

零售新格局——生鲜成传统商超必争之地

电商和传统零售的界限越来越模糊,企业跨界屡次刷新力度,同时区域性零售的全国性扩张步伐也出现明显进展,未来几年,全国性零售市场将会有大的调整和重组,毫无疑问,这将带来新的零售格局。

作为零售业的主要业态,超市在2016年持续了之前的业绩下滑态势,但是从跌幅来看,已经出现缓和趋势。一方面是因为过去几年零售商在商品运营、渠道融合以及消费挖掘上的努力出现效果,线上线下渠道布局完善;另一方面则是电商影响逐渐减弱,线下体验性增强使得消费回流。

电商冲击弱化

正在上行渠道的超市品牌如永辉超市去年上半年实现营业收入245.17亿元,比2015年同期的208.35亿元增长17.68%;净利润为6.7亿元,比2015年同期的5.26亿元增长27.19%,表现良好。物美超市退市后不再公布业绩,不过根据其对外资料显示,去年9月物美实现了6.8%的同店可比销售增长,向上势头明显。

沃尔玛2016第二财季在中国的总销售额增长超过2.3%,比平均客单价增长5%。家乐福中

国则有更多压力,2016年一季度,中国区销售额27.08亿欧元,同比下降12.8%;2016年二季度,中国区销售额为11.27亿欧元,同比下降15.5%。内资超市也有顶压前行者。联华超市2016年上半年实现营业收入140.83亿元,同比微增,但从净利润角度来看,2016年上半年联华超市实现净利润294.4万元,同比下降86%。

多业态并行

多业态、多渠道成为超市的普遍做法。京客隆将原来部分社区门店改成“京捷生鲜”店,这是京客隆最新尝试的生鲜超市业态,聚焦生鲜、厨房食品和用品。超市发去年重新定位业态,将门店重新划分为5个业态,分别是社区超市、生鲜超市、生活超市、食品超市、综合超市。

从渠道上看,电商渠道已经不再成为传统零售的热门话题,继续推进电商是2016年各大零售商的统一策略。家乐福2015年5月开始在上海进行网上商城内测,同年6月正式上线。2015年12月28日,家乐福网上商城APP正式上线。在上海运营了将近一年后,家乐福网上商城和APP开始向外扩张,EASY家乐福也开始随之拓展。

沃尔玛在去年3月上线了跨境电商“全球e购”,利用其全球供应链资源来满足国人对跨境消费的热度。

生鲜异军突起

去年最为火热的小业态当属生鲜专业店,根据消费需求和 trends,生鲜这股热潮还将持续下去。在北京市场上,京客隆“京捷生鲜”已经开始复制改造,超市发将生鲜超市划为一个细分市场,同时,首农集团也设立了截至2020年开出至少50家首食生鲜门店的目标。

生鲜产品一直是北京消费品市场中最重要品类之一,与其他品类相比,生鲜品类的门店重复购买率更高,此外60%的消费者表示在购买生鲜时会交叉购买其他零售品类,生鲜产品是最有效的引流武器。一些生鲜电商如许鲜、优食管家等也陆续走向线下,铺开线下门店。果多美已经开放加盟,并且设置了旗舰店、精品店和有水果自动售卖机的mini店,以不同的类型最广泛地覆盖市场不同人群。另外,目前门店仅有个位数但单店销售破亿元的果蔬好品牌走中高端路线,考虑到消费升级以及有联想投资的支撑,果蔬好也是未来北

京生鲜市场值得期待的一员。

政策加码

北京连锁品牌超市和便利店将受益于政策的扶持。首先,便利店在餐饮项目经营上之前一直受制于北京市食药监局严苛的审核,不过,去年8月,市发改委、市财政局、市规划委、市工商局、市食药监局6部门共同出台并联合印发了《关于进一步促进连锁经营发展的意见》,关于便利店搭载简餐服务的食品经营许可证正在修订,之前市商务委和市食药监局已进行了将近一年的协调。另外,对于新建或者升级连锁超市、便利店、社

