

中国连锁经营协会会长裴亮解答： 行业发展的热点和焦点问题在哪

2018 连锁百强的发布得到业内普遍关注,除了对中国零售领军企业过去一年的表现有了“一站式”的了解,大家也希望透过百强的数字,看到未来一段时间行业发展的热点和焦点。为此,中国连锁经营协会会长裴亮对一些热点问题进行了解答。

问:2018 连锁百强的门店数增长比上一年有明显的提高。在线上零售比重越来越高、实体店客流下滑的环境下,出现这种“逆势增长”,有什么特别的原因吗?

答:最主要的因素是小店的迅速增长。正如百强报告发布的,2018年,百强便利店企业就新增门店 12000 个,占了百

强新增门店总数的近三分之二。应该说,中国零售市场已经进入便利店加速发展期。另外值得关注的一点,是苏宁和永辉两家企业门店数量的快速增加。如你所言,大型超市和百货店等主力业态受线上分流因素的影响,客流下降,开店速度放缓。但在全渠道零售快速布局的阶段,苏宁、永辉等企业通过快速开设贴近社区的小型门店,其中苏宁小店 2018 年开出 4485 个,永辉 2018 年新增门店有 70% 为小型门店。加大小店开发应该是这些领军企业全渠道零售战略的重要组成部分。

问:2018 连锁百强只有 18 家企业实现了销售和门店两位

数的同步增长,其中除了便利店一枝独秀,家居连锁的业绩也很亮眼,除了红星美凯龙和居然之家,宜家家居和尚品宅配也有稳定增长。

答:中国家居市场规模大,集中度低,很多低线城市还是以建材家具市场为主,家居专业连锁业态拥有很大的市场空间。作为国内规模最大的两家家居连锁品牌,红星美凯龙和居然之家 2018 年的销售规模 GMV 分别达到 1374 亿元和 710 亿元,门店增长速度也分别达到 22.6% 和 35.9%。这些连锁品牌的发展,将推动家居零售市场的集约化水平进一步提高。

问:除了这些快速增长的

部分,我们也看到相当一批百强企业销售和开店增长缓慢,甚至出现负增长。这对未来零售市场意味着什么变化?

答:2018 年,百强企业中有 30 家企业出现销售和门店的负增长,主要集中在百货店和大型超市,一方面反映了这些传统主力业态在一二线城市面临的困难,一方面也是门店饱和度过高和竞争过度的必然结果。在增量空间趋小的情况下,门店资源重和企业兼并收购就会成为新的增长方式。2018 年我们已经注意到一系列并购活动的发生。相信在 2019 年,零售企业间的兼并重组活动依然会很活跃。

问:2018 年的零售创新层

出不穷,包括线上零售融入线下、前置仓、社区拼团等等。2019 年会不会有更多创新型的零售品牌进入连锁百强榜单?

答:的确有很多新的有活力的零售创新模式,发展速度快,资本也很关注。全渠道作为互联网时代零售业的新常态,是所有零售企业的共同选择。三个方面将影响未来零售创新发展的格局:一是实体零售拓展线上业务的能力和增长速度,二是资本对零售业的持续关注投入,三是新模式下的顾客体验的品质感和稳定性以及盈利模式的不断完善。当然,企业间的联合、兼并、重组必然也会对百强的格局产生最直接的影响。

2019 中国零售业风险管理年会在福州召开

5 月上旬,由中国连锁经营协会主办的“2019 中国零售业风险管理年会”在福州召开。此次大会汇聚了行业内众多领军企业的风险管理负责人,以“管控风险,创造价值”为主题,通过 3 个访学目的地,20 多位行业领军企业代表的主题演讲,以及两场深度对话,深入探讨了在新技术,新模式带来的挑战之下,零售企业如何提高风险管理水平,增强前瞻性和预见性,实现企业的可持续发展。

作为此次大会的主持人,阿迪达斯大中华区利润保护高级经理刘晔首先向与会嘉宾揭示了此次大会的重要变化,由过去的防损年会更名为风险管理年会。对于这一变化,中国连锁经营协会秘书长彭建真在致辞中表示,首先,我们的关注点,由零售业防损,正在转向全面风险管理,这是整个行业的大势所趋。另外,通过此次更名,也希望能够强化从业人员能力,提升专业水平,帮助企业更好地防范风险,控制损耗。

在致辞中,彭建真向与会嘉宾介绍了当前整个零售行业在风险管理领域面临的趋势和挑战。他表示,正如中国连锁经营协会会长裴亮此前在多个场合提及的,眼下,无论是整个中国零售市场,还是中国的市场经济,都在逐步从过去的增量市场走向存量市场。彭建真解释说,在过去,增量市场的最大特点在于机会很多,所以企

业会把很多机会放在开源上。但是今天,当企业面临的是存量市场之时,风险管理就显得非常重要。其次,由于电商和数字经济的崛起,零售行业几乎所有的岗位都面临岗位职能和岗位能力模型的再造,这也对企业的风险管理带来新的挑战和问题。在他看来,解决这些新问题唯一的办法,就是通过学习,改善自身的能力。

不过,彭建真也强调,数字经济除了带来挑战之外,其实也给行业带来了许多机遇,企业有机会运用更多的技术手段,比如运用大数据帮助企业控制流程,管控风险,创造更大的价值。

那么,新形势下,企业该如何进行风险管控?

