

2021年中国连锁百强榜单发布

新冠肺炎疫情出现后的第二年,连锁百强发生了哪些新变化?日前,中国连锁经营协会公布2021年连锁TOP100榜单,百强企业销售规模接近2.3万亿元,同比下降2.8%;门店总数近19万家,同比增长8.9%。下行的行业态势中,疫情这只“黑天鹅”也给零售业带来诸多不确定。

沃尔玛2021年连升3个位次,以990亿元销售额、同比增长13.3%,坐上超市业态头把交椅,永辉超市、高鑫零售双双以5.3%销售下滑紧随其后。疫情两年,连续取得销售、门店数双增长的企业有18家,约占总数的1/6,证明任市场形势再严峻,总有些企业实现逆势增长。

百强榜上,有离开的企业,有新进的企业,也有一些优秀的零售企业,缺席。

沃尔玛坐上超市头把交椅

2019—2021年,百强前3依次均为苏宁、国美、红星美凯龙,但过去的一年苏宁发生剧变,2021年销售额1971.9亿元、同比下滑52.6%,仅比第2名国美多出500亿元左右,2019年、2020年苏宁年销售额远甩第2名,分别高达3787.4亿元、4163.2亿元。

甚于腰斩的巨大销售降幅,是与苏宁易购2021年的“大换血”相伴而生的,苏宁引入战投、先后退出多项产业、偿还债务、整体盘子变小,回归到零售主业中来。第4名,前两年先后由高鑫零售、永辉超市占据。高鑫零售2019—2021年的排位变化是4、5、7,销售额也由2019年的千亿元出头下降到980亿元;永辉超市排位变化6、4、6,在2020年突破千亿元大关,但2021

年回落至989亿元。

沃尔玛近三年排位依次是7、7、5,2021年连升2位,除以家电与家居为主业的苏宁、国美、红星美凯龙、居然之家外,沃尔玛2021年位居第5、成为在华超市业态一哥。沃尔玛2021销售额约990亿元,同比增长13.3%,但门店数同比下滑7.7%至396家,在10强中门店数最少,门店优化后的沃尔玛效益良好。

按前两年的排位,最有望冲击超市业态头把交椅的是高鑫零售和永辉,此前两家双双突破千亿元大关。沃尔玛紧随其后,2019年、2020年、2021年销售额依次为822.8亿元、874亿元、990亿元,而永辉、高鑫零售的业绩起伏相对较大。

18家企业连续两年双增长

连续两年销售、门店保持双增长的企业有家悦、天虹数科、美宜佳、钱大妈、郑州丹尼斯、河南大张、世纪华联、广东天福、信誉楼百货、红旗连锁、广东嘉荣超市、河北叁陆伍、罗森中国、鲜丰水果、十足集团、湖北黄商、山西太原唐久超市、比优特,共18家企业,占统计总数的1/6左右。

疫情期间,超市取得销售、门店双增十分不易,表明企业管理体制、经营模式经得起风浪拍打,抗压能力强,这些企业的共性是扎根区域多年,在当地颇具知名

度与占据较高的市场份额,供应链建设与门店商圈经营扎实,能比较好地应对急剧变化的市场环境,单店竞争力强。分业态看,上述实现销售、门店双增长的企业多是离消费者更近的便利店、社区小店,累计有9家,占1/2。其中便利店有6家,分别是美宜佳、广东天福、河北叁陆伍、罗森中国、十足集团、山西太原唐久超市;社区小店3家,钱大妈、红旗连锁和鲜丰水果。

这表明在疫情自由流动受影响情况下,商圈近场小业态因距离近、消费便利获得顾客青睐,迎来增长。

连续下滑企业谨防“大而不强”

2020年和2021两年销售、门店连续下滑的企业有大商股份、阜阳华联、北京华冠3家企业,去年两指标双降的共有14家企业超过1/8,分别是永辉超市、华润万家、北京华联、大商股份、新世界百货中国等企业。

不乏有永辉超市、华润万家全国性布局且实力雄厚的巨头,也有北京华联这样发展多年、积淀深厚的企业,其余下滑的也都是有一定积累的中型企业,年

销售在几十亿元甚至过百亿元。企业业绩增长压力较大,对很多区域小微零售企业来讲,压力将会更大。

“大而不强”,可以较为准确地描述疫情期间企业反映出来的问题,比如永辉超市、华润万家、永旺等知名度较高、规模较大的企业。这一方面表明企业在战略方向上需要及时调整,同时具体管理、运作机制方面还有很多待改进的地方,精细化程度不够。

新锐企业过少凸显行业创新不足

钱大妈、地利生鲜、兴盛社区网络服务公司这些新锐企业也榜上有名,但整体位于中后位次。

2021年,钱大妈、地利生鲜、兴盛社区网络服务公司百强排名依次为36、80、95,对应销售额183.9亿元、50.2亿元、32.45亿元。较2020年,除地利生鲜位次由76名下降到80名外,钱大妈、兴盛社区网络服务公司都处于稳步增长中,名次分别上升6位、2位。

