



商超业绩承压 转型升级依旧是探索方向

家家悦、人人乐、联华超市等多家商超企业近日发布2023年年度业绩报告,数据显示,一些企业营收同比下降,原因则多为关闭亏损门店导致线下门店减少以及门店整体销售减少。在业内人士看来,商超企业的发展遇到瓶颈,大卖场原有一站式购齐的优势逐渐消失,卖场转型、调优成为今年卖场的主题。

1

多家商超营收下滑

数据显示,2023年,家家悦实现营收约177.63亿元,同比下降2.31%;联华超市营业额约为218.36亿元,同比下降约11.5%,其中大型综合超市业态同比下降约22.2%。人人乐2023年实现营业收入28.53亿元,较去年同期营业收入下降28.15%;归属于上市公司股东的净利润-4.98亿元,较去年同期增长1.89%;公司总资产39.06亿元,较期初下降19.52%;归属于上市公司股东的净资产-3.87亿元,较期初下降449.68%。

人人乐在财报中表示,公司全年营业收入变化主要由于门店数量减少及销售下降影响。截至2023年12月31日,人人乐业务覆盖广东、湖南、西安、广西、福建、成都、重庆、天津等省、市、自治区,开设实体门店91家。报告期内,公司关闭门店22家,未新开门店。在关闭的22家门店中

4家合同到期不再续约,5家转让给其他商家,剩余13家因经营长期亏损或不符合转型需要等原因关闭。

与人人乐相似的是,家家悦同样加大闭店力度,关闭经营不善的门店。值得注意的是,2023年家家悦虽然营业收入同比下降2.31%;但归属于上市公司股东的净利润1.36亿元,同比增长127.04%。家家悦称,营业收入及净利润同比变化的原因为家家悦增强区域密度和规模优势的同时,按照“优胜劣汰”的原则,对持续亏损、难以改变的门店果断关店,减轻后续的盈利压力。报告期内,对亏损且未来预计无法改善的门店加大闭店力度,减少损失,提升整体盈利能力。2023年公司直营店新开数为81家,闭店数为57家。

2

转型仍是卖场经营主题

多家商超在财报中提到,零售市场发生转变,寻求转型是企业未来探索方向之一。

家家悦在财报中透露,在加大闭店力度的同时,也在推进门店的改造升级,强化商品经营能力,通过供应链效率提升更好赋能门店。而改造店也得到了良好的业绩反馈。“不断优化传统业态,推进门店提档升级,改造店实现了较好的业绩增长。”家家悦在财报中提到,加快培育新型业态,2023年推出了悦记零食店、好惠星折扣店等,同时重点推进加盟业务开展。报告期新开各业态门店110处,其中直营店81处,加盟店29处;其中,发展新业态悦记零食店56家,好惠星折扣店7家。

人人乐在财报中也提到,公司业态模式上主要以大卖场Le supermarket、精品超市Le super、社区生活超市Le life、百货店等实体业态与“人人乐到家”小程序及App(手机应用软件)服务相结合的线上线下融合的多业态发展模式。业态模式根据市场需求和消费升级的变化不断调整创新。同时,人人乐2023年尝试拓展直播业务,寻求转型。

根据国家统计局公布的数据显示,2023年全年我国社会消费品零售总额471495亿元,比上年增长7.2%;2023年全国网上零售额15.43万亿元,同比增长11%。其中,实物商品网上零售额13.02

万亿元,同比增长8.4%,占社会消费品零售总额的比重为27.6%。按零售业态分,2023年,限额以上零售业单位中百货店、便利店、专业店、品牌专卖店零售额比上年分别增长8.8%、7.5%、4.9%、4.5%,超市零售额比上年下降0.4%。消费潜力持续释放,传统商超行业面临转型升级。

今年以来,沃尔玛、永辉超市相继推出升级、调优店。区别传统大卖场,升级、调优店减少了门店整体sku(最小存货单位),并通过增加现制食品区域,增加生鲜品类的经营面积等措施实现卖场升级。从永辉超市通州万达店了解到,增加生鲜自有品牌、新品孵化区、正品折扣区等是通州万达店的调优侧重点。调优后的门店加大了生鲜区域比重,生鲜区域面积约占全店20%~30%,同时增加鱼类加工区域。