区菜店等网点,北京市商务委将对符合条件者给予最高不超过500万元的补贴。

另外,去年9月国务院发布的《降低实体经济企业成本工作方案》中提到,合理降低企业税费负担、降低人工成本、降低制度性交易成本、打破地域分割等,从八个方面提出了降低实体经济企业成本的具体措施,对于面临着高成本压力和销售难题的实体企业来说,此类政策的后续实施,多数超市企业都将直接受益。按照国务院的规划,三年左右使实体经济企业综合成本合理下降,盈利能力明显增强,产业竞争力进一步提升。

(联商网)



商超资讯

物美将开工建文化娱乐地下MALL

2013年10月,北京首个人市交易的地下空间项目经现场竞价后由北京物美置地房地产开发有限公司以3.22亿元竞得,近日记者发现,该地块环评已经通过并公示,这个约8万平方米的文化娱乐地下MALL预计明年投产。在此之前,北京地下商业多为防空洞改造或者与地铁相连的小型商业。

有分析认为,越是成熟市场,

有价值的空间就越稀缺,地下商业开发的商业价值就越大,但目前北京还没有示范性、引导性的地下商业项目,另外,现在地下商业依然主打零售,和地上商业并无区别,所以也难成气候。

而目前北京已经进入地下商业开发的第三个阶段,也就是突出地下商业的阶段。据北京商业经济学会秘书长赖阳介绍,现在

很多购物中心将地下作为很重要的开发部分,比如国瑞城的中厅就设置在地下二层。在赖阳看来,之前的地下商业项目是为了趁势打造,而现在的地下商业项目是在城市规划的前提下,增加商业容积率面积,有价值的土地越来越少,往下开发是一个趋势性的思路。

(中国连锁经营协会)

家乐福将在华成立新公司

近日,上海外商投资领域再传喜讯,由Carrefour China Holdings N.V.投资的家乐福(中国)超市投资有限公司在上海普陀顺利完成外商投资企业设立备案手续。标志着法国家乐福集团在华投资由大型商业超市单一业态向超市与便利店双业态并举发展迈出坚实的一步。

据悉,新注册的家乐福(中国)超市投资有限公司注册资本为5000万元人民币,其投资方的母公司为法国家乐福集团。作为大型综合超市概念的创始者,家乐福集团是欧洲第一、全球第二的跨国零售企业。当前家乐福在全球不同国家有众多业态,包括大卖场、超级市场、折扣超市、便利店等。早在2003和2004年,家乐福先后将折扣超市迪亚天天和生鲜超市冠军超市引入中国进行本地化经营。不过,迪亚天天目前退守上海,冠军超市在两年试水后也撤出北京市场。

为了加快在中国的转型步伐,家乐福集团拟加大便利店业务投资,而本次新成立的家乐福(中国)超市投资有限公司将主要致力于该领域的投资及管理。在未来5到10年间,家乐福将在中国开设1万家便利店,从而发展成为中国超市行业中极具业态组合优势的领军代表。

(红商网)

来伊份去年营收同比增3.51%

本报讯 2月14日,上海来伊份股份有限公司发布2016年度业绩快报公告。

公告表示,2016年公司经营继续保持稳步增长的态势,实现营业收入32.37亿元,较上年同期增长3.51%;营业利润、利润总额、归属于上市公司股东的净利润比上年同期分别增长4.61%、

7.18%、1.90%。

2016年前三季度,公司实现营业收入23.36亿元;归属于上市公司股东的净利润80.17百万元,比上年减少2.45%。经营活动产生的现金流量净额1.42亿元,比上年增长36.54%。基本每股收益0.45元/股,比上年减少2.17%。

来伊份是一家经营自主品牌的休闲食品连锁经营企业,于2016年10月12日登陆上交所,为主板“零食第一股”。截至去年6月,来伊份及其子公司先后在上海、江苏、浙江、北京、安徽等地区开设连锁直营门店2111家,特许经营加盟门店160家。公司会员人数达1300万。