

全国零售和餐饮企业国庆销售 1.4 万亿

据商务部监测,今年“十一”黄金周(10月1日至7日)期间,全国零售和餐饮企业实现销售额约1.4万亿元,日均销售额比去年“十一”黄金周增长9.5%。

商务部认为,今年“十一”黄金周,全国消费市场保持平稳较快增长,吃穿用等传统消费提质升级,文化、旅游、体育等新兴消费亮点纷呈,线上线下融合、智慧商店、移动支付、绿色共享等新模式蓬勃发展,品质化、个性化、体验式消费引领潮流,消费升级势头不减。

具体来说,主要体现在以下五个方面:

一、商品消费提质升级

黄金周期间,各地有机食品、时尚服饰、金银珠宝、超高清电视、智能手机、智慧家居用品、绿色家装材料、汽车等商品销售红火。陕西、云南、四川、湖北重

点商贸企业销售额同比分别增长12.7%、12%、11.3%和11.1%,广西、湖南、重庆、海南分别增长10.5%、10.2%、9.8%和9.8%。上海以举办首届中国国际进口博览会为契机,打响“上海购物”品牌,围绕新品首发季、商圈嘉年华等6大主题板块,组织开展100项促消费活动,重点监测企业销售额同比增长10%左右。江西、云南重点监测企业家用电器销售额同比分别增长12.1%和10.3%。一些重点监测企业大屏幕液晶电视销量同比增长5倍以上,洗干一体机、净水器、健康空调、智能马桶盖销量同比增长一至两倍。广西汽车交易会成交量同比增长20%,陕西重点监测企业汽车及其用品销售额同比增长19.8%。

二、餐饮市场红红火火

各地婚庆喜宴、家庭聚餐市

场红火,大众化、特色化餐饮广受青睐。陕西、江苏、湖北重点监测餐饮企业营业收入同比分别增长13.2%、12.6%和12.5%,广西、吉林、四川分别增长11.2%、10.2%和9%。北京老字号餐饮生意火爆,午餐翻台率在2次以上,晚餐翻台率甚至达到3次以上,一些企业营业额增长超过10%。四川南充婚宴需求旺盛,10家重点监测企业营业额同比增长28%。山东青岛特色餐饮店生意火爆,营业额同比增长超过20%。

三、服务消费亮点纷呈

旅游、看电影、观演出、逛博物馆、泡图书馆等过节方式成为潮流。黄金周前4天,全国接待国内游客5.02亿人次,同比增长8.8%;实现国内旅游收入4169亿元,同比增长8.1%,个性化、定制化、高品质旅游产品受到欢

迎。前6天,全国实现电影票房17.1亿元,一批优秀国产电影叫好又叫座。人们纷纷走进剧院、博物馆、科技馆、图书馆,陶冶情操、增长见识、开阔眼界,国家大剧院推出29场精彩演出,中国网球公开赛每天吸引上万观众到场观赛,成都金沙遗址博物馆前4天入馆人数达4.7万余人,天津图书馆接待读者超过3万人。

四、新兴消费模式蓬勃发展

网络购物、网上订餐、定制旅游、共享民宿、移动支付等新消费模式持续火热。黄金周前6天,一些电商平台交易额同比增长20%以上,一些网络订餐平台订单数同比增长50%以上。北京众多餐饮企业通过第三方外卖平台扩大消费群体,利用微信、手机APP等手段与消费者互动,受到年轻群体欢迎。一些

短租平台共享民宿预订量同比增长5倍,一些线上旅游平台定制旅游销量增长50%以上。移动支付日益普及,消费者一部手机就能解决吃住行、游购娱等各类需求。

五、生活必需品货足价稳

各地生活必需品市场供应充足、品种丰富,价格总体平稳。分品种来看,粮食价格保持稳定,36个大中城市大米、面粉价格均与节前一周持平。食用油价格略有波动,其中豆油价格上涨0.3%,菜籽油价格下降0.1%,花生油价格持平。肉类价格有涨有跌,其中猪肉价格下降0.1%,牛肉、羊肉价格均上涨0.6%。禽产品价格小幅波动,其中白条鸡价格上涨0.2%,鸡蛋价格下降0.3%。蔬菜价格有所上涨,30种蔬菜平均价格上涨1.3%。(联商网)

强者恒强 加快线上线下的融合

据《联商网》统计,15家超市上市企业上半年共新开555家门店,较去年同期的449家,同比增加23.61%;同时关闭门店至少228家,较去年同期的208家,同比增加9.62%;截至上半年末,15家超市上市企业门店总数为11433家。

整体来看,超市上市企业在门店布局上主要呈现三个特点:一是拓展速度保持稳步增长;二是调整仍在进行,个别企业表现尤为明显;三是门店创新能力在不断提升。

而从单个企业来看,分化越来越明显,强者恒强的特点正变得显著。

拓展:新开门店555家

15家超市上市企业上半年共新开555家门店,平均开店数为37家,其中永辉超市和联华超市均超过100家。

永辉超市开店最多,达到160家,较上一年同期增加近100家,其中新开大店(红标+绿标)45家,永辉生活店96家,超级物种19家。过去三年里,永辉超市新店数量实现跨越式增长,其中2017年达到332家,是2016年的3倍之多。截至上半年末,其门店总数达到952家,而一个多月前,永辉超市也迎来了第1000家的开业。

联华超市新开店也达到108家,其中直营店23家,加盟店85家,新开店中有64.81%都位于长三角地区。分业态来看,大型综合超市新开2家,分别位于浙江的杭州和衢州;超级市场新开71家,其中加盟店占到63家;便利店新开35家,其中加盟店占到22家。

