

岛城零售进入“小”时代 便利店迎来发展“春天”？

□半岛全媒体记者 文鸿飞

近年来,实体零售业普遍走下坡路是不争的事实,但便利店却是个例外。据中国连锁经营协会发布的《2017中国便利店发展报告》显示,中国连锁品牌化便利店门店接近10万家,2016年便利店行业增速达13%,市场规模超过1300亿元,开店数量及同店销售双双增长。市场空间的庞大,引得商业巨头们出手便利店市场跑马圈地。更有业内人士宣言,便利店已经站在新零售时代的“风口”,而现在则是最佳进入时机。是什么原因促使小小便利店如此吃香?岛城便利店的发展状况如何?激烈的竞争环境中,各家便利店想要更好的发展,又该如何努力呢?带着这些问题,记者进行了市场调查。



记者走访7-ELEVEN、迷你岛、友客、利群便利店发现,现在的便利店,除了售卖最基本的日常生活用品外,还拥有很多功能。

近千家便利店 抢占岛城零售市场

各大商业巨头已经抢滩便利店市场,那么青岛的便利店市场是怎样的呢?2015年的数据显示,当时已经有近数十个品牌近600家便利店在青岛落土扎根。经过这两年的快速发展,一业内人士表示,估计现在全市的便利店总数达近千。记者采访时也发现,中山路、浮山所、远洋广场等区域甚至出现了便利店扎堆的现象。青岛的便利店既有友好、友客、优同、利群等本土企业设立的便利店,也有7-ELEVEN、迷你岛这种全球连锁性的便利店。以浮山所到新贵都小区这段距离为例,几百米的距离,就聚集了7-ELEVEN、迷你岛和友客三家便利店,足以看出岛城各大便利店竞争之惨烈。

虽然咱青岛的便利店发展已经够迅速,但放到全国来看,其发展空间还很大的。最近发布的《中国便利店景气指数报告》显示,青岛便利店的发展指数排名以总分70分,在全国排名27位。而在本次便利店的发展指数排名中,深圳以89分荣登榜首,紧随其后的分别是太原、长沙、东莞、厦门、郑州,乌鲁木齐则以80分的分数位列第十。对此,青岛市商务局一工作人员表示,不光是青岛,其实总体上来看,北方都比不上南方。这可能与青岛人的生活习惯、消费习惯有很大的关系。“在南方,便利店一天24小时开门,24小时就有顾客。但在北方,尤其是到了秋冬天,晚上九点以后人就很少了。”他说。而记者在采访中也了解到,一些顾客尤其是70后、60后去便利店消费的意识观念和观念还比较淡薄。“东西不全,一次采购不能满足所需。所以要买生鲜食品时,还是直奔家附近的农贸市场去了,要买大宗的日用品,还是习惯去大型超市。”市民张女士告诉记者。

大鳄纷纷出手 资本热衷便利店

若论发展速度,零售业恐怕没有哪种业态能与便利店相媲美。中国连锁经营协会与波士顿咨询公司联合发布的《2017中国便利店发展报告》指出,中国连锁品牌化便利店门店数接近10万家,2016年便利店行业增速达13%,市场规模超过1300亿元。中国连锁经营协会副秘书长、便利店委员会总干事王洪涛则表示,就目前便利店的发展势头来看,这样的高增速会继续保持。

在这种大环境下,便利店品牌商们开始跑马圈地。山东众卿便利生活有限公司董事长徐增森在谈到7-ELEVEN的开店计划时表示今明两年将加快开店步伐,今年计划新开21家店面,明年计划在今年新开店的基础上增加50%。报道称,全家计划到2024年达到1万家店;罗森计划从目前的约千店规模到2020年达到3000家,到2025年达1万家店;家乐福推出“Easy家乐福”小店;京东更许下豪言要开100万家便利店。不光这些全国连锁甚至是全球连锁的便利店,就咱们青岛本土的青岛利群便利店也在今年加快了开新店的步伐。“今年下半年开始,我们就将加快开新店的步伐。今年下半年先新开20家左右,明年再新开30家到50家。”青岛利群便利店连锁发展有限公司总经理于红告诉记者。