资深餐饮连锁专家、和弘咨询总经理文志宏认为,过去的大卖场具有大而全特点,主打一站式购齐,大卖场以标准化的商品为主,在电商的冲击下,大卖场原有一站式购齐价值几乎荡然无存,因此目前大卖场正在走向差异化竞争,更加聚焦顾客急需、短保的商品,比如生鲜类、现制食品类商品,以此吸引客流。

(据《新京报》)

首批庞各庄西瓜 在京东独家抢鲜上线

本报讯 桑雪骐 近日,庞各庄西瓜首发仪式于北京庞农兴种植基地举办。活动中,京东与北京庞农兴农产品产销专业合作社签订了庞各庄西瓜首发协议,通过源头直采,首批庞各庄西瓜已经在京东平台线上线下全面发售。

以沙、甜、脆著称的庞各庄西瓜驰名京津冀,距今已有600多年的种植历史,早在明万历年间,就曾作为贡品送到皇宫中。

庞各庄西瓜虽好,但在过去,即使是本地人想吃到真正的庞各庄西瓜都不那么容易。为了让消费者第一时间吃上正宗本地瓜,北京市大兴区庞各庄西瓜产销联合会授权北京庞农兴农产品产销专业合作社使用庞各庄西瓜追溯码,同时将带有“溯源码”的西瓜供应给京东。消费者在京东购买的每个庞各庄西瓜将均有专属“身份证”,购买后可扫码了解西瓜产地、育苗来源等信息。

有了专属“身份证”的庞各庄西瓜,在京东平台发售之前,还要经过具有十年从业经验的挑瓜老师傅的精挑细选,保证个头大小均匀,且消费者可以一顿吃完,不用担心隔夜的问题。

随着第一车庞各庄西瓜驶向京东大仓,届时,京东七鲜、京东买菜、京东华冠、京东拼拼、京东超市等多渠道同步第一时间上新,让消费者尽享庞各庄西瓜的第一口鲜甜。

盒马门店回收果蔬盒 “变废为宝”成现实

本报讯 王惠绵 今年4月22日世界地球日,盒马员工联合绿色再生塑料供应链联合工作组(GRPG)、中国物资再生协会再生塑料分会发起“重塑新生”计划,在部分门店收银处设置果蔬盒回收装置,通过果蔬盒的回收和循环再生,倡议公众参与塑料污染治理行动。

据了解,本次活动持续三天,在杭州亲橙里、龙湖国芳、云州国际三家盒马鲜生门店,以及上海盒马总部开展。消费者在门店收银处完成支付后,可以将果蔬盒投入回收装置。参与活动的门店现场,还配备了员工志愿者,倡议公众关注低价值回收物治理,让干净的果蔬盒进入循环再生系统。为了鼓励公众参与,活动期间,门店每天都有限量周边礼品赠送给参与此次环保活动的消费者,礼品均由再生材料制成。

2024年2月,国务院办公厅印发《关于加快构建废弃物循环利用体系的意见》,聚焦生产生活各领域的废弃物,分类施策,明确了推进废弃物精细化管理和有效回收、提高废弃物资源化和再利用水平、加强重点废弃物循环利用和培育壮大资源循环利用产业的重点任务和工作要求。

盒马可持续发展部负责人沈丽表示,可持续发展需要坚持新质生产和绿色发展,盒马积极响应国家政策,努力探索减塑的更多可能性。数据显示,在截至2023年3月31日的财年中,盒马实现了部分主要PET盒包装商品的单包装降重约5%~13%。

“低价值回收物并非因为材料本身价值低,而是因为其回收成本高、经济性不强,所以如何通过价值链合作,提升低价值回收物的易回收性,是我们一直在突破的行业问题。所以我们这次跟盒马一起倡议丢干净分类、集中收集、打包丢弃,让干净的果蔬盒进入整个物资再生系统。”中国物资再生协会秘书长王永刚说。

此次活动,旨在建立起价值链对低价值废弃物治理的积极性,推动公众的分类和清洁意识。当盒马消费者把果蔬盒投递到回收装置后,干净的果蔬盒被专业的回收公司、再生材料公司处理,变成可供盒马的蔬菜基地使用的育苗盘,基地使用完之后仍可以再进入下一次循环。通过构建这个物资循环再生链路,降低了环境负担,和再生企业的成本,同时也让广大消费者意识到“干净的果蔬盒更利于回收”。通过社会各方的努力,实现物资循环的闭环运转。