

2020 中国便利店景气指数报告指出：

便利店企业注重拓展线上业务 引入生鲜品类

本报讯 7月15日,中国连锁经营协会发布《2020中国便利店景气指数报告》(以下简称《报告》)。《报告》指出,2019年便利店行业保持了稳步发展,行业发展的各项指标表现良好。2020年初新冠肺炎疫情的暴发为便利店接下来的发展增加了许多不确定性因素。在外部环境和内部因素的双重考验下,便利店需要在模式探索、店型创新、线上业务、数字化转型、商品研发、运营管理、供应链建设等企业战略与核心能力诸多方面实现进一步突破。

《报告》显示,2020年便利店行业景气指数为62.87,虽高于荣枯线50.0,但低于去年67.08,为三年中最低。疫情对

于便利店行业的整体发展产生了较大的影响,同时影响到了行业中的各个方面。

从市场竞争来看,2019年被认为是便利店市场竞争最为激烈的一年,市场活跃度非常高,但也意味着企业发展机会的减少。2020年企业对于便利店市场竞争的预期明显降低,一方面受疫情影响,企业损失较大,更多地将重点转为内部管理,强化基础;而另一方面,对市场竞争预期的降低也为部分企业带来了新的发展机遇。从行业总体发展情况来看,受疫情影响,仅有36.4%的企业认为2020年企业发展仍然可以保持较好及非常好的发展。而在2019年,有

75.8%的便利店企业认为可以保持良好的发展,明显高于2020年。

新冠肺炎疫情对便利店的销售产生了很大的影响。此次调查结果显示,有86.4%的便利店企业今年1季度销售额同比去年出现了不同程度的下降。其中门店位置处于商务办公区的便利店销售影响最大;其次是位于学校、医院的便利店;开设在居民社区的便利店影响较小。

《报告》指出,2020年多数便利店企业非常重视企业线上业务的开拓,计划在2020年加大线上业务的投入。调查显示,有85.2%的门店计划开展线上订单业务;有67.4%的门店

计划尝试开展送货到家业务;有88.6%的门店计划为店内开展线上引流业务。

除去新冠肺炎疫情因素的影响,便利店的发展压力仍然主要来自房租及人工成本;同时,消费者客流、线上平台的冲击运营带来较大的威胁;资金短缺也成为门店经营方面的压力,同行竞争表现得更为突出。此次调查结果显示,响门店运营的最大因素主要来自同行竞争及消费者变化;其次是政策环境、人工费用。

门店房租方面,2019年33.5%的门店房租出现了不同程度的上涨,房租的上涨对于门店的正常运营带来了极大的

威胁,店租成了门店是否可持续运营的最重要因素。而在门店用工费用方面,2019年41.0%的门店用工费用小幅上涨,8.9%的门店用工费用出现了大幅上涨,用工费用的上升,这对于2020年便利店的运营提出了更高的要求,进一步加大门店运营的压力。

《报告》还指出,2020年便利店对鲜食类产品的重视程度进一步加强,生鲜品类引入尝试增多。调查显示,在产品结构方面,2020年计划引入鲜食品类的门店占比78.4%;计划引入生鲜品类的门店占比62.9%;更多的便利店正在尝试生鲜品类的引入,未来发展有待进一步观察。

(中经网)

京城日料餐企转型自救 生食下架菜单瘦身

人均200元以内将成主流

新发地市场暴发疫情后,不少海鲜市场、商超企业以及网络平台纷纷下架三文鱼等海鲜产品,日料餐饮店的经营深受冲击。日前探访市场发现,随着疫情趋于平复,日料店的人气已经有所回升,商家们也纷纷转型自救,如重启三文鱼采购,向居酒屋转型,甚至推出烧烤啤酒等新餐食服务。

生食下架菜单瘦身

“来他家吃过很多次,从没见过这么冷清过,菜单也变薄了许多。”日料爱好者李女士近日来到位于食宝街的日料店筑底食堂,发现店里的景象与往日大不相同。店长于先生介绍,自从新发地疫情发生后,店里就临时撤掉了三文鱼等所有生冷菜品,最受欢迎的刺身和海胆饭也一并下架。

往年6月至8月是日料消费旺季,这个时节的三文鱼也最肥美,但自新发地疫情中三文鱼“躺枪”后,北京市内几乎所有日料店全部下架了生食菜品。鼓楼大街上一家和牛烧肉店店长介绍说,不止海鲜刺身,之前很受顾客欢迎的生拌牛肉现在也已经下架。

