

2021 中国城市便利店指数发布

便利店增速整体放缓 超 1/4 城市门店数量为负增长

本报讯 张涛 近日,中国连锁经营协会发布2021中国城市便利店指数。数据显示,2020年,全国各城市便利店的发展规模整体保持稳定增长,但增速放缓。其中,门店数为负增长的城市占所调查城市总数的27.8%,占比超过1/4,而上一年度这一比例仅为8.3%。

便利店指数的核心数据是各城市便利店的饱和度、门店总量的增速、24小时便利店的比例及营商环境情况。数据显示,去年,厦门、长沙、太原、东莞、广州的便利店发展指数跻身前五位。

从此次调查结果来看,大多数城市的便利店同比上一年度有了不同程度的发展,但整体发展速度放缓,各城市间便利店的发展差异性扩大;具有规模、管理、技术优势的连锁品牌开始整合资源,走全国化路线。

调查发现,2020年,各城市便利店门店数增长整体放缓。门店数负增长的

城市占所调查城市总数的27.8%;门店数增长的城市占所调查城市总数的62.2%;而其中门店数增长超过5%的城市占到所调查城市总数的11.1%。大部分城市的便利店发展速度保持稳定。厦门市的便利店数量增长率达到7.1%,是所有城市中最高的,其次是济南和北京。

从全国范围来看,各城市便利店的发展基本上与各城市自身的GDP保持同步。此次调查的城市范围相比去年有了一定扩展。调查发现,像广东中山、惠州、福建莆田等城市便利店的发展已经非常接近成熟便利店市场的水平,竞争激烈程度不亚于一二线城市。其面临的问题也与一二线城市基本相同,房租、人力成本持续高企,经营压力相对较大。

从此次调查的结果来看,发展潜力较大的城市正在被具有一定实力的连锁品牌迅速占据。大部分一二线城市

便利店市场的发展空间被进一步压缩,发展情况基本为规模总量变化不大,开、关门店数量总体保持平衡。

“规范连锁便利店对城市人口和经济发展水平要求较高,三四线城市增长空间有限,而前一阶段有些企业在三四线城市扩展过快,导致后劲不足。”北京商流通战略研究院院长赖阳指出,便利店在业态发展方面还有很大的增长前景,但发展不宜太快,而且需要解决目前存在的一些问题。他认为,目前,国内多数便利店在运营技术方面还有很大的提升空间。“未来便利店应该通过更多的商业智能技术降低运营成本,增强盈利能力。”赖阳表示,与此同时,便利店要加强创新,实现时尚化。目前,很多便利店提供的往往是基础保障性商品,这种局面需要改变,未来便利店需要不断创新产品,发掘更多时尚性商品,带给消费者时尚有趣的体验。



北京地铁首家智能无人便利店试营业

本报讯 赵述评 赵驰 北京地铁便利店正快步向前跑。近日,北京地铁首家智能无人便利店试点在地铁7号线欢乐谷景区站开业运营,为北京地铁与一轻控股合作开设。无人便利店的投入与普及一直饱受诟病,是否能适应地铁商业更需要进一步考量。分析认为,无人不应该是噱头,能够解决通勤人员的诉求才最为关键。

无需扫码直接支付

地铁7号线欢乐谷景区站有了一家无人便利店。据了解,该店由北京地铁与一轻控股两家市属国有企业联合开设。该智能便利店名为“京轻智能便利店”,门店面积大概10平方米,提供鲜食、乳品、水饮、纸品、美妆、面包糕点、休闲零食等七大品类500多种产品。除此之外,还有一些具有北京特色的文创产品及北京地铁特色商品。

值得注意的是,京轻智能便利店采用的是无感支付的方式。消费者可以通过扫描微信小程序或者支付宝扫脸的方式进入店内购物,购买完商品后可直接离开门店,系统

将直接识别购买的商品金额,无需商品扫码环节,微信、支付宝自动扣费。

“门店系统通过计算机视觉、智能货架等结合的方式,可让消费者实现无感支付,出错概率非常小。日常仅需少量工作人员进行常规的补货即可。”现场工作人员表示。

地铁公司乘客需求调查报告显示,超七成乘客对提升地铁服务品质和出行体验存在需求,增加便民服务设施,完善便利服务的需求较高,特别是对各种冷热饮品、即食食品以及便当餐食等存在不同程度的需求。今年7月底,北京地铁5号线和平里北街站、6号线青年路站、7号线菜市口站三处便利店试点开业运营,三家便利店能为乘客提供餐食、方便食品与饮品等。

