

寒冬态势仍在持续，超市行业今年的营收和利润下降趋势难以遏制，但便利店业态异军突起，成为各大品牌竞相布局的又一领域。得益于移动O2O的发展，今年超市行业的电商玩法有了新思路。从整体行业来看，逆势并购、资源融合成为发展趋势，再加上互联网助力对实体商业的价值再评估，超市行业或出现赢者通吃的格局。



超市：赢者要通吃

现状篇

持续下滑

- 净利普遍下滑
- 外资巨头降幅明显
- 区域超市影响小

对于超市行业来说，寒冬已经持续了很久，并且将继续持续下去。永辉超市、联华超市、步步高连锁、红旗连锁等多家超市上市公司陆续公布了前三季度运营情况，营收和利润下滑仍然无法遏制。

联华超市是唯一一家营收、净利双降的企业，联华超市公告显示，集团营业收入为225.73亿元，同比下降约6.6%；营业成本减少约6.9%至178.87亿元，净亏损约1.4亿元，这延续了联华超市近年来一路向下的态势。湖南区域连锁步步高前三季度营收增加25.78%至116.8亿元，但净利润同比下滑28.75%至2.39亿元。

家乐福三季度中国市场销售额大幅下滑了11.2%，几乎是它2014年在中国市场销售收入降幅6.4%的近两倍。人人乐三季度实现营业收入27.42亿元，同比下降8.54%；实现归属于上市公司股东的净利润-1.87亿元，同比减少108.88%，前三季度公司归属于上市公司股东的净利润-1.42亿元。

2015年上半年，物美营业额上升约11.4%，但股东应占溢利与2014年上半年相比下降约19.5%。10月初，物美商业宣布将退市，称集团的盈利状况一直受到日益上涨的人工及租金成本以

及源自线上及线下运营商竞争的不利影响。

永辉超市前三季度营业收入约314.4亿元，同比增长16.7%；净利润5.97亿元，同比减少7.98%。但扩张步伐并未减缓，三季度永辉超市新开门店21家，截至三季度末，永辉超市已开门店372家。红旗连锁一直坚持在四川省内发展，规模相对较小，受零售行业整体下行态势影响也小，而且更容易在消费趋势变化下及时调整发展方向。三季度显示，公司前三季度实现净利润1.55亿元，同比增长10.64%；营业收入40.76亿元，同比增长13.31%。

小业正兴

- 门店、销售双增长
- 便利店品牌增多
- 频遭人才挖脚

便利店是实体零售业态中唯一能够实现门店和销售两位数增长的业态，《2014中国便利店发展报告》显示，便利店为主要代表的企业，销售额增长比例为18.2%，在传统零售业中位居榜首。2015年，在大卖场和标超继续萎靡的情况下，便利店成为零售企业的另一种出路。

“easy家乐福”是家乐福在中国独创的便利店品牌，打造邻家社区型便利店概念，旨在通过丰富商品及优质服务满足社区居民基本生活之需，把便捷的生活方式带给周边消费者。目前正在上海开出了4家门店，预计明年春节前开10家左右。按

照计划，明年初，家乐福网上商城进入北京市场，随后easy家乐福也紧随脚步将作为O2O配套业态进京。华润万家今年在北京计划开10家标超门店、30家VANGO便利店，大卖场则暂停扩张。

泰国正大集团旗下卜蜂莲花在大卖场业态艰难扭亏后，从4月开始，依次在上海、成都等地开出了7家正大优鲜便利店，正大优鲜集合了全集团的资源，被寄予厚望，明年开始仅北京就计划开出50家门店。不过，今年底，正大集团将正大优鲜在北京的发展目标调高为明年100家新店，后年160家新店。麦德龙在上海试

运营了“麦合家”便利店，运营成熟后将以另外的新名字大范围扩张。

北京7-11进入了有史以来开店最快速的时期，去年完成了32家新店开业，今年的任务是40家新店。专业便利店品牌也不断有新人加入，行业竞争日趋激烈。北京邻家便利店挖走了7-11数十位中层，截至12月，已经有十几家新店开业。邻家便利店计划一年内新开200家门店。按照各家便利店的计划，2016年，北京市场上至少出现500家不同品牌的新便利店，届时北京市场上将拥有超过1000家便利店门店。

重塑电商

- 自建电商平台亏损
- 借O2O开拓市场
- 发力移动端

从2012年开始，超市做电商经历了三个阶段，首先是自主开发电商渠道，第二阶段是入驻电商平台，前两者存在流量费用高和用户留存难的问题，现在进入了移动电商阶段，借助O2O以低成本的方式重新开拓线上市场。

物美和多点Dmall达成战略合作，在北京多点Dmall将物美超市的商品在1个小时内送达附近3公里的消费者手中，这种超市代购的O2O公司今年初开始爆发性增长，京东到家、小e到家、生活圈等多个创业公司让超市找到了另外一种触网方式。截至目前，北京市场上，物美、美廉美、华普、华

冠、顺天府、乐天玛特等多家超市已经与上述O2O企业建立合作。来自超市发的数据显示，接入O2O平台后，单个门店销售最高提升在20%以上。对于艰难度日的超市来说，这个增量尤其明显和珍贵。

不过，坚持自建电商的超市依然存在，多数为外资超市。大润发旗下飞牛网去年亏损1.62亿元之后，今年继续“烧钱”，同时开放平台吸引更多商家入驻。家乐福网上商城于今年6月在上海上线，所有货品都从大卖场门店发出，可以送货上门或者从easy家乐福便利店自提。1号店被

沃尔玛全资控股后，成为“网上沃尔玛”，部分沃尔玛深圳门店为1号店顾客提供自提服务，买家可以在方便的时间，选择就近的自提点进行提货，同时，沃尔玛App通过1号店在深圳的物流团队来送货上门。根据沃尔玛提供的数据，速购上线四五个月下载量已达20多万，沃尔玛大卖场线上销售额增长了700%。麦德龙在入驻了多点、小e到家等多个O2O平台后，同时运营麦德龙网上商城以及App拍客，多渠道探索线上零售，摸索出可行模式后择优迅速发展是麦德龙的电商思路。