

实体零售业如何度过“寒冬”？

当消费者沉浸在“双十一”和“黑色星期五”的狂欢之时,被笼罩在阴影下的传统实体零售店生存形势更加严峻。日前,家乐福在中国六个城市的合资公司的股权遭到中方股东抛售,曾经的“香饽饽”成了“烫手山芋”。部分业内人士认为,相比通过小型业态和生鲜服务突围的本土超市,部分最先进入中国市场的外资大卖场却在“关店潮”中错失了“转身”良机,但也有专家认为,外资零售巨头不会放弃中国市场,关掉业绩不良的店面有助于它们减负前行,布局多业态。

外资巨头陷入“亏损”泥沼

曾在中国市场叱咤风云的外资零售巨头们,正轮番上演集体败退的戏码。近日,家乐福合资公司股权遭中方股东打包抛售,辽宁成大近日发布公告称,拟以4.2亿元出售所持家乐福全部股权,包括沈阳家乐福35%股权、大连家乐福35%股权、长春家乐福25%股权、哈尔滨家乐福17%股权、杭州家乐福20%股权、宁波家乐福20%股权。今年上半年,上述六家家乐福合资公司已有5家陷入“亏损”泥沼,累计亏损额近1亿元。其中,沈阳家乐福亏损达6380万元;哈尔滨家乐福则是唯一一家盈利的。

有业内人士分析,目前看辽宁成大投资股权的上述家乐福公司大多经营业绩不佳,而且从发展趋势看,超市在电商的冲击下



业务有可能进一步萎缩,盈利前景不确定。辽宁成大此次全部转让,以使公司的业务结构更优化。

作为最早一批进入中国市场的外资百货公司,百盛集团在国内发展20年后,旗下的多家店铺不得不关店歇业。2012年,百盛上海虹桥店宣布停业,此后,百盛在国内以平均每年三家的速度关闭分店。公开资料显示,从2012年至去年年底,百盛在中国市场至少已经关闭了8家门店,今年百盛又关闭了4家店。另一外资零售巨头沃尔玛在去年财报中现出现1980年以来的首个年度销售下跌,今年1月份,沃尔玛宣布关闭全球269家门店,这也是近年来沃尔玛关店数量最多的一次。

关店转型进军多业态

不断亏损的外资巨头通过

缩减门店延长生命线,但在部分业内人士眼中,“关店”并不意味着大卖场业态已死,反而使得重资产的大卖场可以在其他渠道轻松上阵,发展更多业态。

在多业态布局上,外资零售巨头的选择也逐渐多元化。沃尔玛除了大卖场之外,还经营山姆会员店和购物中心,山姆会员店也成为沃尔玛的盈利来源,从今年4月开始,山姆会员店会员费用由原来的150元/年增加至260元/年,以吸引更多高端消费者,中国山姆会员商店首席运营官文安德对媒体表示,在提高年费后,会员平均每次进店消费额增长了8%。

在中国消费升级的大环境下,沃尔玛押注中国高端消费者,重塑山姆店这一招走通了,沃尔玛方面透露中国的山姆会员商店是其全球增长最快的业

务,山姆会员商店目前拥有180万中国会员,年增长率在10%到12%之间。沃尔玛首席执行官董明伦认为山姆会员商店在中国市场的潜力超过其他任何地,沃尔玛计划三年内把中国山姆会员商店的数量增加一倍多,达到35家。

凯度消费者指数在近日发布的《2016年中国购物者报告系列二》中指出便利店等小型零售商、家乐福Easy便利等新兴零售业态以及类似于屈臣氏的专卖店驱动了2015年快速消费品行业的增长,与沃尔玛的山姆店相比,家乐福更趋向“小业态”。家乐福Easy Carrefour是超市与便利店的结合,既能符合现代人“即买即走”的属性,品类又比一般的便利店要齐全,这一轻量级的经营模式在社区经济中优势突出。家乐福集团副总裁、中国区总裁兼首席执行官唐嘉年指出,大卖场的发展还是有前景和空间的,便利店在一线城市有发展空间,外资零售商并不打算放弃中国市场,按照家乐福的计划,Easy Carrefour将会集中在一线城市,今年开出35家到45家门店。

