

# 2017 中国城市便利店指数发布

## 行业跨区域发展增速

随着社会消费需求的不断升级,城市居民对于商品及服务品质的要求也在不断提高。便利店作为最接近消费者的一种零售业态,可以为消费者提供更加便捷及时性的服务。其发展规模在一定程度上不仅可以有效解决消费者最后一公里的需求,而且可以反映出个城市服务居民生需求的水平。

5月23日,中国连锁经营协会发布了《2017中国城市便利店指数》。2017年调查的城市共计36个,涵盖中国大陆除拉萨市以外的30个省会城市、直辖市,4个计划单列市和两个其他城市。指数的核心数据为连锁品牌化的便利店数量、便利店数量的增速、24小时便利店的比例及政策支持力度;在此基础上,统计计算出了各城市的便利店发展指数。其中,长沙、深圳、太原、东莞、成都名列前五位。通过研究发现,2017年中国各城市便利店行业的发展呈现出以下特点:

**全国各城市便利店发展保持平均两位数的增长速度。**2017年,中国零售业的变革继续加大,便利店行业不断注入新概



念、新技术,再加上资本的助推,中国便利店行业继续保持着两位数的快速发展。

从统计结果来看,2017年便利店增长率超过10%的城市占到所调查城市总数的61.1%。其中,西安的便利店增长率达到了25.5%,是所有城市中发展最快的。

**一线城市便利店市场趋于成熟,二线城市发展差异较大。**从本次统计结果来看,一线城市上海、广州、深圳的便利店市场发展已趋于成熟,接近日本、台湾等国家和地区的便利店发展水平。近两年北京市商委持续推出的一系列扶持政策,积极改

善便利店营商环境,以及各大便利店品牌竞相进入北京市场,使得2017年北京市便利店的增速保持在了20.7%,是一线城市中发展最快的。

从全国范围来看,基于各城市人口、GDP发展的不同,再加上气候、生活习惯、消费水平差异等因素,二线便利店市场的发展呈现出参差不齐的现象。其中,西部区域城市西安、昆明、重庆是增长速度最快的三个城市,增速分别为25.0%、23.8%、21.3%。

**便利店行业跨区域发展增速,区域市场竞争进一步加剧。**随着国内便利店龙头企业的供

应链配送能力不断加强、后台系统技术持续迭代升级、以及商品开发水平的不断提高,2017年便利店企业跨区域发展呈现出加速趋势。跨区域发展使得品牌之间的竞争进一步加剧,这在一定程度上促进了便利店企业的充分竞争,有利于区域间的资源整合与品牌升级。

**全国24小时营业便利店比例有待进一步提高。**便利店作为最接近消费者生活的零售业态,在为消费者提供各种商品的同时,也为消费者提供着各种即时性服务。24小时营业的便利店对于服务消费者起着十分重要的作用。

数据显示,24小时营业便利店的区域性特点仍然很明显。南方地区城市的24小时便利店比例普遍高于北方地区。从全国范围来看,24小时营业便利店的平均占比仍然较低。作为一种便民服务业态,提高城市24小时营业便利店的数量对于提升城市便民服务水平有着积极的意义。

**便利店行业的可持续健康发展亟须相关配套政策支持。**从本次统计结果来看,针对便

利店行业营商环境较好的城市比例仍然较低,仅占所调查城市的25%。在店租与人力成本持续高企,竞争压力不断增加的环境下,便利店行业的发展仍然靠的是市场需求的自发驱动。行业发展速度与政府配套政策依然存在着不匹配的问题。在一定程度上说明政府对于便利店行业的关注度比较低,便利店行业的可持续健康发展需要政府相关配套政策的支持。

**城市民生服务质量已纳入国家考核范围,指数可提供数据参考。**2018年,农业农村部联合其它10部委,首次开展“菜篮子”市长负责制考核。参加这次“菜篮子”考核的城市基本与城市便利店指数的调查城市相同。“菜篮子”市长负责制考核的内容包括:“菜篮子”产品生产能力、市场流通能力、质量安全监管能力、调控保障能力和市民满意度五个方面。便利店作为可为消费者提供便利性服务的零售业态,其在城市中的发展规模也可在一定程度上反映出城市民生服务的水平。

(联商网)

## 麦德龙中国宣布启动全新自有品牌产品线

本报讯 5月15日,麦德龙中国宣布启动全新自有品牌产品线,发布了METRO Chef、METRO Professional和METRO Premium三个全新旗舰自有品牌。并宣布计划到2020年,麦德龙自有品牌产品将增至4600多种,销售额占比达20%。

