

ICS 01.40.03  
CCS A10

# T/CCFA

## 中国连锁经营协会团体标准

T/CCFAGS 021—2021

---

### 连锁经营零售企业全渠道经营关键指标

Key performance indicators of omni-channel retailing chain enterprises

2021 - 03 - 01 发布

2021 - 03 - 01 实施

---

中国连锁经营协会 发布

## 目 次

前言 .....	II
1 范围 .....	3
2 规范性引用文件 .....	3
3 术语和定义 .....	3
4 通用指标 .....	4
5 商品运营 .....	6
6 用户运营 .....	7
7 订单履约 .....	7
附录 A（规范性） 连锁零售企业全渠道经营关键指标计算公式 .....	9
参考文献 .....	11

## 前 言

本文件按照GB/T 1.1—2020《标准化工作导则 第1部分：标准化文件的结构和起草规则》的规定起草。

本文件与其他标准无所属关系。

请注意本文件的某些内容可能涉及专利。本文件的发布机构不承担识别专利的责任。

本文件由中国连锁经营协会（CCFA）提出并归口。

本文件起草单位：中国连锁经营协会、多点生活（中国）网络科技有限公司、北京便利蜂连锁商业有限公司、达疆网络科技（上海）有限公司、苏宁易购集团股份有限公司、永辉超市股份有限公司、步步高商业连锁股份有限公司、北京每日优鲜电子商务有限公司、普华永道管理咨询（上海）有限公司、深圳市科脉技术股份有限公司。

本文件主要起草人：王洪涛、朱玉梅、蒯佳琪、张熔轩、陈沛、钟晓阳、王延军、陈军、王湘杰、王俊杰、黄驰、王勋、隗红阳、王纳姐。

# 连锁经营零售企业全渠道经营关键指标

## 1 范围

本文件规定了连锁经营零售企业全渠道运营的关键指标。

本文件适用于经营生活消费品零售的连锁经营企业对运营关键指标进行计算、对比、评估。

## 2 规范性引用文件

下列文件中的内容通过文中的规范性引用而构成本文件必不可少的条款。其中，注日期的引用文件，仅该日期对应的版本适用于本文件；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 零售业态分类

SB/T 10465 连锁经营术语

## 3 术语和定义

GB/T 18106、SB/T 10465界定的以及下列术语和定义适用于本文件。

### 3.1

**零售业** retail industry

以向消费者销售商品为主，并提供相关服务的行业。

[来源：SB/T 18106-2004，2.1]

### 3.2

**连锁经营** chain operation

满足统一形象标识、统一门店管控要求、统一设施配置、统一服务标准、统一商品采购、统一物流配送，以直营或直营加加盟的方式开展经营业务。

[来源：SB/T 10465-2008，3.1，有修改]

### 3.3

**连锁经营零售企业** chain operation enterprise

采用连锁经营方式开展零售业务的企业，简称连锁零售企业。

### 3.4

**门店** store

连锁零售企业经营的基础，按照总部的指示和服务规范要求，承担日常销售业务。

[来源：SB/T 10465-2008，3.6，有修改]

### 3.5

**履约配送** fulfillment

由自有或第三方配送人员将顾客在线订单商品送至指定地点的服务。

### 3.6

**到家业务/到家服务** store or front warehouse to customer

连锁零售企业从门店、仓储中心、前置仓等网点将消费者在线订单商品送至指定地点的服务。

### 3.7

**自提业务/自提服务** self pick-up service

连锁零售企业为满足顾客一定时段内自行取货的需求，将顾客在线订单商品放至指定门店、仓储中心、前置仓、社区自提点或服务点等网点的服务。

### 3.8

**社区团购/社区拼团** Community group purchasing

依托特定社区的顾客开展的商品预售业务，团长负责订单落实与顾客服务，顾客到指定提货点自行提货。

## 3.9

**单品 stock keeping unit (SKU)**

商品的最小分类单位。

[来源: SB/T 10465-2008, 8.1.1]

