

一季度我国快速消费品市场仍面临挑战

凯度消费者指数最新数据显示:今年第一季度中国快速消费品市场销售额同比增长仅达1.7%。在今年前三个月,中国GDP同比增长6.9%,受益于政府基础设施投资和楼市的火爆,略超预期。尽管整体经济呈现一定的复苏,中国快速消费品市场仍面临巨大的挑战。

现代渠道(包括大卖场、超市和便利店)在第一季度呈现微增长,增幅为0.3%,很多大型卖场仍然无法吸引消费者回到实体店铺。从城市级别来看,省级市和地级市增幅较大,整体增长2.5%。在所有地区中,西部和北部地区增势相对较为乐观,分别增长了2.9%和3%。

追随者正挑战领军零售企业地位

一季度中国前五大零售商中,高鑫零售、华润万家集团和沃尔玛市场份额均无变动。家乐福的市场份额在一季度比去年同期下降了0.1个百分点。本土零售商永辉集团增长强劲,市场份额从去年的2.6%增长到了3%。

在过去三个月永辉33家新店的开张,进一步帮助其扩大市场份额。永辉宣布要继续开设二百多新店,覆盖不同的业态,满足不同的顾客群体和购物需求。同时,永辉在试水会员店和永辉超级物种(未来超市+餐饮的全新业态)以吸引追



求享受和购物体验的中产阶级消费者。今年四月,永辉还与中百成立了合资公司,进一步发展高端超市,并加强在湖北省的供应链合作。

今年第一季度,其他本土零售商也纷纷交出亮眼的战绩。总部在湖南的区域零售巨头步步高第一季度增速达16%,有12家门店新开张,并大举收购川渝地

区的综合性零售商梅西百货。这表明步步高希望立足湖南,积极实现“大西南”的扩张战略,而在整个西南地区现代零售渠道仍然有非常巨大的整合空间。

去年区域零售龙头物美在北方地区开设了18家新店,并积极开拓在华东的业务。最新的数据显示,物美的市场份额由1.5%上升到1.7%。致力于发展自愿

零售连锁模式的SPAR中国在四川德惠和广东嘉荣等成员的推动下,其份额也由1.3%提高到1.5%。随着云南金方集团的加盟,SPAR将在云南和贵州得到进一步扩张。在本土零售商的大举进攻下,国际零售商市场份额由去年的10.8%进一步下滑到今年的10.1%。

电商增长仍然瞩目线上线下相互融合

凯度消费者指数的最新数据显示,今年第一季度,电商通路快速消费品销额增速仍达到35%。B2C电商中天猫仍保持领先地位,京东紧随其后,而一号店(现隶属京东集团)的顾客数量继续有所流失。同期对比,一号店渗透度从去年的1.7%下降到1.5%。

电商平台在快速消费品市场中仍保持较高的增速,但主要电商也面临整体交易总额(GMV)能继续保持高速增长的压力。因此,他们也在线下持续发力,通过收购线下实体零售商或者进入批发流通环节来整合线下零售格局。

四月京东宣布整合100万家下线城市和农村地区的传统便利店,为这些仍然依赖传统批发系统的零售店提供进货和品牌支持。这一大胆的布局如果成功,将可能改变目前传统零售业态的版图。

(联商网)

商超资讯

王府井一季度营收上升10.94%

本报讯 日前,王府井百货发布今年第一季度财报,今年1月1日至3月31日,王府井百货实现营业收入52.51亿元,同比上升10.94%,归属于股东的净利润为1.9亿元,同比增长1.52%。

报告期内,王府井新开1家门店,今年3月16日,王府井与塔博曼郑州(香港)有限公司共同建设运营的熙地港(郑州)购物中心项目对外营业,该购物中心的主力百货店郑州王府井百货熙地港店也在同日对外营业。

