北京超市要打破“割据一方”的格局

联商高级顾问 周勇

一条三文鱼,引发了北京的第二波疫情。

面对疫情,政府号召保供、稳价格,企业纷纷响应。北京“超市发”6月19日起公开承诺:在原定10个品项限价菜的基础上,将“一个月不涨价”的蔬菜品种增加至15种。在关键时刻,超市发总是积极响应政府号召,主动承担社会责任,给人留下了良好的印象。

笔者把这一消息告诉北京的朋友。北京朋友说:我这一路都没有“超市发”。我家在北京工商大学,单位在白石桥,单位离家公交4站地。我每天下班走着回家,经过美廉美,或是永辉,可以顺道买菜了。

北京现有的超市是不是都源于区级公司?是不是各个品牌大致都有一个主要的发展区域?

业内反映,这是事实。我查阅了北京主要超市品牌的网上资料如下:

超市发:连锁店铺主要集中在海淀区。搜狗百科显示:北京超市发连锁股份有限公司,是北京市著名的超市连锁企业,前身为北京市海淀区副

食品公司。官网显示:超市发要构建“立足海淀、辐射北京”的战略格局,成为业内具有引领和示范效应的行业典范。从上述两条信息可以确定,超市发在北京的主要发展区域在海淀区。进一步查阅超越超市发官网发现:(1)综合超市、食品超市、生活超市、生鲜超市、社区超市、菜店、加盟店等六种类型的门店(不包括外埠超市18家和罗森店22家)合计124家店铺,海淀区有71家,占上述店铺总数的57%。(2)在直营店中,海淀区店铺占比高达75%。(3)在加盟店中,非海淀区的店铺约占六成。这也说明一个问题:采取加盟方式可以适当向区外拓展。(4)区外发展主要在海淀区附近的东城区、朝阳区、西城区以及南面的丰台区和北面的昌平区。

京客隆:北京京客隆商业集团股份有限公司2019年年报显示,该公司的股东之一北京市朝阳区副食品总公司占有40.61%的股份。这是一家以区级公司为背景的上市公司。

首航:其官网显示的44家门店,分布在9个区,其中丰台区、大兴区、朝阳区、通州区的门

店占比较高,分别占32%、23%、14%、11%,这四个区的店铺占店铺总数的80%。其中海淀区只有一家店铺。

物美:官网有一个全国门店系统,但很难打开。过了很久总算能打开,可以按照业态查询,还是打不开,显示“网页打开超时”。但据业内人士介绍,物美店铺在北京市内以丰台、石景山为主。

华冠:北京市房山华冠商贸有限公司,是北京市房山区的商业龙头企业。

北京市内的超市为什么会呈现各个品牌“各据一方”的格局,我不得而知。但有一点可以肯定:不是企业不想在全市发展,一定有某种更强大的力量阻碍了各个超市品牌在全市各个区域的顺利发展。当然,也可能有自身原因,如有些超市公司起源于“区副食品公司”。

例如在上海,也曾出现过这种情况,外资超市第一波进入上海市场大都是与区级公司合作,最后这些区级公司独资或合资创办的连锁超市公司最终的结局有三种:倒闭、被购并或小规模发展。

联华、华联、农工商三家背

靠大集团的超市连锁公司的出现,打破了区公司以地域为界开办超市的格局。同时,市政府出台市、区两级分税制的政策,这也为全市形成一个统一市场提供了有利条件。

如果一个城市之内的各个区域都不能打通,全国发展又怎么开展。由此看来,像永辉、盒马鲜生等公司在全国发展会遇到多大的困难,中国零售人真是不容易。

笔者认为,北京市商贸主管部门在急火攻心地推进某些零售业态发展的同时,更应打通市内割据的局面,把北京市场转型为一个统一的“大市场”,而不应该是一个个区域割据的“小市场”。

另外还有两点也应该引起政府有关部门的注意:

(1)不要以为新发地出现疫情,就试图关闭食用农产品批发市场。上海蔬菜(集团)有限公司副总裁李光集对我说:“越是大城市,越需要批发市场。如东京有9个批发市场,纽约有3个,伦敦有4个,巴黎、洛杉矶、圣保罗、墨西哥城、芝加哥等都有大型批发市场,纽约的蔬菜、水果等生鲜

农产品批发市场流通经由率仍高达60%左右,远高于全美20%左右的平均水平。”就以这次疫情复发为例,批发市场关闭以后,虽然供应基本充足,但绿叶菜供应似乎已经大幅度减少,在电视报道的镜头中也几乎看不到绿叶菜。

(2)不要一味控制价格。市民当然希望物价稳定,但他们更需要品种丰富。如果人为抑制价格,市民真正需要的蔬菜品项就会减少。政府要面子,市民要生活。孰轻孰重,毋庸置疑。尽管抑制物价也是为了市民生活。

出台政策与法规,从前注重查阅文献,看看别国是怎么做的,我们也怎么做。后来,各行各业涌现出越来越多的专家,征求专家意见,开听证会,对做出正确的决策也起到了一定的作用。到如今,查文献,听专家意见,都比较片面。单纯听领导的话,或按照领导批示办事,风险就特别大。因为领导所见所闻不一定全面,领导也不是样样都精通的天才。