## 3.10

**在架单品 active sku**

也被称为有效单品, 指商品管理系统中或网页、App上可查询到的、可销售、可订货的有效单品。

## 3.11

**月活用户 monthly active users (MAU)**

满足每月浏览网页、或App、或小程序超过5分钟、或登录、或下单未付款、或购买等任一或多项行为的用户。同一身份的用户只统计一次。

## 3.12

**全渠道经营 omni-channel retailing**

利用线上及线下多种零售渠道, 满足顾客购物需求的经营行为。

## 3.13

**营业面积 sales area**

门店或经营网点(如提货站、网格仓等)提供销售服务的营业面积, 宜包含店内仓库、办公区等为保证正常经营设置的服务功能区面积。

## 3.14

**妥投 correct-distribute**

在零售企业承诺送达时间内将订单商品送达至指定地点。因顾客原因产生的拒收、订单取消等订单异常情况不包括在内。

## 3.15

**前置仓 front warehouse**

前移到离消费者更近的、可提供仓储、拣货等功能的小型仓储中心, 配送范围约为3公里内。可分为仓店一体前置仓和独立前置仓。

## 4 通用指标

## 4.1 销售额(或营业收入)

4.1.1 门店(或经营网点)销售额(或营业收入)指实际产生的销售额, 包括线下门店、App、小程序、第三方平台等产生的含税销售额(或营业收入), 不包含退货及下单未付款的销售额。

4.1.2 企业销售额(或营业收入)指可纳入合并报表的分(子)公司销售额(或营业收入)总计, 包括线下门店或前置仓等网点、官网、App、小程序、第三方平台等全渠道产生的销售额, 以及租金、佣金收入的总和, 不包含退货及下单未付款的销售额。其中, 线下门店和经营网点包括直营店、加盟店、以公司品牌输出管理的连锁门店、提货站、面对终端的网格仓等。销售额(或营业收入)统计仅限大陆地区。

4.1.3 GMV 销售额。网页、移动端等线上成交总额, 包含付款和未付款的部分, 无论商品是实际出售、交付还是退货。具体包含销售额、取消订单金额、拒收订单金额、退货订单金额。

4.1.4 到家业务销售额。采用到家服务模式产生的销售额。

4.1.5 自提业务销售额。采用自提服务模式产生的销售额。

4.1.6 社区团购销售额。采用社区团购模式产生的销售额。

## 4.2 客(订)单数(量)

每日实现的交易笔数。可按用户下单、支付、配送、妥投、线上、线下等多种口径统计, 时间维度可分为年、月、日等。

## 4.3 客单价

平均每位顾客的购物金额。根据销售渠道不同，可分为线上客单价和线下客单价。

[来源：SB/T 10465-2008，10.13，有修改]

#### 4.4 收银

##### 4.4.1 自助收银占比

统计周期内，顾客在店内通过自助收银设备完成自助结账的客单数占门店线下客单数的比例，以百分数形式表示。

##### 4.4.2 扫码购占比

统计周期内，顾客用手机扫描国际条形码完成自助支付的客单数占门店线下客单数的比例，以百分数形式表示。

#### 4.5 毛利率

毛利额除以销售额的比率，以百分数形式表示。衡量门店、企业的商品经营效益水平。

#### 4.6 净利润率

简称净利率，净利润除以主营业务收入，以百分数形式表示。扣除所有成本、费用和企业所得税后的净利润率，是反映门店、企业盈利能力的重要指标。

#### 4.7 线上订单转化率

完成支付的线上订单数除以访客点击数，以百分数形式表示。线上订单转化率衡量线上商品对顾客的吸引力，转化率越高越好。

#### 4.8 线上促销转化率

完成支付的线上促销订单数除以实际触达人数，以百分数形式表示。线上促销转化率衡量线上促销活动效果，转化率越高越好。

#### 4.9 线上销售占比

线上销售额占全渠道销售额的比例，以百分数形式表示。线上销售含App、小程序、官网及第三方平台等线上渠道的产生的销售。

#### 4.10 平效

##### 4.10.1 门店平效

平均每平方米营业面积实现的销售额[来源：SB/T 10465-2008，7.17，有修改]。

##### 4.10.2 前置仓平效

平均每平方米独立前置仓实用面积实现的在线销售额。

#### 4.11 人效

##### 4.11.1 平均人效

平均每人工在统计周期内实现的销售额。统计周期可分为年、月、星期、日、小时等。人效衡量零售企业单位人工产出效率。[来源：SB/T 10465-2008，7.18，有修改]

