据医院等级、住院部床位数进行分析,调整店内商品结构。

5.2.5.2.4 服务:以提供鲜花、礼品包装及派送等服务项目为主。

5.2.5.3 工业区便利店

5.2.5.3.1 选址:位于工业厂区,顾客群体以封闭的厂区内部工作人员为主。

5.2.5.3.2 面积及设施设备:门店面积由工业区内提供,货架组数约 20 组。

5.2.5.3.3 商品:以香烟、日常生活用品、书报杂志品类为主,商品结构应保证厂区员工日常生活所需。

5.2.5.3.4 服务:以提供厂区内部消费卡销售,提供洗衣、快递代收等服务项目为主。

5.2.5.4 农村便利店

5.2.5.4.1 选址:位于郊县和镇、村周边,顾客群体以当地农民为主。

5.2.5.4.2 面积及设施设备:门店面积一般在 $80\text{ m}^2\sim 150\text{ m}^2$,货架组数约为 30 组,宜设堆装区域用于推荐主要商品。

5.2.5.4.3 商品:以日常生活用品为主。

5.2.5.4.4 服务:可根据农村特点提供相关服务项目。

5.2.5.5 其他类便利店

其他类便利店包括军队、酒店内设置的便利店。

参 考 文 献

- [1] SB/T 10808—2012 便利店服务类别及运营规范
-