功能多样化 电商推动功不可没

便利店之所以迅速扩大,又如此被看好的原因在哪里呢?《2017中国便利店发展报告》认为与消费者的购买渠道开始多样化密不可分。报告指出,随着经济增长,中国人的收入提高,中间阶层的生活水平升高,网购迅速得到普及,价格便宜或者重量较大的商品一般在网上购买,而急用的商品则会在便利店按定价购买。因此,大型便利店不仅在一线城市,还在周边中小城市扩大了开店攻势。另一个动向是互联网企业,比如京东、阿里巴巴、亚马逊等都已涉足了便利店市场。

另一原因,则是便利店自身功能的

多样化。记者采访时发现,随着便利店功能的日益多样化,服务的日臻完善,逛便利店不仅能买买买,还能干很多事,并因此吸引了大量的年轻消费群体。比如,很多便利店有快递代收功能。这对于白天家里没人、单位又不便收快递的人来说,便利店所提供的快递代收服务无疑是他们的“福音”。“我网购比较多,单位倒是可以收快递,但下班后还要往家带,很麻烦。所以,上班家里没人时我都让快递员放在小区门口的便利店里,下班路过时再拿走。”市民王小姐告诉记者。再比如它的二十四小时营业以及售卖三明治、饭团、粥、包子等,则让一些都市单身男女将它当成了“深夜食堂”以及“第二个家”。曾有机构做过一项调查:你为什么爱便利店?有近三成的票投给了“想要的时候它总是在”24小时、随处可见。便利店贩卖商品的同时,也在某一刻支撑着我们的内心。“当加班到凌晨一两点,连野馄饨都收摊了,走在冷清的街道上,看到便利店还亮着的灯,心里就觉得温暖了很多。进去后,点杯热饮或者吃点儿夜宵。”从事软件开发工作的90后付先生如此描述他对便利店的感情。

而记者路过便利店时也经常会看到,有学生或者年轻情侣坐在便利店靠窗的桌椅旁,或者就餐、喝咖啡吃冷饮,或者纯粹歇脚、聊天。记者走访迷你岛、友客、7-ELEVEN、利群便利等便利店发现,现在的便利店,除了售卖最基本的日常生活用品外,还拥有很多功能。以7-ELEVEN为例,现已开通的业务功能有ATM、WIFI、交通、通讯充值、各种缴费、票务代理等各种生活服务。说白了,消费者心中早已默默地把便利店当成一个连接社会公共服务的城市驿站,期待着更多新鲜而便利的服务在这里生根发芽。

为赢得市场 便利店纷纷转型

商业巨头纷纷出手便利店的结果会导致便利店更加迅猛发展,但同时也导致竞争的激烈,行业洗牌和优胜劣汰

的加剧。那么,便利店想要有长足的、健康的发展,想要在这波发展中站稳脚跟,该如何努力呢?

徐增森表示,他对便利店的未来很看好,便利店想要有更好的发展,必须要逐步增加服务类商品,以7-ELEVEN为例,将增加订票、快递、洗衣、家政等服务类商品。“消费者可以到店内收取快递,实现随时取。下一步将在互联网上做售卖,通过自己的APP,实现自己配送。此外,也会降低物流配送成本。”他说,“同时要提升服务品质。在提升服务品质这一方面,7-ELEVEN有专门的团队研究市场潮流和趋势,每周与主力供应商开商品开发会议,紧跟潮流和时尚,年间商品更新率达70%以上,确保顾客的新鲜感,让顾客吃不腻,用不厌。”于红则表示,要解决好物流配送的问题。同时,要降低配送成本,并保证及时高效。

英敏特亚太研究总监Matthew Crabbe则表示,作为社区商店和服务提供商,便利店真的需要更好地了解消费者。英敏特报告数据显示,近一半消费者表示更希望可以随时去便利店购物,64%的消费者则会倾向购买价格实惠的基础产品。59%的消费者表示,如果便利店有自助结账柜台,更愿意使用自助结账。为了应对消费者的这种消费习惯转变,便利店需要快速转向“新零售”,同时需要提供更多的便捷服务。



扫一扫,关注“青岛非得买”。



扫一扫,关注“半岛第一消费”。