##### 4.11.2 工时人效

平均每工时实现的销售额。工时数包含正式员工和灵活用工的工时总数。

##### 4.11.3 拣货超时率

拣货时间超过15分钟的订单数占配送订单总数的比例。

#### 4.12 同比增长率

本期数值较上年同期数值的变化，以百分数形式表示。依据不同对比周期，指标可为年度同比、季度同比、月度同比、日同比等。

#### 4.13 环比增长率

本期数值较上期数值的变化，以百分数形式表示。依据不同对比周期，指标可为年度环比、季度环比、月度环比、周环比、日环比等。

#### 4.14 可比增长率

基于相同样本的同比增长率，计算方法与同比增长率一致。被纳入统计的样本应满足对比的前后周期全周期运营。

#### 4.15 库存周转

##### 4.15.1 库存周转天数

产品从入库直至消耗或销售为止所经历的天数。周转天数越少，说明库存变现的速度越快。年度库存周转天数用365天除以库存周转率得出。

##### 4.15.2 库存周转率

统计周期内库存货物周转的次数，反映库存周转快慢程度。通常以自然年、月作为一个周期。周转率越高越好。

### 5 商品运营

#### 5.1 品效

单品销售额占本品类商品销售额的比例以百分数形式表示。衡量该单品在商品结构中的重要程度。品效越高，表示该商品销售贡献越大。

[来源：SB/T 11200-2017，5.2]

#### 5.2 商品贡献率

商品贡献率为商品周转率乘以毛利率，衡量商品对利润贡献程度，结果以百分数形式表示。

#### 5.3 门店损耗率

统计周期内门店商品损耗额除以销售额，以百分数形式表示，统计周期可分为年度、季度、月度。损耗率越低越好。

#### 5.4 缺货率

##### 5.4.1 门店缺货率

门店缺货体现为陈列面缺货和店内库存缺货。统计周期内，门店缺货的在架单品数占全部在架单品数的比例。缺货率与销售损失有直接关系，缺货率越低越好。

[来源：SB/T 10465-2008，6.3.29，有修改]

##### 5.4.2 订单缺货率

统计周期内，有缺货的订单数（包括取消订单和妥投订单）占该周期妥投订单和因缺货整单取消的订单数之和的比例，以百分数形式表示。

#### 5.5 汰换率

统计周期内，汰换商品数占该周期平均在架单品数的比例，以百分数形式表示。

#### 5.6 上新率

统计周期内，新品数占该周期平均在架单品数的比例，以百分数形式表示。

## 5.7 动销率

当月实现销售的单品数占当月在架单品数的比例，以百分数形式表示。衡量商品品类的销售活跃程度。

## 6 用户运营

### 6.1 数字会员占比

数字会员是指拥有会员身份，并可被在线识别、可触达的会员。数字会员占比指数字会员占全部会员的比例，以百分数形式表示。

### 6.2 全渠道会员增长率

统计周期内新增全渠道购物的会员数量占期初全渠道购物的会员数量的比例，以百分数形式表示。统计周期可分为年度、季度、月度。全渠道会员增长率衡量统计周期内有全渠道购物行为的会员数量增长情况。

