

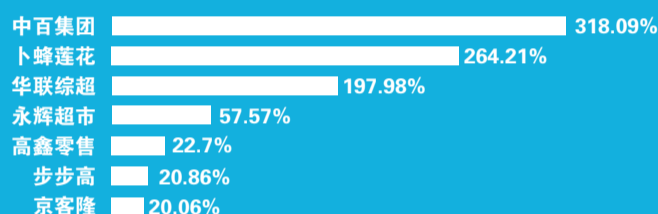
超市便利店：资本加速跨界融合

在实体零售继续回暖的背景下，2017年大部分超市都实现了营收、净利的双增长。“新零售”概念的提出，使得零售市场在这一年表现活跃，资本、人才的流动相当频繁，传统零售加速升级改造，各种新业态也纷纷涌现。

随着消费需求不断升级，未来几年，消费体验将备受重视，“零售+服务”将会成为主流业态。除此之外，线上与线下渠道、各业态之间的边界也会逐渐被打破，融合成为必然趋势。



2017年上半年超市净利润增幅



·现状篇·

关键词 1 扭亏为盈

2017年上半年，我国零售企业营业利润和利润总额同比分别增长7.6%和6.6%，较去年同期分别提高7.8个和14.3个百分点，保持持续回暖态势。其中，业绩排名前两位的高鑫零售和永辉超市，2017年上半年营收分别为540.8亿元和283.17亿元，较上年同期分别增长2.1%、15.49%；净利润分别为17.57亿元和10.55亿元，较上年同期分别增长22.7%、57.57%。中百、卜蜂莲花、华联综超在今年上半年实现扭亏为盈，净利增幅分别为318.09%、264.21%、197.98%。

关键词 2 流动性大

超市、便利店市场表现活跃，资本关注、人才频繁流动已成常见现象。资本流动方面，2017年6月，北京华联综合超市以2.94亿元将北京华联精品超市100%股权转让给凯大铂川；2017年10月，北京本土便利店品牌好邻居被绿城物业、鲜生活、上海易果电子商务以约5.6亿元全资收购；2017年11月，阿里以约224亿港元收购高鑫零售36.16%股份；2017年12月，腾讯入股永辉超市的交易已经谈拢。

人才流动方面，罗森中国副总裁、重庆罗森总经理福田晓村于今年8月离职投身“猩便利”，全家便利店总经理朱宏涛也于10月被确认离职。

关键词 3 业态革新

“新零售”概念在2017年迎来落地，一方面体现为传统实体零售的自我变革，另一方面体现为无人便利店等新业态的涌现。

传统零售企业从买卖场所向综合生活中心转型，将超市业态与餐饮、休闲娱乐、电商等进行了多层次的组合。物美超市在门店内引进了现场烹饪及堂食服务，消费者通过多点App可实现自助结算。永辉超市推出了“超级物种”，百联集团推出了“RISO”，还有天虹的sp@ce、新华都的海物会、步步高的鲜食演义等。

新业态方面，盒马鲜生独树一帜，目前已落地超20家门店。缤果盒子、小麦铺等无人便利店科技感十足，猩便利、小e微店等无人货架先后完成数亿元融资，加速跑马圈地。

·趋势篇·

关键词 1 体验引流

实体零售开始充分利用电商缺乏的立体化体验来挽回流失的消费者。步步高利用鲜食演义空间带来了丰富的消费体验，与过去老店相比在销售额、客单量方面均有25%-30%的提升。联华鲸选调整后的“超市+餐饮+社交”混合业态使营业额同比增长20%以上。

数据显示，中国城镇居民的服务消费支出占消费总支出的比重到2020年估计将达到40%-50%。超市除了提供商品的单一功能外，在消费升级下，将开始越来越重视体验式消费，增加各种各样生活服务的提供。

关键词 2 渠道融合

顾客的消费习惯变得越来越碎片化，随时随地都有可能发生，零售业也在全渠道融合发展。从自建电商到入驻电商平台、搭建电子会员体系、实现O2O化等，线上渠道已经是实体超市、便利店必须发展的方向。与此同时，电商企业在这一年也开始将目光瞄向线下，一方面，多点、闪电购、海鼎等互联网技术企业开始成为实体零售企业的技术方案输出商；另一方面，阿里提出了天猫小店计划、京东提出了百万便利店计划等争夺线下流量触点。

业内人士认为，接下来，实体零售增强电商业务、互联网企业赋能线下零售企业是必然趋势，线上线下的渠道边界将会更加模糊。

关键词 3 加码生鲜

生鲜依然是今年超市、便利店的关键词。安徽的生鲜传奇获得2亿元融资，估值已达10亿元；上海社区生鲜品牌“康品汇”获得由美团点评设立的龙珠资本领投的A轮融资；珠三角地区社区生鲜超市钱大妈吸引了京东入股，并采用加盟模式快速扩张到超500家店。物美、超市发等传统超市也都纷纷精简SKU，增加生鲜产品占比。

随着互联网普及，大部分快消品都能在网上购买，生鲜产品由于有较高的新鲜需求，成为受电商冲击相对较小的品类。而且由于符合一日三餐的高频消费需求，生鲜专业店、生鲜电商等以生鲜为核心的业态有很大的发展空间。同时，超市、便利店、大卖场等业态也会进一步增加对生鲜商品的重视。北京商报记者 吴文治 徐天悦