软硬件投入占大头

无人便利店早在2016年便进入了人们的视野,其新颖、智能化等特点为消费者带来了更好的体验。不过,随着时间的推移,无人便利店的自身局限性也不断显现。高昂

的开店成本也使得无人便利店处于“叫好不叫座”的尴尬处境之中。

无人便利店通过技术、设备省掉了一些人力成本,但隐性成本却不可忽视,包括软硬件投入、租金、人工、水电等。开设一家普通的智能便利店成本大概在40万—50万元左右,其中软件系统以及门禁、感应等智能设备是支出的大头。

不过,有业内人士认为,其他场景的门店对店长依赖度较高。相比之下,地铁便利店没有一些现做的熟食和鲜食,门店商品品类相对固定,地铁站中客流也相对平稳。所以,无人便利店会更加适合在地铁场景。

“北京地铁拥有众多门店的资源,而一轻控股拥有无人零售技术和商品供应,双方合作通过优势互补,可以更好地控制、降低运营成本。”该业内人士分析称。不过,双方目前还在起步阶段,这种模式能否成功并且大规模推广还需继续观察。

提供便利是核心

2018年,北京市印发了

《关于加强轨道交通场站与周边用地一体化规划建设意见》,提出在轨道交通车站周边打造微中心。轨道微中心是与轨道交通站点充分融合、互动,可达性高,土地集约化利用程度高,具有多元城市功能,具备场所感和识别性的城市地域空间,使市民在交通出行的同时能够就近满足多样化的生活需求。其中就提出轨道微中心范围内商业、商务、公共服务、文化娱乐等公共功能用地面积占比达到30%以上。

在首都经贸大学教授陈立平看来,在北京提出轨道微中心的背景下,北京地铁开设便利店是未来的趋势,主要是围绕通勤的人口,给他们提供更方便的商品和服务。“北京车站数量非常多,尤其是一些换乘的车站中汇集着大量通勤人员。由于通勤时间较长,自然会有消费需求。”

陈立平同时指出,智能便利店的使用对中老年人甚至一些学生或许造成一定困难。地铁里的便利店关键是提供便利。无论是有人还是无人,便利店的根本在于便利,“没有必要追求噱头,解决通勤人员的需要才是最重要的”。

家乐福积极发展新动能开拓新赛道

本报综合 近日,家乐福零售云柳芳街加盟店在首都北京正式开业,这是家乐福自主变革积极拓展新赛道、谋求发展新动能的又一转折点。

家乐福零售云是家乐福旗下全国性快消品综合服务平台,它对外开放加盟业务,主要为中小零售商户提供商品供应链、运营指导、IT智能工具、品牌授权、增值服务接入。从“给店供货”到“帮店赚钱”,输出全链路智慧零售解决方案。

此次落地的家乐福零售云加盟店位于北京市朝阳区柳芳北里12号,店面面积约300平方米,拥有2000多个商品品类,包括酒水饮料、休闲小食、方便速食、牛奶乳品等,可满足居民日常所需,为周边上千户居民提供更加优质的服务。

据家乐福零售云大区负责人介绍,目前,家乐福零售云平台服务已涵盖全国21个省51个地级市,拥有商品品类2000多个,包括休闲小食、方便速食、牛奶乳品、日用百货等合计15个大类。新开的家乐福零售云加盟店将由就近现有的家乐福门店提供货品支持保障,换句话说,零售云加盟店共享家乐福供应链系统。店主通过“家乐福零售云”APP下单,家乐福拣货履约,由专门物流统一配送,以保证货品的品质以及到货及时性。家乐福零售云线下加盟模式有五大优势:商品最全,送货更快,商品最好,价格更低,售后无忧。

永辉超市撤销“战区制”改革求变

本报讯 有二十年发展历史的永辉超市宣布进行组织架构调整。近日,永辉超市CEO李松峰在接受媒体采访时表示,将改变以往战区模式,实行新的省区业务制度,将原有的7个战区改为23个省区,以改善平台的管理能力。

“永辉的发展进入到一个新的阶段。组织架构变革的核心在于更好地匹配业务的发展需要。”李松峰介绍说。

李松峰认为,这次永辉超市的组织变革,核心逻辑在于扁平化、年轻化和灵活性。据悉,在这次调整中,永辉超市首先要做的就是扁平化,去掉“战区”级,从平台直接经营到省区。“我们有20多个省区,整个能力呈现在平台、沉淀到平台,强化平台的组织能力,破除当中组织的烟囱和孤岛。我们的经营管理方式,要逐步强化平台组织能力,提升前端作战能力。”

据了解,原有的七大战区管理层将进行职位调整,部分流向平台,其余将负责管理较大的省区。永辉预计建立的省区制度分为大、中、小三种,大省区预计百人规模,小省区仅几十人,而原来的战区规模可达一万多人左右。

(澎湃新闻)