

北京超市便利店需要更多服务

在生活性服务业的各个行业中,超市便利店是连锁化和标准化程度最高,也是相对规范的一个行业。不过,相对于北京超过1万亿元的社零额来说,超市便利店的局限性也显而易见,网点不够密集,提供的便利服务不到位,行业标准规范的缺失也导致个别经营业务成为消费者吐槽的集中地,比如便利店早餐或者其他即食商品的废弃时间等。

品牌集中 密度不够

北京市场上,超市便利店品牌格局基本确定,物美覆盖全城,京客隆主要服务朝阳区消费者,海淀区由超市发一家独大,外资超市如沃尔玛、家乐福等集中在优势位置,鲜少去边缘区域。顺天府、华冠、首航等数量相对较少,多服务丰台区、房山区等消费者,但也形成了规模连锁之势。除此之外,各个社区楼下非连锁品牌的超市也不在少数,但是对于北京2000万人口来说,上述连锁品

牌的超市不到千家,无法满足更广泛的需求。

京津冀协同发展作为超市品牌提供了一条扩张的思路。据记者了解,2015年12月至今,物美已经开出了18家门店,截至今年年底,物美预计新开门店50家。“这50家新店主要位于大北京地区,即京津冀范围内。”物美方面向记者表示,“新开的50家门店里,一半左右是大卖场,其他为生活超市和便利店,门店签约已经完成了大部分。”

便利店需更多服务

按照规划,2017年年底前,北京将在零售行业培育5家年销售额超过60亿元的连锁超市,以及3~4家门店超过200个的连锁便利店企业。一方面是来自政府的政策支持,另一方面是消费需求激发,北京便利店的爆发式增长已经显现。

北京便利店市场火热的一个侧面便是新晋连锁品牌不断增多。但是相比日本和我国台

湾的便利店,北京便利店在门店密度和承载的服务方面还不够“便利”。北京对便利店租赁的房屋用途上有一定限制,选址并不是一件容易的事情,尤其是在多品牌集中涌现并扩张的时候,合适的门店可能会受到多家便利店开发人员的追逐,从而价格一升再升。另外,便利店承载的服务项目还需要更多,以南方城市一普通便利店品牌为例,顾客在门店可实现体彩自助购买,银行积分消费,拉卡拉终端购买火车票、飞机票、演出票,自助缴费,顺丰快递自寄自提,洗衣O2O等。但是在北京的便利店门店内,只有部分门店提供包裹自提和拉卡拉缴费,大部分便利店仍然是以商品售卖为全部业务。

对于便利店来说,虽然是一个成熟的品牌连锁行业,但是相关的便利店行业标准还不完善。今年3月,北京好邻居、全时便利店被曝光关东煮等食品超过废弃时间依然进行售卖,随后相关人员被处置,企业被食药监局约谈。但是有业内人士称,关东煮等即食食品的保存期限

大部分是企业自己制定,在某一段时间内食品风味会得到保证,过了期限并不代表食品安全会出现问题,但是确实与企业承诺不符。据了解,便利店行业的相关标准规范正在由中国连锁经营协会制定,届时行业内的一些问题将得到有效制约。

互联网延伸服务

即使有一定的消费需求,门店扩张也需要谨慎考虑房租、人力等各项成本,对于传统零售企业来说,迅速扩大门店规模不是一件容易实现的事情。从2015年开始,超市相继自建电商渠道,同时京东到家、多点Dmall、小e到家、百度外卖等诸多O2O公司的兴起为超市覆盖更广泛的人群提供了一条思路。

截至目前,北京市场上,物美、美廉美、华普、华冠、顺天府、乐天玛特等多家超市已经与上述O2O企业建立合作。来自超市发的数据显示,接入O2O平台后,单个门店销售额最高提升在20%以上。对于艰难度日的

超市来说,这个增量尤其明显和珍贵。便利店也搭上了移动互联网的顺风车,而全时便利店、邻家便利店打造了基于手机端的移动便利店,店内商品可以在线上下单,由工作人员在指定时间范围送达。全家便利店虽然进入北京时间较晚,但是已经开始尝试与百度外卖等第三方平台合作。