除了与塔博曼郑州(香港)有限公司合作外,王府井还与长春东方及北京

远坤签署相关合作协议,注册设立合资公司长春王府井远洋商业投资有限公司,公司投入注册资本3000万元,持有60%股份。

此外,王府井报告期内还重视超市业态的发展,根据财报,王府井与河南爱便利信息技术有限公司、北京美邻优品文化传媒有限公司签署协议,合资成立合资公司,借助公司影响力和资源优势,共同发展便利店业态。

同时,王府井拟对“711”合资公司增资6000万元,本公司股权占比25%,增资1500.75万元。

新华都海物会在福州开业

5月10日,新华都海物会在福州开业,新华都购物广场股份有限公司董事长&总裁上官常川、新界餐饮管理有限公司董事长林伟民等嘉宾出席了海物会开业仪式。

据悉,新华都海物会位于福州市五四路华城国际大厦5楼,是新华都和福建餐饮企业“新界”合资组建的“餐饮+超市”的全新业态,其以打造美食集市与食材集市为宗旨,致力于为消费者提供高性价比的美食。

通过垂直供应链体系,海物会将为消费者提供全球直供的各种生鲜食材

及半成品食材,在5000平方米的豪华实景体验空间内海物会打造出“一区一景”的特色场景区,精致日式风、港式叮当车、英伦贝克街、法国香榭丽舍等不同场景让人流连忘返。

同时,海物会利用智能科技将水族馆搬进了餐厅,500平方米的海鲜区内,有多达150多种的海鲜品类,消费者可选择亲自动手打捞海鲜,通过高科技轨道运送至厨房,由米其林一星专业厨师团队烹饪食材,让顾客得到极致的消费体验。

(红商网)

华联综超上市16年首度亏损

本报讯 华联综超日前发布了2016年财报显示,在报告期内,公司实现营业收入123.58亿元,同比下降7.89%,实现净利润-2.60亿元,同比下降590.19%。这是自华联综超2001年上市以来首次遇到净利润负增长。

目前,华联综超在北京、内蒙古、广西、江苏等多个城市拥有超市门店167家,超市品牌为BHG,其中生活超市140家,高级超市27家。

华联综超对亏损原因的解釋是:营业收入下滑主要是零售行业竞争激烈以及其他渠道的分流等原因导致门店来客下降。净利润下滑是由于毛利额

下降、营业外收入下降以及营业外支出增加所致。其中,营业外收入下降是因为公司上年出售武汉中华路房产产生收益,营业外支出增加基于关闭亏损门店、处置资产、退租等原因。

分区域来看,华联综超在全国7个大区中,仅有华北和西北两个区域的营收增幅为正,其他均为负数,华南区域的营收较上年同期下滑最多,达14%。

作为应对,华联综超采取了关闭亏损门店的方式止损。去年,这家超市品牌共关闭门店23家,其中有13家系经营亏损所致,其余闭店原因还包括经营调整和业主解约。

永辉O2O会员店升级2.0版

本报讯 近日,位于上海市长宁区新华路60号的永辉生活店开业,据悉这是永辉生活店在上海开出的第二家门店。该店营业面积200平,为永辉O2O会员店的升级版,在永辉内部永辉生活被称为永辉O2O会员店的2.0版本。

永辉超市相关负责人说:“考虑到永辉APP的名称为永辉生活,而O2O会员店的定位就是解决消费者生活所需,门店更名为永辉生活,实现线上线下品牌识别统一更方便消费者理解”。而据一位资深零售人士认为永辉本次门店更名是为了淡化“会

员”概念。

2015年11月18日永辉O2O会员店第一家门店在上海开业,经营面积在200平左右,为顾客提供购物、餐饮等一站式服务体验。这是永辉适应消费新需求的一种尝试,不仅提升了商品档次和品质,而且引进汉朔智能电子价签,强化信息技术升级,打通线上线下消费闭环。除提供消费者日常生活所需外,永辉O2O会员店还提供线上下单,满79元1.5公里内免费送货,也可以到店自提。随着永辉O2O会员店得到消费者的热捧,后续永辉在上海和北京开出30多家O2O会员店。