在此次大会上,新华都购物广场股份公司执行总裁上官常川,从企业领导者的角度,分享了他眼中的风险管理。在他看来,职务越大,责任越大,对风险管理就会越重视。他把风险管控总结为一个思想、两个设计、三个支持。一个思想就是企业上下思想要高度统一。两个设计,一是组织设计要好,二是制度设计。三个支持,则是信心的支持,技能的支持,以及技术的支持。

在永辉超市防损总监余波看来,作为风险管理,首先很重要的一点,内控一定是业务型的内控,内控要懂业务;第二,内控在业务过程当中,要服务于企业的目标,怎么让目标安全,让企业在高速的跑道上如何安全的达到

我们的目标;第三,懂得业务之后,内控要能够识别企业高速发展当中的真正的风险。第四,标准化。这更多是在痕迹化管理上面,要让管理是基于系统化的管理,让它更有追溯。“其实内控不是干预业务成长,内控是如何助力我们的业务生长。而且不是阻碍业务生长。”余波分享道。

面对新的形势,对于资产保护而言,怎样才能快速跟上公司业务的变化,给公司带来价值,帮助公司的战略成功?在此次大会上,沃尔玛中国资产保护部副总裁王英则从五个方面做了详细的阐述。在她看来,作为风险管理人员,首先,要成为业务的一份子;其次,要建立新模型,但是一定要有新的内容加进来;第三,要敢大胆的运用新的技术;第四要提升团队的能力;第五,要提升效能。

除此之外,在此次大会上,来自阿里巴巴集团风险管理事业群安全专家秦杨和 BSI(英国标准协会)资深技术专家汪明,分享了信息安全与隐私保护的话题。邻邻团(邻邻壹)合伙人、内控合规副总裁程堂根分享了资产保护与内控合规的价值体现的内容。普华永道风险及控制服务合伙人叶旻带来了零售风险大数据分析的分享。

还有三位技术专家,来自华士盘点服务(深圳)有限公司总经理张征耀,杭州米雅信息科技有限公司高级副

总裁葛良春,地平线机器人技术研发公司总监王青春从技术如何帮助风险管理角度进行了分享。

在两场深度对话中,唯品会资产保护总监任治铭,步步高云通物流事业部总经理赵震宇,易果集团内控合规副总裁谢华斌,宜家(中国)风险管理总监张东贺,以首席风险官的视角,就线上线下融合的风险分析与流程管控这一话题展开讨论。木槿生活风控合规总监王凌俊,冠超市董事长助理和伟,当当网高级副总裁郭金龙,则就风险管理部门如何深度支持运营进行了深入探讨。

在此次大会上,由 CCF 资产保护与内控委员会选举产生的新一届 CCF 资产保护与内控委员会主任委员和新委员进行了亮相,新一届主任委员唯品会资产保护总监任治铭,从上一届委员会主任委员沃尔玛中国资产保护商场规划副总裁郑锋手中接过印章。

随后,新加入的 8 位委员宣读了使命宣言,“我们要保护顾客和员工的安全,保护公司有形和无形资产,识别、降低企业运营风险,加强内控,防范舞弊。通过运用现代零售技术,保护线下顾客体验和线上数字化体验,改善企业利润,实现人、货、场的价值再造。共同促进零售行业风险管理工作发展。”

此外,此次大会还颁出了 2019 零售业优秀管理者及优秀案例这两个奖项。

(中国连锁经营协会)

从今年伊始到 5 月初,SPAR 在中国持续扩张,SPAR 山东,SPAR 广东,SPAR 张家口,SPAR 四川等纷纷开出新店,目前 2019 年全国新店已达 10 家。

新店业态既包括零售面积 5000 多平米的大卖场,也有 2000 多平米的综合超市,还推出 1000 多平米的生鲜超市,以及把便利带到生活小区的便利店,满足顾客多层次,全方位的购物需求。

2019 年,SPAR 中国将继续砥砺前行,全年计划新开门店 100 家,将 SPAR 倡导的“新鲜,优选,超值和便利”带到更多消费者身边。

SPAR 于 1932 年在荷兰成立,迄今已有 86 年悠久历史,是全球最大的自愿连锁食品零售商。2004 年 SPAR 应商务部和中国连锁协会之邀进驻中国,协助中国发展自愿零售连锁模式,至今在 8 个省、市、自治区(山东、广东、北京、四川、河南、河北张家口、云南、贵州)有 8 座现代化配送中心和 6 座食品加工中心,经营 1000 多家门店(其中 SPAR 品牌门店 353 家)销售面积达到 400 万平方米。现在 SPAR 中国全体合作伙伴联手迎接零售变革集

合力量,应用统一门店标准,强化品牌知名度,优化供应链,统一采购,集合所有合作伙伴的资源和规模让每个合作伙伴享受到联手合作带来的实惠。

持续扩张 2019 年全国 SPAR 新店已达 10 家

(联商网)