值得注意的是,O2O公司为消费者提供服务的基础是超市自有商品,大部分O2O公司和超市的后台系统并不完全一致,在手机端看到的商品页面只是超市内上万个SKU的一部分,尤其是生鲜类商品,比如鱼类、肉类、蔬菜、水果等。另外,超市行业常常将运营低迷归因于电商冲击,事实上,超市没有根据消费需求变化及时调整商品结构,导致消费者在店内买不到需要的商品是本质原因之一。因此,即使借助互联网扩大门店服务半径,最核心的依然是商品开发和管控能力,而这本质上是对消费需求的洞察。

(联商网)

商超资讯

家乐福华南物流中心年底将建成

本报讯 王晓梦 家乐福中国供应链·华南物流中心近日启动,预计今年年底将建成。该物流中心有望成为家乐福中国公司在华南供应链的枢纽,形成辐射珠三角经济圈及福建、海南等省份的物流配送网络。据悉,这个物流中心位于广东省东莞市洪梅镇,一期仓储规模2.1万平方米,预计一年后总

面积将达3.2万平方米,建成后年均运输量约8万吨,将为在粤、琼、闽三地30家门店提供全面支持。资料显示,2014年以来,家乐福中国已按计划在东、西、南、北、中建成了5个物流中心,到2016年年底,家乐福中国完全建成的6个物流配送中心配合六个大区域商品采购中心,可实现对全国200多家大卖场的覆盖。

红旗连锁暂不新建物流中心 发展良好

日前,红旗连锁发布了投资者关系活动记录公告,红旗连锁董秘曹曾俊表示,公司目前的物流中心能满足门店配货需求,短期内不会新建,但会对现有的物流中心进行升级改造。

此外,曹曾俊还介绍了红旗连锁线上销售情况。其表示,在线上销售方面,通过红旗连锁APP购买特产的用户比较多。

据了解,红旗连锁的门店以社区及其他人流量集中区域为主,门店大部分属于租赁,自购门店占比较小。曹曾俊告诉投资者,成都的租赁价格今后应该会有上涨,但公司因经营稳定以

及在四川地区口碑较好,一般租赁的门店价格低于同区域其它门店租赁价格。曹曾俊还称,红旗连锁门店全部自营,没有加盟店,未来会考虑收购来扩大市场,但收购主要以便利店为主。

事实上,今年以来,传统零售的“寒冬”仍在继续,各个零售企业均有不同程度的关店现象,红旗连锁也不例外。对此,曹曾俊表示,红旗连锁关店情况较少,关店也主要是受门店租赁期限、城市建设等因素影响。针对销售较好的门店由于以上原因关店的,一般会就近补充新店进行替代。(中国连锁经营协会)

行业动态

大型零售企业5月零售额下跌4.1%



零售业仍未走出低迷状态。根据中华全国商业信息中心的监测数据,5月全国50家重点大型零售企业零售额同比下降4.1%,增速相比上月回落了7个百分点,低于上年同期4.5个百分点。其中,零售额同比正增长的企业为10家,相比上月回落了5家。

分品类来看,全国50家重点大型零售企业所有品类零售额均为同比下降。

5月,粮油、食品类零售额同比下降1.6%,但降幅相

比上年同期收窄了0.6个百分点;服装类零售额同比下降4.9%,增速低于上年同期9.1个百分点;化妆品、日用品零售额分别同比下降1.8%和6%,降幅较上年同期均有所扩大;金银珠宝类零售额继续大幅回落,增速为-20.9%;家用电器类零售额同比下降10.2%,是今年以来的最低月度增速水平。

以5月的数据情况来看,2016年下半年我国消费品市场持续下行的压力较大。

从部分零售企业发布的一季度财报可以看出,业绩均不理想。一季度全国50家重点大型零售企业零售额累计同比下降5.2%。根据联商网统计,截至今年3月底,已发布财报或快报的88家上市公司,按营收与净利两个指标分析,营收下降面为47%,净利下降面为60%,营收与净利双降面为33%,亏损面为15%。分析认为,今年的零售业发展已经深度探底,但远未见底。

(中青网)