

前三季度,便利店、专业店、超市零售额平稳增长 实体零售加速创新转型

国家信息中心最新数据显示,10月份,我国线下消费热度指数同比增长8.2%,较上月提升2.9个百分点,增速连续两个月稳步提升。作为线下零售业的重要业态,便利店、专业店、超市加快创新转型,为提升消费热度作出贡献。

——编者

中午时分,湖南长沙市民周女士走进小区附近的一家零食店,这里的零食以小包装散称为主。“每类商品挑选一两个,既能尝到更多口味,又能避免浪费。”周女士说。

调整商业结构、创新发展方式、提升服务能力……近年来,以便利店、专业店、超市为代表的实体零售业加速创新转型,越来越受到消费者青睐。国家统计局数据显示,实体零售平稳增长,前三季度,限额以上零售业单位中,便利店、专业店、超市零售额同比分别增长4.7%、4.0%、2.4%。

便利店 提供商品,更提供服务

傍晚,走进便利店,买点包子、玉米、烤肠,再加杯鲜奶,自助结账——如今,不少年轻人常会去便利店解决吃饭问题,节省时间又经济实惠。

作为一种便捷高效的零售业态,便利店广泛分布在住宅小区、写字楼、地铁站等人群密集处,市场容量逐渐扩大。

记者走进位于浙江杭州拱墅区河东路的一间便利店,只见不到100平方米的店里,各类零食、饮料、洗化用品等一应俱全。店长陆文慧说,十足便利店从浙江温州起步,如今开到了国内多个城市。

杭州十足便利店有限公司行政总监宋颖杰介绍,努力贴近周边社区、商圈的消费需求,是便利店转型发展的秘诀。“烧菜用的调料、小孩子喜欢的玩具,店里都能找到,‘麻雀虽小,五脏俱全’。”宋颖杰说,河东路店增高货架,把商品增加约300种。

杭州临平区的一家店面,结合周边写字楼较多、客户群体年轻化的情况,在选品上侧重满足办公需求,除了增加笔记本、订书机等商品,还在店门口增设专门的用餐休息区,解决店内用餐空间小的痛点。

早餐、午餐、下午茶、晚餐、夜宵,为满足顾客日常就餐需求,“十足”规划了一日三餐的消费场景,涉及各类鲜食商品。十足集团有限公司集团办公室主任吴文旗介绍,公司今年在温州建立了鲜食工厂与鲜食研发中心,计划年底投产。

记者了解到,近年来,浙江的便利店普遍在商



品力、营运力、数字化能力上实现提升,着重从自有品牌的规划、研发、经营等环节进行创新,获得了稳定的经济效益。

专业店 更新零售场景,增强消费体验

“零食很忙”是湖南长沙的一家专业店,单品超1700个,98%以上是零食或即食、即饮产品,其中约一半是散称类商品。商品琳琅满目,购买数量不限,“一个也能买”,走进店内的消费者,很难空手而归。

“零食是快消品,消费者有较强的‘即买即得’需求,这为线下新零售提供了广阔空间。”湖南爱零食科技有限公司常务副总经理熊颖说。

零食企业大多选择将门店下沉至社区,在营业全时段服务不同消费群体。湖南鸣鸣很忙商业连锁有限公司公共关系负责

人雷佳桦介绍,公司1.2万家门店中,有近三成下沉至常住人口达一定规模的乡镇。

在门店运营层面,零食企业为消费者创设具有沉浸式体验感的消费场景。

1米多长的辣条、直径近20厘米的果冻、巨大包装的薯片……在长沙解放西路,“零食很大”的门店成为不少年轻人的打卡点。“这些特色商品营造的消费场景非常新鲜,对青少年尤其具有吸引力。”湖南娄底市民周先生特意来到店里,给孩子买了四五种零食。

“仅一个果冻柜台,就需要5个理货员同时理货,日销果冻超过4000个。”店长李心林说,“门店日营业额在50万元以上。”

“体验之外,消费者也注重性价比,质优价廉的产品具有长久吸引力。”雷佳桦表示,零食销售企业通过搭建信息平台,重塑供应链系统,减少流通中间环节,压低商品流通成本。

“零食行业的良好发展,得益于相关企业对市场的观察、对消费者需求的精准把握和对营销方式的持续创新。年轻人是长沙零食行业的主要消费群体,他们对零食品类的多样化和品质化需求,推动了市场快速发展。”长沙市商务局有关负责人表示。

超市 创新经营模式,提供优质服务

“商品多、价格实惠,在手机上就能下单,还能送货到家。买的东西如果不影响二次销售,在他们的任意一家门店都能退换。”在比优特超市辽宁沈阳新生活广场店,正在选购商品的市民吴女士说。这家几个月前刚开业的超市,经营面积超过9700平方米,商品种类超2万种。