在移动互联网背景下,制定规划,既要查阅文献,又要听取专家或领导意见,更不能忽视网络舆情,不能忽视用户呼声。

瑞幸咖啡退市,开店速度放缓

6月27日,瑞幸咖啡发布公告称,将于6月29日在纳斯达克停牌,并进行退市备案。

声明指出,在国内消费市场方面,瑞幸咖啡全国4000多家门店将正常运营,近3万名员工仍将一如既往的为用户提供产

品和服务。实际上,在6月26日晚,瑞幸咖啡就发布公告称,6月24日,公司通知上市资格工作人员,公司决定撤回前述听证请求,不寻求撤销或搁置上市资格工作人员将本公司从纳斯达克全球精选市场

退市的决定。在瑞幸咖啡退市前夜,天眼查数据显示,2020年至今,瑞幸咖啡仅新增186家企业,较去年同期增速为-80.6%。这意味着,瑞幸咖啡开店速度自年初起已经开始放缓。

“甜品界的香奈儿”馥颂宣告破产

据外滩TheBund报道,有着“甜品界的香奈儿”美誉、著名的法式甜品品牌馥颂(Fauchon)将面临破产。6月23日,馥颂向波比尼商业法庭提起破产诉讼,其中涉及公司总部、食品车间和位于巴黎玛德琳广场的店面。

这个创立于19世纪的品牌,一直是法式餐饮和甜品最负盛名的代表之一,凭借精美的外观、高品质的选材和纯正的口味,馥颂所代表的法式饮食的奢华和高雅另人们沉醉,在一百多年的时间里征服了

无数食客的心,其中不乏温莎公爵、摩洛哥哈桑国王二世、卡洛琳公主这样的世界级名流富豪。除此之外,馥颂更是今天许多世界级法式甜品大师的摇篮和起步点。从人称“甜点界毕加索”、让马卡龙风靡全球的Pierre Hermé、“闪电泡芙之父”Christophe Adam,到如今在Ins上红透半边天的“水果哥”Cedric Grolet,都曾有过在馥颂工作的经历。“把甜品当成奢侈品卖”的馥颂还受到许多奢侈品品牌的青睐,Lacoste、Thierry Mugler、Givenchy等品

牌都和馥颂一起推出过联名限量版泡芙。

据悉,2007年,馥颂也曾来到国内,落户北京新光天地,虽然如今早已关店,但依然让许多甜品爱好者念念不忘。此次破产消息传来后,国内不少馥颂拥趸都深感惋惜。

有观察人士对此表示,疫情对每个行业的格局都产生了深远的影响,事实上,对大部分行业而言,欧美今天的危机还在继续,相比之下中国企业已经复苏,这或许是中国企业崛起的一个分水岭。

7-11 湖南首店落地长沙五一广场

去年10月,友阿集团正式获得7-ELEVEN的湖南省经营授权,原计划2020年春季在长沙开出湖南首店。

由于新冠疫情影响,为了确保开业效果,7-ELEVEN湖南首店开业时间调整至后续确定的5月30日。首店开业后,公司将加快后续的开店节奏,以完成2020年的开店计划。湖南7-ELEVEN很早便在官

微上征集店铺位置、设计等,由此可见品牌对于湖南首店的重视程度。

友阿股份董事、副总裁胡硕介绍,首店面积110平方米,主打高品质、差异化商品。饭团、寿司、便当、面包、甜品等日配商品都在7-ELEVEN指导下共同开发。店内还有大量专供商品,如来自日本的雪肌精系列、一风堂面、蒙古拉面等。“首店开业后,公司将加快

长沙开店节奏,以完成今年20家直营店的计划。”胡硕表示,开店计划不变的底气,来自品牌的影响力和对长沙市场的信心。

柒一拾壹(中国)投资有限公司董事长、总经理内田慎治在接受采访时透露,北京、天津两地在第7年时实现盈利,7-11以后会进入更多区域市场,未来会争取将新进区域盈利周期从7年缩短至3年内。

<<<上接12版

他们在产地端更多选择规模化的种植产地,对于规模化种植产地的合作上。他们也在尝试与新产地、新品、新种植和具备产地生鲜供应链能力为基础,通过联盟旗下的区域商超在采货上汇聚出足够大的订单量,与产地端签署保质、保量、性价比、高周转的协同合作。

在整车发货上启用拼车逻辑。基于九州联旗下众多商超的基础上,会根据各家采货量有的整车直接发货;在沿路一条线上的商超可以几家选择拼车发货,车辆在每到一家商超会及时高效的完成卸货。像九州联生鲜联采供应链模式,解决了传统商超在产地生鲜直采上的品质问题、高周转率问题、溢价定价权、稳定持续供货问题等等。最终传统商超完成保持了门店生鲜亲民价核心问题,笔者给九州联生鲜联采供应链公司定义为蚂蚁搬大象模式。

新零售下的生鲜产业是三角形模式,国内生鲜模式现在还处于渠道门店倒逼供应链端逼产地端。随着供应链端与产地端的成熟,逐步完成中国生鲜零售产业化体系的搭建,不问是传统商超还是生鲜电商以及市场档口三者是共生的状态。

(联商网)