

便利店是否迎来发展新高峰？

在实体经济普遍低迷之际,通过互联网实现更多增值服务的便利店,今年以来总体规模不断增长,特别是在西安、郑州等中西部城市发展势头迅猛。发展已有数十年的便利店老业态,是否又站在了风口,迎来发展的新高峰呢?

便利店总体规模高速增长

日前,商务部发布了《中国购物中心发展指数报告》和《中国便利店景气指数报告》,对购物中心、便利店两个零售业态的发展现状、未来趋势进行了分析。其中显示,2017年一季度全国便利店景气指数为72.2,高出荣枯线22.2,体现出从业者对行业发展趋势总体持乐观态度。从2016年度城市便利店发展指数看,全国便利店总体规模高速增长,中西部城市发展势头迅猛、竞争进一步加剧等趋势明显。其中,郑州的增长率最快为33.3%,西安排在第七位,增长率达23.1%。

与其他零售业态对比来看,凯度消费者指数报告显示,目前中国零售市场除便利店以外,大多数线下零售渠道则几近零增长甚至呈现负增长,传统杂货店和大卖场的增长率分别为-10.4%和-0.2%,超市增速放缓至4%。从增速上看,2017年上半年零售业的风口非便利店莫属。

随后,记者从西安市商务局了解到,目前西安备案的便利店有1000多家,该数字不包括一些非品牌、连锁经营的单店。而因为便利店门店的更替率较高,造成具体店面数难以精确计算,估计该市现有的便利店总数至少在2000家以上,常见的连锁品牌包括有唐久、每一天、明喆、松林等。

传统零售企业电商大佬纷纷布局

在西安市含元路中段有一家今年新

开业的便利店,其尝试用“互联网+电商+社区+小超市+物流”的新模式,实现了线上线下一体化购物。“在网上提前下单,便利店就能够把所需要的货物提前准备好,下班回家时顺便一取,不用多绕路、不用排队等着结账打包,快捷方便,我觉得很好。”今年27岁的李喆说。

今年西安的便利店越开越多,从大街小巷到居民小区无处不在,这些新开的便利店除了经营单纯的超市业务外,不少增加了代收发快递、生鲜、烘焙甚至房产交易等综合业务。

家住西安市太华路·中海开元壹号李明表示,虽然便利店不少商品的价格比大超市贵10%以上,但因为工作忙,又常常加班,在家门口的便利店购买生活日用品和香烟、食物、顺便取快递是最省事省力的。

“国际上公认的便利店兴起条件有:人均GDP达到6000美元、单身者和双职工家庭增加等。而在国内,由于消费升级的驱动、人均可支配收入的增加,不少消费者对价格也不再像过去那样敏感,便利店又可满足消费者快速、碎片化的购物需求,符合快消品的销售模式,因此在年轻人居多的社区周边便利店比较容易开。”一位本土便利店的经营者房先生说,虽然西安市便利店开店数量这两年不断增多,80后、90后成为购买主力,但整体上讲,西安便利店的密度还远低于沿海发达地区的水平,有较大发展空间。

看中便利店发展前景的,除了各大连锁便利品牌外,电商大佬们也争相下手。早在今年2月,阿里巴巴就已与百联集团签署战略合作协议,重点拓展便利店业态。4月10日,刘强东宣布推出“百万京东便利店计划”,表示未来五年内要在全



设百万家便利店,其中一半要开在农村。这也是继万家京东家电专卖店、5000家“母婴体验店”后,京东计划上线的第三个线下合作项目。

老业态又迎发展新高峰

已经发展了数十年的便利店业态,为何忽然迎来新的发展高峰?

陕西诺可可网络信息公司CEO张鹏翔分析称,今年以来,随着地产不断升值,租金成本上升,加上人工成本、水电成本居高不下,面积小的便利店备受创业者、经营者喜爱。加之马云提出“新零售”的概念,指出未来实体与电商的界限将越来越模糊,线上线下融合才是发展之道,而居民,特别是白领青年群体每天都可能会接触到的便利店,被看作是连接线上线下的

绝佳场景。

同时,他指出,在城市房租成本不断走高的情况下,便利店的运营必须制定出平衡网点扩张同时维持利润的策略。“以我市一家私营便利店为例,每月单店租金至少在1万元左右;一个门店一般配备1名店长加3名员工,一个月的人工成本至少也得1万元,加上水电、损耗,这些都对经营收入提出非常苛刻的要求。”张鹏翔说,虽然从去年到今年,西安便利店的增长率较高,其单店销售、利润水平也较历年有所改善,但与一线城市相比差别仍然较大,下一步西安的便利店发展必须贴近目标客群的生活方式,细分商品、店群或子业态,才能维持利润增长和成本增长的平衡;快速开店与管理幅度的平衡,以及拥抱变化与抵制诱惑的平衡。(联商网)