尤其是钱大妈,两年疫情困难期,销售和门店数都取得了两位数增长。不过相较于2020年,其2021

年增速明显放缓。兴盛社区网络服务公司是百强榜十足的“新人”,2020年才开始以97名靠后位次入榜,其官网显示主要从事社区便利超市品牌输出(芙蓉兴盛)、B2B物流配送服务。不过,整体看新业态、新模式企业上榜数过少,仅3家种子选手,一定程度上揭示了当前国内零售业创新力不足的问题,或者说很多新企业没能取得较好发展、登上榜单。

作为近两年增长最快的业态之一,便利店在百强榜中存在感不是很强。2020—2021年两年时间均仅有10家企业上榜,3家日系企业、7家国内品牌。

多家知名企业缺席连锁百强榜

2021年连锁百强榜单的入门门槛为年销26亿元,销售最高的苏宁易购不到2000亿元,显然,无论是更大规模,还是销售数百亿元、数十亿元规模的连锁零售企业,还有很多并未被列入在榜。

2020—2021年,据统计,新入榜的企业有湖北寿康永乐、南阳万德隆商贸、成都联合一百超市、肇庆市昌大昌、南京中央商场5家企业,而退出2021百强榜的企业分别是百果园、福建东百集团、北京首商集团等4家企业。2020年上榜的像百果园、福建东百集团、北京首商集团等4家企业在2021年百强榜单没见踪影,很可能是没参与统计。

无论市场环境、行业形势如何变化,基础扎实、善

于改变才能最大化保证业绩稳健,反之则很难在下行的行业环境下持续生存发展。

连锁百强榜单已持续发布20多年,成为行业企业之间发展对比的重要参考,为促进零售业的发展作出了很大贡献。但考虑到行业的健康良性发展,入选百强的衡量指标仅是销售、门店数,还不能较客观地反映一家企业的经营发展水平,也不再适合当下行业追求高质量发展、精细化运营的方向。

当下企业更应该考虑的,一是如何健康发展、降低企业负债率与经营风险,二是如何提高盈利能力,比如加上对企业毛利率、净利率以及负债率等指标的关注,也许更能客观反映一家企业的经营水平。 (赖章平)

陆续上线数十种开胃鲜食 便利蜂数字化 供应链优势凸显

本报讯 夏至以来,各地区发布了高温预警,为满足市民因季节变动集中出现的新需求,近日,便利蜂陆续上新凉皮、凉面、椒麻鸡、菠萝咕咾肉等数十种夏季美食。

根据各地区餐饮习惯不同,便利蜂在华东、华南均更新了相应的鲜食清单,推出符合各地消费特色的美食。比如上海地区有咖喱鸡肉、麻辣肉酱意面、岐山风味臊子面、麻辣双虾葱油面,深圳地区售卖地道肠肉拌米粉、XO酱车仔面、香辣牛肉酱车仔面、XO酱乌冬面等。

除更新热餐菜单外,便利蜂增加了鸡脆肚、鸭脖、猪耳朵等卤味的供应。便利蜂对消费需求的快速反应,得益于自身在数字化供应链的部署和持续打造。门店端在感知市场趋势后,能够即时将高价值的信息反哺至供应链各个环节,并在第一时间通过上新、改良等动作差异化满足各地消费者。

据便利蜂统计,入夏以来半个月时间内,各城市门店内的多种促销品销量激增,提神的咖啡、解渴的水饮、畅饮的啤酒、夜宵搭档卤味等强场景性的产品成为消费者重点购买对象。

(央广网)

打造线上线下全覆盖 永辉超市探索 “店+仓”模式新零售

本报讯 陈燕 陈诺 超市的店员踩着平衡车拣货;店内采用割箱陈列模式;有市民开车10公里也要来逛……这就是福州市仓山区永辉超市奥体店,是永辉全国首家仓储超市,自去年5月开业以来,每天几万名福州市民来到这里购物。6月27日下午,百名融媒体记者走进这座占地过万平方米的超级大卖场,探访永辉“线上线下”共同发力的零售新业态。

目前,永辉仓储店已在全国多地落子,包含福州、成都、重庆、上海、深圳、北京、河南等。而区别于其它仓储会员店,永辉不收取会员费,主打的也是平价商品,此外,一些增值服务也让消费者购物时倍感暖心。譬如免费赠水、雨天送雨衣、开放顾客休息区等增值服务。并且在这家永辉超市,永辉到家业务的配送仓库与仓储超市相连,极大节约了场地和人员成本。

在仓配运营方面,永辉持续建立仓端运营及配送管理标准,优化服务体验,大幅提升履约准时率至95.6%以上,福建、川渝等核心地区的履约准时率更是高达96.0%,处于行业领先水平,同时履约成本也稳步降低。

福建永辉超市有限公司总经理林化惠表示,2021年,由永辉技术团队自主研发的全链路零售数字化系统“YHDOS”投入使用,奥体店正是首批接入YHDOS系统的门店之一。这项系统融合了全渠道的采销协同、运营、财务等工作,并从员工的操作系统端打通线上、线下业务。通过YHDOS系统的数字化赋能,奥体店得以实现到家仓与店内仓的融合,且统一线上线下库存,为整个门店的全渠道数字化打下了基础。截至目前,通过数字化用工,奥体店的人效提升比例已达到了30%。