渠道下沉加码线上

尽管实体零售整体表现疲软,在凯度消费者指数的报告中,发迹于台湾的大润发2015年却以12%的势头增长,业内人士分析认为,大润发避开一

线城市选择市场空白点,从中心城市的周边、新区,还有三四线城市开始布局成为其开拓中国内地市场的重要转折点,相对而言,三四线城市竞争小,成本低,只要人口数量、消费能力能够支撑,比一二线城市更加有潜力。大零售商们的渠道下沉还有另一层面上的意义,中国人民大学商学院副教授王强认为,发达地区农村居民对新型零售业态的接受程度逐渐增强,新型业态在一定条件下对拉动农村消费具有决定作用。

早在2013年,大润发就自建网购平台“飞牛网”,凭借实体店的密集优势实现线上线下融合,中国区发展总经理洪万康看来,电商是零售企业必须要做的,电商对大润发的业绩影响虽然不是很大,但这是行业趋势。

董明伦在接受记者采访时提出了这样的构想:沃尔玛要发力电商,未来更像一家科技公司,家乐福中国也于本月初公布了全新的slogan:“有一种信任叫做家乐福”,百盛集团亦在谋求转型,2015年就表示要加强三个策略支柱,即零售业态和网络优化、产品和服务种类的增加以及加强跨平台客户互动,在中国消费者习惯发生巨变以及越炒越热的“关店潮”之下,外资零售巨头开启了各自的转型之路,虽然不如本土零售商“船小好调头”,但也颇为“接地气”。(新华网)

商超资讯

苏果超市启动冬季「菜篮子」保供工作

本报讯 进入冬季以来随着气温下降,给果蔬肉蛋等民生产品的采摘、运输带来一定的压力。为保证市场供应,苏果已于日前全面启动冬季“菜篮子”保供工作。

为了保障货源充足价格稳定,在雨雪天气来临前,苏果超市已经向江苏、山东、安徽、河南、内蒙古、广东、福建、湖北等省的400多个大型生鲜供应商及基地落实货源,及时组织和调运商品,以确保市场供应不受天气影响。

目前苏果超市共落实货源总量达到1万吨左右。其中水果备货量达到4000吨、蔬菜3000吨、蛋品1200吨、肉品1500吨、水产品400吨,可以满足雨雪天气下两周的供应量。

此外,为了确保“菜篮子”价格不发生较大波动,苏果在江苏省50多家大型购物广场开设的“惠民菜”、“平价菜”专柜,每天都会推出10种低于市场价15%的蔬菜,以确保价格稳定,给老百姓吃上“定心丸”。

步步高未来瞄准线上线下协同发展

步步高三季报显示,今年前三季度公司新开超市门店24家,百货门店4家,开店规模较上年同期大幅增加。

“线上消费在价格和海量选择方面有优势,但当前消费已经升级,体验感、品质感都很重要,而这正是线下消费的优势,也是步步高在行业紧缩背景下,仍扩张线下门店的原因。”步步高董事长王填介绍。

记者了解到,在今年双“十一”期间,步步高推出的“靠谱购物节”,11天销售总额达到11.26亿元,同比增长83%。

王填介绍,从百货到购物中心,从线下到线上,消费趋势一直在变化,消费创新一直在继续,这就要求零售行业不断进行消费形式的革命,以满足消费升级。实际上,这种“革命”也一直在继续。而面对这种消费创新、变化的趋势,步步高则开放心态,考虑

的是线上和线下融合,而不是对抗,以引领零售行业发展新趋势。“未来零售行业线上线下必将走向平衡。”

此外,步步高近年来围绕开放、共享的发展理念,动作频频。公司先后与万达、百度、当当网等签订了战略合作协议,并发起全球联采、控股南城百货、收购萍乡心连心、参与重庆百货定增等。

(中国连锁经营协会)

麦德龙将首次参与“支付宝双十二”狂欢

麦德龙中国日前宣布,今年将首次加入“双十二支付宝口碑全球狂欢节”活动。

据悉,12月10日至12日活动期间,麦德龙全国86家会员制商场将推出使用支付宝付款即可享受包括购物满额送券、数百款商品买一送一等优惠活动。

随着“互联网+”的全面到来,移动支付已经渗透到日常生活的方方面面,日渐成为线下零售的趋势。作为全球现代商对商批发业务的领导者,为适应顾客需求,麦德龙不断调整业务模式,并积极加入O2O市场

布局,升级支付方式,为顾客提供便利。今年1月起,包括支付宝和微信在内的移动支付方式在全国麦德龙商场陆续上线,并于6月完成全国86家会员制商场全面覆盖,全方位地为消费者带来更便捷的移动支付体验。

(联商网)