

『二〇二〇年中国连锁百强』榜单发布

连锁百强销售规模首降 实体零售寻求最优解

本报讯 实体零售经历了转型的一年、迎来充满期待的一年。6月7日,中国连锁经营协会发布了“2020年中国连锁百强”榜单,显示2020年连锁百强销售规模2.4万亿元,比上一年下降7.2%,这是中国连锁经营协会自1997年统计以来,百强整体销售首次出现负增长。不过,连锁百强企业逆势布局的信心依然不减,到家、拼团、直播带货都成为连锁零售企业寻求增长的新动能,数字技术成为商业企业提升销量的不二法则。

九成企业预计实现正增长

据百强调查分析称,2020年,新冠肺炎疫情给企业经营造成不利影响,同时新会计准则的实施以及社区团购的快速扩张也是百强企业销售下降的影响因素。尽管在诸多因素的影响下,百强企业销售均出现了不同程度的下降,但是在门店拓展方面依旧保持了增长。数据显示,2020年百强企业的门店总数比上年增长8.2%,专业店、超市、便利店企业门店数同比增长分别为19.5%、8.5%和5.3%。

此外,疫情也推动了线上渠道的爆发。2020年,百强企业线上销售规模达到5600亿元,比上年增长12%,占百强销售规模的23.3%。据调查显示,9成企业预计2021年销售将实现正增长,其中一半企业认为增长率在5%~10%之间,门店数同比增长在5%以内。同时,四成企业预计线上销售增长将达到30%以上。

随着疫情好转,2021年零售行业发展将优于上一年。商业零售专家、天津天佑城总经理李新龙表示,零售企业应该寻求营销多元化,例如发展线上直播以及线上商城运营的常态化,实现双线营收。百货、购物中心的业态应该进行调整,增加娱乐、体验类型业态的占比,例如营造更多观赏类场景,打造活动IP,提升项目整体的客流量。对于招商而言,项目在对品牌的选择上应该精益求精,并与已有品牌进行组合,品牌联动、实现优势最大化。另外,实体零售企业应该通过社群与用户、客户建立强关系,借助平台和渠道精细化运营深入挖掘用户价值。

超市主动发力全渠道

“2020年中国连锁百强”名单显示,2020年,连锁百强有15家企业销售额实现了双位数增长,其中包括永辉、易捷、物美、美宜佳、红旗、钱大妈等社区超市和便利店企业。

值得注意的是,为了保证市场供应,零售企业坚持营业,防疫支出以及商品损失、员工补助等费用也相应增加。同时,2020年的租金和人工费用占比上升。整体来看,企业经营利润普遍下滑。其中,超市、便利店净利润率分别为1.6%、1%,同比分别下降0.7%、1.5%。

事实上,超市、便利店业态近年来

都处在快速发展期,尤其是超市业态过去几年快速发展,尽管在电商崛起之后,不少超市企业受到了非常严重的冲击,但是仍有少部分企业保持比较快的增长。

和君咨询合伙人、连锁经营负责人文志宏认为,超市和便利店已进入了一个新的扩张期,未来更多的会向并购式扩张为主导的方向发展。通过并购的方式来提升行业的集中度,不仅需要考虑如何快速扩张做大,同时要考虑好如何应对电商、社区团购的冲击和挑战。这意味着超市自身的商业模式要做转型,“未来,线上线下的融合、全渠道发展对超市来讲是需要进一步发力。通过调查报告也可以看到,去年因为疫情反推超市企业强化线上,而今年超市则要变为主动发力”。

商场加快数字化转型

2020年对于百货、购物中心行业就是一场“历劫”,除了少数以奢侈品为主的高奢百货及创新能力较强的商业企业外,大多数百货企业业绩都出现大幅下滑。王府井集团、银座集团股份有限公司、茂业国际控股有限公司、翠微股份、银泰百货、金鹰商贸等知名百货企业都出现了不同幅度的业绩下跌。对于业绩下滑的情况说明,企业都将原因归于疫情影响。

尽管经营业绩受新冠肺炎疫情影响大幅下滑,但2020年各大企业在经营模式转型和新业务拓展方面颇为关注。中国百货商业协会会长范君指出,2020年百货零售业出现多种特点,如:一是在奢侈品消费回流的刺激下,高端百货销售业绩明显增长;二是百货数字化进程整体加快,百货上线直播带货、超市到家服务普及等;三是中高端化妆品需求提升,以化妆品为核心的百货业绩复苏快;四是企业开始打造属于自己的私域流量。

商业项目的调改升级加速,新增长点逐步显现,除了百货企业自身的调改升级,另有些商业地产、开发商和电商平台或老旧项目改造争相入局。同时,线上线下需要结合,人、货、场进行全渠道的布局,引入多样化的企业式消费场景元素,抓住消费回流的商机。百货企业应该提高商品能力,通过开拓自采自营,发展自有品牌,与上游制造商、品牌商深度合作,强化提升供应链的优势,并提高商品经营和服务能力。

培育私域流量,重在借助电商平台。“要想实现精准营销,企业需要积极拥抱社交电商和直播带货,优化商品组合,为消费者提供更加符合个性需求的产品。同时,企业还应积极探索新技术应用,运用科技手段提升体验式的互动。”范君指出。

中国连锁经营协会分析称,连锁企业应该尝试门店运营优化,可以帮助门店实现运营优化的技术很多,包括:提升门店人效、提升门店坪效、线下实体门店营销优化、线下实体门店的硬件优化、线下实体门店的管理优化、线下门店的选址优化等。
(据《北京商报》)