自有品牌商品由零售商直接委托专业工厂生产,既减少了中间环节及品牌广告宣传等成本,并且符合消费者对性价比、差异化的追求趋势,因此被零售商纷纷加码。据了解,目前,麦德龙

中国已开发12个自有品牌、3500多款自有品牌产品,涵盖食品、洗化用品、厨房用品、办公用品等200余种商品品类。其中,METRO Chef主要覆盖食品品类,METRO Professional主要涉及非食品和洗化类的产品,METRO Premium是一个更高端的美食家级的食品系列。麦德龙计划2018年底上架1600个METRO Chef、METRO Professional系列的商品。根据麦德龙2017财年数据,该集团自有品牌销售额占麦德龙中国年销售总额的14%。

值得注意的是,麦德龙切入自有品牌市场的路径与其他零售商相比存在不少差异。与沃尔玛等零售商不同,麦德龙有一半比例的销售贡献来自企业客户,三大旗舰自有品牌也都是为了满足酒店、餐饮企业顾客严苛的需求而专门设计的。麦德龙中国总裁康德表示,麦德龙跟竞争同行比较起来的最大优势就是了解客户。在与酒店、餐厅等专业客户的日常交流中已经非常了解他们的需求,所以会根据他们的需求来开发产品。

## 生鲜电商易果集团运营中心落户烟台

本报讯 5月21日,中国第一家生鲜电商——易果集团运营中心正式落户烟台高新区。拥有大樱桃、苹果等众多“网红”水果的烟台,也正式成为易果集团新零售服务的战略执行地,对推动烟台生鲜产品销售,促进烟台电商行业发展,提升电商行业服务水平具有重要意义。

易果生鲜2005年创立于上海,2016年战略升级为易果集团,全面转型为垂直一体化生鲜运营平台,下辖云象供应链、安鲜达、易果新零售三家公司。目前易果新零售托管运营天猫超市生鲜区、苏宁生鲜、易果生鲜,同时为天猫一小时达、小米无人柜、好邻居便

利店、饿了么、钉钉等十多类零售端赋能,为全国超过50个城市、2万多个终端提供包括商品、物流、售后等整体生鲜解决方案。

“生鲜采购重在品质,线上生鲜采购贵在信心,”易果客服中心副总裁姚燕萍介绍,易果集团烟台运营中心面向全国,为中国亿万家庭的食材采购打造放心可靠的体验。

据悉,烟台“网红”生鲜产品种类丰富,产品网销领跑全省,目前全市电商企业已达3.9万多家,2017年上半年,烟台大樱桃网上销售额实现5.7亿元,同比增速高达44.3%,苹果网络销售13.6亿元,同比增长34.5%。

烟台市商务局一位相关负责人表示,“易果集团在为天猫、苏宁等平台服务中,积累了大量宝贵经验,形成了规范化、标准化的流程,这些专业化的服务可以为烟台本地生鲜电商企业提供有益帮助,有效提高烟台本地电商的售后服务能力和水平。”

“易果集团以打造生鲜云,赋能新零售为核心战略,推动中国生鲜产业升级,为零售端提供生鲜类目运营服务。”易果集团董事长兼首席执行官张晔现场表示,易果烟台运营中心是为全国消费者提供服务的最前端,将用一流的客户体验,提升全链路的客户体验,打造具有特色的核心竞争力。

本报讯 阿里旗下口碑近日宣布与青岛达成战略合作,共同推进青岛新零售发展。

双方约定,加快青岛口碑示范街区建设,共同推动青岛建立全国口碑示范城市,推动青岛实现线上线下一体化的新零售商业业态。为实现这一目标,青岛市将推动口碑与青岛大型购物商场、老字号商家、青啤等本地知名品牌建立战略合作,促进互联网与传统企业融合。

口碑是阿里巴巴集团新零售体系的重要平台,负责本地生活服务领域新零售模式、特别是餐饮行业新零售模式的探索。目前,全国已有超过250万家商户入驻口碑,平台单日交易笔数超过3000万笔。

口碑CEO范驰在演讲中表示,口碑将充分利用在新零售领域的积累,配合青岛市现有的区位、人流和基础设施优势,通过技术升级赋能青岛的线下商家,为新零售在青岛的发展,沉淀下可复制推广的实践经验,并在这个过程中,推动青岛商业的繁荣发展。

今年1月开业的杭州五芳斋智慧餐厅,是口碑推出的餐饮新零售解决方案,可实现手机预点餐和到店扫码点餐。据悉,口碑与青岛达成合作后,智慧餐厅也将在青岛万象城落地。

口碑与青岛达成战略合作 智慧餐厅将落地