中百集团、红旗连锁、家家悦、利群股份、三江购物、步步高、高鑫零售等新开店达到两位数,其中中百集团和红旗连锁均超过50家,而三江购物、步步高、高鑫零售则都不足20家。

北京京客隆、人人乐、新华都、华联综超、利亚零售、卜蜂莲花则分别只有个位数,其中卜蜂莲花最少,仅有4家新店

开业,包括两家大型超市、一家邻里便利店和一所购物中心。

在门店创新方面,企业越来越注重新技术的应用。今年4月,腾讯携手步步高打造的首家智慧门店步步高梅溪湖智慧零售旗舰店正式亮相,这家智慧门店最大的特点就是得到腾讯智慧零售包括人脸支付等“工具箱”的全面支持。此外,家家悦上半年试点新开以无人智能售货机为主体的智慧微型超市38个,在门店中进一步推广移动支付、自助收款、人脸识别等新的技术手段。

调整:关店至少228家

15家超市上市企业同时关闭亏损较大或者扭亏无望门店至少达228家,平均关店数为15家,其中联华超市是唯一一家关店超过100家的企业。

联华超市上半年关店达到104家,其中直营店39家,加盟店65家。近几年里,联华超市一直在大刀阔斧地处置门店,2017年关店高达492家,比新开店多出近200家,而2016年就关闭了477家。关店主要原因:一是房租租约到期;二是主动关闭、调整经营困难的网点。关闭门店中大多都是加盟店,对此,联华称主要是加盟店遇到与直营店同样的市场问题,以及严格规范了加盟业务。

中百集团和红旗连锁关店也超过了30家,其中中百集团关店38家,面积达到12670平方米,包括中百仓储2家,均位于湖北地区;中百超市32家;以及中百便利店4家。

北京京客隆、永辉超市、家家悦关店达到两位数,其中永辉超市关店14家,这也是近几年来关闭门店最多的,关闭门店中包括大店(红标+绿标)3家和永辉生活店11家。家家悦为调整优化区域内门店的网络布局,关闭或搬迁了经营业绩不达标、布局不合理的门店10家。

步步高、利亚零售、三江购物、新

华都、华联综超等关店则均不足5家,其中新华和华联综超仅分别关闭2家和1家。

在门店改造方面,企业则加快了业态升级,例如,永辉超市对部分门店进行动线优化、引入智能管理系统,新型柜式自助收银机等等。中百集团品牌中百中央大厨房以两家超市公司及便利店经营需求为导向,通过现场复热、简单烹饪大厨房系列产品,营造现场制作氛围,吸引客群。

布局:门店总数超11000家

截至2018年上半年末,15家超市上市企业门店总数为11433家,其中联华超市、红旗连锁、中百集团均超过1000家,联华超市门店数最多,达到3425家,较2017年末净增4家,这也是公司自2011年以来网点规模首次出现净增加。卜蜂莲花门店数最少,仅有76家。

从经营面积来看,高鑫零售总营业面积达到1270万平方米,是唯一一家总面积超过1000万平方米的企业,永辉超市和步步高分别为559.27万平方米和398万平方米,和高鑫零售有着2~3倍的差距,卜蜂莲花、三江购物、北京京客隆总面积则不足100万平方米。

门店分布上,高鑫零售和永辉超市覆盖区域最广,其中高鑫零售在华东、华北、东北、华南、华中、华西等六大区域有所布局,门店遍布全国29省市、228座城市;永辉超市在福建、华西、北京、安徽、华东、河南、东北等七大区域有所布局,门店覆盖全国22个省市。家家悦、北京京客隆、红旗连锁、三江购物门店布局则相对比较集中。

从门店物业来看,大部分门店都是租赁型门店,例如,高鑫零售门店中约70.0%为租赁店,29.7%为自有店,0.3%为承包店;家家悦有649家都为租赁门店,自有门店仅有58家。

从经营模式来看,大部分企业都是

以直营为主,像三江购物门店全部为直营店,不过,联华超市门店中有多达1931家都是加盟店,占据了较大比例。

规划:小业态门店受热捧

从超市上市企业公布的2018年经营计划来看,创新型小业态受到越来越多企业的关注,并且未来将实现快速复制。

例如,永辉超市计划今年新开门店达到1235家,而其中超级物种和永辉生活等创新型业态计划分别开出100家和1000家。人人乐计划新开50家店,其中主要包括Le super 高端精品超市、Le life 生活超市和Le fresh 生鲜超市等新业态门店。而家家悦则利用新升级大卖场、生活超市等新型业态,计划新开店不少于100家。

同时,小型社区超市也将成为企业未来发展的重点。联华超市计划今年新开门店205家,将重点发展精品超市和社区生鲜加强型超市及新型便利店。三江购物计划今年新开不少于40家店,其中将升级改造传统的社区店。华联综超今年计划开店20~30家左右,将建立社区零售中心,增加新的业种。红旗连锁将与永辉超市合作,计划开出150家生鲜店。

此外,原有门店的转型升级也将进一步加快。其中,中百集团计划将超市小业态导入生鲜经营元素,推行干货+生鲜模式改造。京客隆将加快传统便利店的转型,通过社区生鲜店“家庭厨房”的定位,加大生鲜商品占比,不断增加定量装商品,同时在推动生鲜经营2.0版的基础上,推进生鲜经营3.0版。

而在数字化升级方面,中百集团将加快多点自由购与O2O项目的推广;同时引进和推广无人收银和无人售货技术;此外还将加大数字化新技术的应用开发。三江购物将利用创新店、淘鲜达、安鲜生活等加快线上线下的融合。

(崔旭升)