据中国饭店协会日本料理分会执行理事长、江户前寿司创始人姜炳升介绍,三文鱼是日料行业中销量最大的单品,能占到日料店营业额的15%,而包括三文鱼、金枪鱼、虾蟹和贝类等在内的生食品类加起来能占据半数以上的营业额,这些高端食材的缺位也带来日料行业客单价的普遍下降。

三文鱼核酸检测后再上桌

对于大多数日料店而言,生意

冷清还在其次,供货才是眼下面临的重大难题。“现在愁的不是没客人,而是没食材。”于先生表示。为了保证食材鲜度,生食往常都是从日本直接空运过来,如今受疫情影响,供货商已经不再往北京发货。“一些懂日料的老顾客喜欢生食,打电话来一听没有生食,干脆就不来了。”

据了解,目前海关检疫严格,运送食材的航班当天可能无法按时出关,也导致供货不稳定。由于日料店普遍停售生食并退单,夹在餐厅和原产地之间的供应商也不再敢进货。

“现在即使顾客愿意吃生食,很多日料店也供应不了,陷入了恶性循环。”为此,姜炳升这几天一直忙着向各部门打听现行管控政策,同时决定在自家品牌江户前寿司首先试水进货。目前,江户前寿司已恢复进口三文鱼的销售。

姜炳升介绍,现在店里所有进口生食产品都必须提供进出口检疫报告,以及北京市128家核酸检测定点机构出具的合格证明,才能允许上桌。

“鱼类是不可能感染肺炎的,只需要检测其表面是否受到病毒污染。”姜炳升说,以前一家店每天就要卖掉三四条三文鱼,现在要三四家店分一条,以避免食材浪费。

人均200元以内将成主流

积极打开进货通道自救的同时,不少中高端日料店也正在降低身价,试图尽快聚拢人气。

此前,江户前寿司的客单价正常情况下在300元至500元之间,有的店铺人均消费甚至能达到800元。为了快速吸引顾客并回笼资金,目前店里开始销售“138元烧烤啤酒自助券”。拥有15年历史的老牌日料店将太无二也重新整理了菜单,以5折优惠推出炸物、烧烤、暖寿司等熟食套餐,甚至推出9.9元啤酒畅饮活动。温野菜日式火锅则在疫情期间推出甜品无限量供应的优惠。

在姜炳升看来,经过此轮疫情的冲击,整个日料行业都将面临价格下探,人均消费在200元以内的店铺将最受欢迎。为此,不少高端日料店也在积极转型,如经营价位更低的中式居酒屋,开辟主营中式烤串的“啤酒花园”。

对于接下来整个日料行业的恢复情况,姜炳升也保持乐观。6月11日发生疫情后,江户前寿司当晚营业额下滑90%,现在已经开始有起色,出现缓慢回暖态势。预计本周末能恢复到70%。”

(《北京日报》)

本报讯 日前,北京市平谷区获得国家现代农业(畜禽种业)产业园创建资格。从北京市农业农村局获悉,这是北京首个以种业为主导产业的国家现代农业产业园,具有重大的开创意义和示范意义。目前,北京已启动创建国家现代农业(畜禽种业)产业园,将通过实施“五大工程”,到2022年基本建成以蛋鸡、奶牛、北京油鸡、生猪种业为特色的国家现代农业产业园。

据北京市农业农村局相关负责人介绍,平谷国家现代农业(畜禽种业)产业园重点包括金海湖镇、大华山镇、峪口镇、夏各庄镇和东高村镇5个乡镇,占地面积超过61万亩,形成核心区、示范区、辐射区层层扩散的产业园总体空间布局。围绕畜禽种业体系建设,形成“核心引领、多点支撑、辐射带动”的协同发展构架,打造“一核多点”的种业体系空间布局。其中,“一核”为畜禽种业科技创新园,“多点”是各类种畜禽养殖基地。

在园区创建目标上,到2022年,通过实施蛋鸡种业工程、奶牛种业工程、油鸡种业工程、生猪种业工程和畜禽种业科技创新园建设工程“五大工程”,基本建成以蛋鸡、奶牛、北京油鸡、生猪种业为特色的国家现代农业产业园,产业园总产值规模达到30亿元,产业园主导产业总产值达到18亿元。同时,构建起产学研相结合、具有国际领先水平的蛋鸡、奶牛、生猪等国家级种业研发平台8个,北京市种业科技创新平台10个,中荷、京瓦等国际种业合作平台3个,选育畜禽新品种10个,全球领先的畜禽育种企业达两家,北京市级以上种业龙头企业超过5个。拟建成全国畜禽种业科技创新中心和国际畜禽种业(中国)科技合作中心。

北京首个国家畜禽种业产业园启动创建