### 6.3 MAU 同比增长率

本月MAU数较上年同月MAU数的变化，以百分数形式表示。MAU同比增长率衡量不同年份相同月份MAU数增减情况。

### 6.4 MAU 环比增长率

本月MAU数较上月MAU数的变化，以百分数形式表示。MAU环比增长率衡量相同年份前后月份MAU数增减情况。

### 6.5 复购率

统计周期内有复购行为的用户数除以周期内全部购物用户数，以百分数形式表示。统计周期可分为月、周。复购率衡量可识别身份的顾客复购情况。

### 6.6 退货率

统计周期内退货订单数占全部订单数的比例，以百分数形式表示。可细分为线上退货率和线下退货率。

### 6.7 客诉率

统计周期内有投诉记录的订单数占周期内所有妥投订单数及顾客拒收订单数合计的比例，以百分数形式表示。客诉率用于衡量顾客投诉占比。

### 6.8 顾客满意度

调查结果满意的顾客数占接受调查的顾客总数的比例，以百分数形式表示。顾客满意度衡量顾客对商品、服务的满意程度。

### 6.9 差评率

顾客差评数占全部评论数的比例，以百分数形式表示。

## 7 订单履约

### 7.1 履约成本

包括拣货成本和配送成本。拣货成本为每件商品拣货成本乘以单均件数乘以客单数；配送成本为单均配送成本乘以客单数。

### 7.2 妥投率



妥投的订单数占当日应送达的全部订单数的比例，以百分数形式表示。订单以子单数量计算。妥投率衡量一定时段内妥投的订单占比。

### 7.3 履约及时率

顾客期望时段内和早于期望时段的妥投订单数量占当日应送达的全部订单数量的比例，以百分数形式表示。订单以子单数量计算。履约及时率衡量期望时段订单的妥投效率。

### 7.4 订单满足率

统计周期内，24小时内发货的线上订单数量占线上订单总数量的比例，以百分数形式表示。线上订单满足率衡量周期内零售企业对顾客线上订单的交付水平。

**附录 A**  
**(规范性)**  
**连锁零售企业全渠道经营关键指标计算公式**

表A.1规定了连锁零售企业全渠道经营关键指标计算公式。

**表A.1 连锁零售企业全渠道经营关键指标计算公式**

序号	指标分类	计算公式
1	通用指标	客单价=销售额/客单数
2		自助收银占比=自助结账客单数/线下客单数×100%
3		扫码购占比=扫码支付订单数/线下客单数×100%
4		毛利率=毛利额/销售额×100%
5		净利润率=净利润/主营业务收入×100%
6		线上订单转化率=完成支付的线上订单数/访客点击数×100%
7		线上促销转化率=完成支付的线上促销订单数/实际触达人数×100%
8		线上销售占比=线上销售额/全渠道销售额×100%
9		门店平效=销售额/营业面积
10		前置仓平效=独立前置仓销售额/独立前置仓实用面积
11		平均人效=销售额/正式员工人数
12		工时人效=销售额/总工时数
13		拣货超时率=拣货时间超过15分钟的订单数/(妥投订单数+拒收订单数)×100%
14		同比增长率=(本期数值-上年同期数值)/上年同期数值×100%
15		环比增长率=(本期数值-上期数值)/上期数值×100%
16		可比增长率=(本期数值-上年同期数值)/上年同期数值×100%(前后两个统计周期样本不变)
17		年度库存周转天数=(期初+期末库存)的平均值*365/年销货成本=库存月度平均值*365/年销货成本
18		库存周转率=365/库存周转天数
19	商品运营	品效=单品销售额/本品类销售额×100%
20		商品贡献率=商品周转率×该商品毛利率×100%
21		门店损耗率=门店商品损耗额/销售额×100%
22		门店缺货率=统计周期内缺货的在架单品数量/全部在架单品数量×100%
23		订单缺货率=统计周期内有缺货的订单数/该周期(妥投订单+因缺货整单取消的订单)数×100%
24		汰换率=统计周期内汰换商品数量/该周期平均在架单品数量×100%
25		上新率=统计周期内新品数量/该周期平均在架单品数量×100%
26		动销率=当月被售卖单品数量/当月在架单品数量×100%

表 A.1 连锁零售企业全渠道经营关键指标计算公式（续）

序号	指标分类	计算公式
27	用户运营	数字会员占比=数字会员数量/全渠道会员数量×100%
28		全渠道会员增长率=新增全渠道会员数量/原有全渠道会员数量×100%
29		MAU 同比增长率=(本月 MAU 数-上年同月 MAU 数)/上年同月 MAU 数×100%
30		MAU 环比增长率=(本月 MAU 数-上月 MAU 数)/上月 MAU 数×100%
31		复购率=统计周期内有复购行为的客户数/周期内购物客户数×100%
32		退货率=退货客单数/全部客单数×100%
33		客诉率=统计周期内有投诉记录的订单数/周期内所有妥投订单数×100%
34		顾客满意度=调查结果为满意的顾客数/接受调查的顾客总数×100%
35		差评率=差评数/评价用户总数×100%
36	订单履约	履约成本=拣货成本+配送成本；拣货成本=单件拣货成本×单均件数×客单数；配送成本=单均配送成本×客单数
37		妥投率=妥投订单数/当日应送达的全部订单数×100%
38		履约及时率=(顾客期望时间内 + 期望时段前) 妥投的订单数/全部当日应收货的订单数×100%
39		订单满足率=24 小时内发货的线上订单数/线上订单总数×100%

### 参 考 文 献

- [1]GB/T 4754 国民经济行业分类
  - [2]SB/T 11200 零售业商品管理绩效指标（KPI）体系
  - [3]T/CCFAGS 016-2020 前置仓管理规范
-