■ 商超资讯

上半年零售市场企稳回升

本报讯 中国商业联合会和中华全国商业信息中心联合发布了2017年上半年全国百家重点大型零售企业数据,上半年零售业零售额有所增长。分析认为,实体零售市场企稳回升,但下半年的市场风险依然存在。

统计显示,2017年上半年,全国百家重点大型零售企业零售额累计同比增长3.1%,增速相比上年同期提升了6.3个百分点。其中6月零售额同比下降0.2%,降幅相比上年同月收窄了0.9个百分点。从上半年各主要品类商品销售情况来看,表现均好于上年同期水平,化妆品类零售额累计增长8.3%,增速快于上年同期7.9个百分点。

中华全国商业信息中心的监测数据显示,2017年一季度全国百家重点大型零售企业商品零售额累计增长2.7%,增速高于上年同期7.5个百分点。4月,全国百家重点大型零售企业零售额同比增长5.7%,增速高于上年同期3.8个百分点,相比今年3月也加快了1.7个百分点。5月,全国百家重点大型零售企业零售额同比增长5.3%,增速高于上年同期11.4个百分点。5月各主要品类商品零售额均实现同比正增长,且增速均明显高于上年同期水平。

中华全国商业信息中心认为,从今年前几个月全国重点大型零售企业的销售数据来看,实体零售市场企稳回升态势已经基本确定。但从6月单月情况来看,除化妆品外,其余品类零售额均表现为同比下降,且增速明显差于今年前5个月,2017年下半年零售市场风险趋大。

但是从目前的零售格局看,电商龙头与垂直电商表现依然亮眼;线上线下开始经历流量、成本再平衡,实体零售智慧化融合升级大有可为。

苏宁云商上半年社会化物流同比增长

本报讯 近日,苏宁云商披露的2017年半年度业绩快报显示,今年1-6月公司实现营业收入835.88亿元,同比增长21.64%,实现利润总额、归属于上市公司股东的净利润分别为3.27亿元、2.92亿元,同比增长251.58%、340.71%。报告期内,苏宁物流社会化营业收入(不含天天快递)同比增长152.67%。

苏宁物流服务效率持续改善,一方面通过新开山东、河南、浙江、

深圳、重庆五个区域小件物流中心并投入运营,带来“半日达”“次日达”配送服务时效产品占比持续提升,另一方面,持续打造“送装一体”等特色服务产品,践行“如约送”服务承诺,不断改进服务品质。

苏宁物流持续加强仓储能力建设,内江、常州物流区域配送中心、武汉自动化拣选中心投入运营,新开工建设大连、温州二期、乌鲁木齐二期物流区域配送中心,西

安二期、杭州绍兴二期自动化拣选中心。

苏宁云商集团董事长张近东在近日一个内部会议中曾表示,“由于率先实现了线上线下的融合,苏宁到了智慧零售成果全面落地和显效的收获时刻。”苏宁方面也表示,下半年公司还将继续聚焦用户体验、效益和效率的提升,加快销售的实现,进一步实现企业经营效益。

易观发布6月生鲜电商类APP TOP5榜单

每日优鲜月度活跃用户数连续5月位居第一

近日,易观发布2017年6月生鲜电商类APP TOP5榜单。榜单显示,每日优鲜月度活跃用户规模数仍在持续增长,以171.65万人的绝对领先优势处于生鲜电商第一位,中粮我买网和盒马分别以93.75万人、44.84万人的月度活跃用户数位居第二、三名。

从当下整体规模以及增长速度来看,“生鲜局”已从之前的“百花”逐渐向“寡头”切换。根据今年上半年易观和Quest Mobile发布的数据来看,每日优鲜的月度活跃用户规模持续增长趋势明显,已经连续5个月位

居生鲜电商第一。凭借全品类精选的商品策略和前置仓模式,每日优鲜已经成为生鲜电商领域的寡头。每日优鲜相关负责人向记者透露,每日优鲜复购率达80%,也是同行业目前最高水平。

虽然成立时间较短,但每日优鲜近两年增长速度非常快。据此前媒体报道,该公司在去年7月实现了规模化盈利。提及取得如此迅猛发展成绩的原因,每日优鲜市场部相关负责人介绍,“生鲜购买是即时性需求,用户希望所想即所得,每日优鲜一向坚持用户思维。在保证商品品

质的同时,每日优鲜2小时极速达的服务能够充分满足用户的即时性需求,现在80%的订单已经实现了1小时达。”

从过去几年来看,生鲜电商的成长轨迹几乎是伴随着消费升级的进程,消费者对于生鲜的需求从“吃饱”向“吃好”转变。随着80后、90后的“互联网原住民”逐渐成为家庭消费的主力人群,他们对生鲜商品的品质、服务等要求都在发生改变。而在消费升级的浪潮下,未来生鲜电商的差异化创新能力或将成为角逐的关键。

(中经网)