

# 业绩低迷 超市小业态“上位”

“在经历关店与整合的阵痛后,超市行业的寒冬远没有到尽头。从联华超市、京客隆、永辉超市等陆续交出的2015年成绩单来看,超市业态哀鸿遍野,业绩普遍承压。生死存亡中,众多超市转战便利店、社区店等小业态。

## 业绩持续低迷

收入减缓、利润下跌,能够实现营、收双赢的超市企业微乎其微。拥有大润发和欧尚超市的高鑫零售去年实现营业收入964.14亿元,同比微升5%,净利润下跌15.7%至24.43亿元,同店销售下降3.6%。永辉超市去年营收为421.45亿元,同比增长14.75%,净利润为6.06亿元,同比减少28.95%。京客隆总收入同比增加5.9%,达到115.32亿元,净利润为2486万元,同比下降39.8%,实现连续四年净利下跌。

不仅如此,更有一些老牌超市企业正经历前所未有的业绩冲击,净利暴跌超过九成。武汉中百去年收入164.01亿元,同比下降3%,净利为561.05万元,同比下降96.99%。新华都营业总收入64.88亿元,比上年同期下降7.56%,净利亏损3.87亿元,较上年同期下降1155.7%。联华超市去年收入272.23亿元,同比下降6.6%,净利亏损4.97亿元,同比暴跌1703.2%。联华超市方面表示,经济增长放缓和消费者结构及购物习惯的改变持续冲击实体零售企业,导致客流下降、

销售不振。总体上看,整个中国连锁超市行业,在经济增速放缓、消费者消费开支愈加谨慎的形势下,经营和业绩压力倍增。

几家欢喜几家愁,虽然众多国内超市企业的业绩跌至冰点,但家乐福、沃尔玛等国外超市企业依然取得亮眼的成绩。财报显示,2015年家乐福营收达到769亿欧元,净利润增长7.1%达到11亿欧元,经常性业务利润增长2.4%至24.45亿欧元。沃尔玛最新发布的2015-2016财年四季度财报显示,沃尔玛于中国市场的销售额增长0.3%,在快速消费品类中,沃尔玛中国已连续12个季度实现大卖场市场份额增长。

## 加速跨业态融合

零售市场哀鸿一片,也让众多资本雄厚的企业频繁上演大鱼吃小鱼的竞争场面。业内人士表示,经济下行压力下,消费力下降、成本上升,电商渠道冲击以及销售运营模式落后成为超市业态面临的困境,预计今年整个零售行业表现依然低迷甚至更差。当前为扭转局面,关店止损、转型并购、加速触网、跨界合作已成为超市企业自救的主



要出路。

去年8月,上海国资委已经批复同意永辉超市协议受让上海百青投资有限公司持有的21.17%联华超市股份,这意味着,作为民企的永辉超市,收购具有国资背景的联华超市股份计划正式获政府同意。去年3月,红旗连锁以2.38亿元收购成都红艳超市旗下125家门店,随后又斥资数亿元收购388家互惠超市门店,10月完成对乐山四海超市32家门店的收购,三期收购对象均是四川省内连锁品牌。

除了同业之间的加速融合,传统零售对电商的态度也进一步升级,从最初的敌视、试水到现在的合作共赢。京东以43.1亿元入股永辉,成为超市行业首起电商和店商深度融合的案例。为加速抢占市场,物美、华普等超市也不甘示弱,祭出O2O送货上门的大招。随后在北京,美廉美、华普、华冠等多家超市也与京东到家、小e到家等诸多

O2O企业建立合作。来自超市发的数据显示,接入O2O平台后,单个门店销售最高提升在20%以上。对于艰难度日的超市来说,这个增量尤其明显。

## 小业态上位

近年来,随着北京市政府加速推进生活性服务业发展,社区便利店成为政府力推的重点项目之一。政策机遇下,企业也将目光转向了便利店、社区店等小业态商业。京客隆方面表示,小规模、精细化的社区店和便利店是未来零售增长点,2016年京客隆将继续利用实体店铺资源,创新小型业态发展。据了解,截至2015年底,京客隆拥有零售店铺总数为261家,其中包括便利店174家、综合超市73家、大卖场12家。

便利店的火热已传遍了整个零售行业,成为诸多零售巨头的新欢。湖南商业连锁步步高

在跨省收购了广西南城百货后,步步高云猴网董事长王填表示,计划年内在湖南开出1万家便利店,除了自己开店,还将当地的便利店品牌做整合。中国零售行业的发展将更加注重新型业态,麦德龙中国区总裁席龙表示,麦德龙旗下的便利店业态“合麦家”将通过特许经营模式快速推广,便利店已经被列为麦德龙2020年发展愿景的五大业务之一。

北商研究院认为,从表面看电商从线下抢走的是市场份额,本质上是消费者的流失;超市行业采取诸多手段改善消费环境、提供更加便利化的购物方式,本质上是在争取消费者。超市行业去年便达成了一个共识,那就是新零售环境下,回归商业本质是转型的一个关键所在。因此,对于企业而言,运营精细化、创新能力强、转型速度快将会助力企业更快走出困局。

(中国经济网)

## 商超资讯

# 伊利新品进军大型商超



近日,全球乳业十强伊利集团携手世界500强连锁零售巨头沃尔玛,在沃尔玛深圳蛇口店召开伊利QQ星儿童风味酸奶新品发布会。该款新品不仅在沃尔玛抢先上市,还将在沃尔玛店面抢先开展售卖。

本次QQ星新品携手沃尔玛,实现新品在沃尔玛的优先上市,是双方共同达成战略合作共识所为。一方面基于沃尔玛百货采购部门的重要策略——赢在新品,并愿意给予伊利全方位的支持;另一方面则是基于伊利作为沃尔玛的战略合作伙伴和沃尔玛常温液奶品类的品类舰长,非常关注沃尔玛新品策略,并将QQ星常温酸奶于沃尔玛全国门店独家提前上市。

沃尔玛大卖场高级采购总监谢永杰也表示:伊利一直秉承为消费者提供健康食品的理念,不断推出健康美味产品以满足广大消费者的需求,而这也正与我们公司的服务理念不谋而合。沃尔玛一向以持续改善消费者的生活品质、引领现代与健康的生活方式为己任。相信我们的合作会为大家提供更优质的服务与产品。

(新华网)

本报讯 凌应敏 日资零售巨头永旺日前发布2015年财报显示,集团营业额由2014年的88.16亿港元增加1.8%至89.75亿港元;净利润由2.58亿港元下跌64%。其中香港业务的收益减少1.7%至38.2亿港元;内地业务收益则上升4.6%至51.52亿港元,净利润为220万港元,由2014年净亏损2430万港元实现扭亏为盈。

对此,永旺集团方面表示,营业额增长主要是由于集团在中国市场的现有店铺稳定增长所带动,受惠于产品组合的改善。净利润大幅下跌主要由于集团经营成本的增加以及开设新店产生开业前支出所致。

永旺集团中国区总裁羽生有希曾表示,永旺在中国市场的发展进入快车道,集团方面计划2020年在中国开出50家购物中心。但在商业中心招商难、风险大、竞争激烈等压力面前,永旺能否在商业地产洗牌期扭转颓势依然是个未知数。

永旺集团方面表示,继2016年2月在番禺开设了一家新店后,集团计划于今年下半年在广东省的主要城市,包括广州、东莞及罗湖开设三家新店。面对香港零售的压力,集团将加速推广自家品牌TOPVALU的产品及由集团引入的其他品牌产品以增加销售额。

# 永旺在华净利下跌