“品类齐全、价格便宜是我们的优势,这得益于强大的商品供应链,尤其是生鲜商品,90%以上从产地直采。”店长韩红梅介绍。

“为了提升竞争力,我们较早实行了生鲜商品产地直采模式,采购员遍布各地。”比优特商业集团战略运营部部长刘文亮说。

在沈阳,16家比优特超市取消库房,将腾出的面积用于经营。这些超市由统一的库房进行商品配送,节约人力成本,提升商品周转率。在人才培养方面,比优特从2012年开始成立企业内部的培训部门,培养管理和技术人才,截至目前开设培训班超200期,累计受训5000多人,先后输送管理及技术人才500多人,为快速开店提供保障。“1至10月,超市在沈阳实现零售总额19.98亿元,比去年同期增长7.4亿元。”刘文亮表示。

据悉,沈阳对引进首店的大型商超和商业综合体提供一次性资金支持,支持企业开展品牌首发首秀活动,对品牌首店入驻给予租金补助并将企业高管纳入人才认定范围,吸引大型商超企业投资。

(刘军国 申智林 刘洪超)

连锁零售企业联手 品牌商掀起消费新热潮

□ 阎密

从中国连锁经营协会获悉,自11月3日中国国际消费中心城市精品消费月活动启动以来,首周便迎来了80余家协会会员企业、6万余家连锁门店的积极参与,参与活动门店覆盖超市、便利店、百货店、购物中心、餐饮及生活服务等多个行业和细分领域。据参与企业估算,此次活动预计将带动百亿元消费额,惠及3亿消费人次。

活动期间,各零售企业联动知名品牌商,组织开展了一系列内容丰富、形式多样的优惠促销活动,预计总投入经费将达12亿元。企业还通过提供融合购物、社交、体验、娱乐等“一站式”服务,激发消费市场活力。

据介绍,天虹推出“双11”促销活动,线上线下齐互动打造新零售模式;重百新世纪百货开启了一年一次“疯抢节”,上千专柜品牌折上钜惠,尽享奥莱价;银座集团打造了“IN粉狂欢季”年终盛典,推出“IN起嗨抢节”和“IN粉独‘利’日”两大主题营销活动;苏宁广场推出11超粉节,全国苏宁广场城市地标打造超级宠粉VIP会员节;邯郸阳光紧跟潮流,推出黑神话悟空游戏体验赛、蛋仔派对蛋友碰碰会、五月天应援音乐会、随机舞蹈等活动,有利提升了商场消费环境的活跃度。百大合家福超市结合“双11”、感恩节等节点,组织开展了自有品牌节、嗨购11.11、暖冬邻里节、感恩节等系列营销活动,将品牌“有温度”的一面展现给消费者,以一种有意义的方式让品牌与消费者建立起情感连接。

还有不少商超、餐饮企业以美食切入,结合秋冬场景,打造各种惠民美食节、购物节。厦门元初打造首届“土嗨俱乐部”及“上山下海”会员户外体验活动;物美推出暖冬火锅宴,活动期间享“超值单品补贴”;湖北黄商于11月15日—17日开展热辣滚烫火锅节;北京超市发针对不同节气推出“放肆吃 破底价”(超市发鲜肉节)、“小雪应食补”“大雪吃羊肉”等一系列主题活动;嘉和一品则在100家门店开展“有机高食材熬出好味道”美食节活动;呷哺呷哺推出了内蒙古草原原珠穆沁小肥羊上新季系列优惠活动;豫园上海老饭店以“梦回老上海”为主题,结合老上海复古场景和特色点心打造“沪城八景”下午茶。

新场景、新业态有利于激发新的消费欲望,带动新的消费增长点,为此不少零售企业推出首店首发活动。11月15日,名创优品在全国首发上市第五人格IP系列商品;万辰集团旗下好想来品牌零食首家以“大”为方向的主题店于11月1日在呼和浩特市开业;11月21日,富隆酒业将推出博若莱新酒全球同步发售和品鉴活动。

从全国看,新型消费潜力仍然巨大,服务性消费扩容提质。连锁企业在积极创造和谐生态和新型消费的场景和体验,引领全社会绿色、可持续、健康的生活方式潮流。活动期间,重百电器商社聚焦“以旧换新”政策,同步开启第二届重百家博会,结合政策红利,补贴惠民;新茶饮品牌喜茶11月在旗下4400家门店推出更多“超级植物茶”系列产品,给用户提供更健康茶饮,用健康和口味带动更多消费者购买产品,激发新茶饮市场消费活力;贝尔安亲打造一系列主题鲜明的社会实践活动,丰富学生的课余生活,培养社会责任感和综合素养;华胜推出秋季换季保养活动,为车主出行保驾护航。