

配货 出货

库存周转时间同比下降30%

除了前端消费者看得见的变化，随着数字化的深入，超市的数字化变革不再停留在收银和价签的变化上，而是在幕后也覆盖了前端运营到后台的供应链体系等更多维度的改造。

李润华说：“过去，超市配货是由店长或者相关部门的负责人通过过往的销售来预估。而现在数字化转型之后，实时的数据就显示在电脑上，比方说现在出货量、订货量等数据，或某个时间段、某个单品的表现，又比如查上个月、上一年，甚至某一个单品、某个阶段，甚至10分钟之内的数据可以短时间内就能立马很直观地体现出来。通过进货数据的比较，就可以有针对性地了解在某个阶段应该订什么货。”超市正在逐步打破传统的原有模式，通过数字化建立起更加高效的运营管理模式。

据了解，永辉通过供应链数字化的管理，推翻了以往的经验式订货，用数据作为订货支撑，梳理影响订货的基础数据，设定品类安全系数策略，从而做到定货需求有数据支撑、缺货根因清晰可见，最终得以提高店内的周转效率。永辉福州等地标杆店的店仓周转时间已下降30%，货物库存时间也降低至16天左右。

此外，永辉超市正积极运用科技力量对源头直采、预测订货、计算商品生命周期等供应链模块进行数字化重组，从而实现采购、交付、营销等供应链各个环节的高效联动。据永辉财报显示，通过优化商品结构、减少无效的库存占用，永辉成功将库存总金额从2021年初的108.82亿元降至三季度末的77.13亿元，降幅达29.12%。

内涵式发展 数字化步入新赛道

据中国连锁经营协会发布的《2020年中国超市百强》榜单显示，2020年，超市百强开展到家业务的门店覆盖率提升到65.1%，线上销售占比平均达到5%。超市百强平均每单履约成本为9.4元，较上年增加2.4元。

此外，超市百强通过提升线上商品SKU数、开展社区团购、直播业务，提升线上销售额。超市百强平均线上单品数由8300余个上升到11000余个；六成企业开展了社区拼团业务，组建了以自有员工为主体的团长队伍，团购销售占总销售的0.7%；七成企业开展线上直播业务，直播销售占企业总销售的0.1%。

事实上，受电商和疫情的双重冲击，实体超市国内超市行业正在经历一个非常艰难的转型期。中国连锁经营协会会长裴亮在11月18日的2021超市发展战略高峰论坛上公开表示，当前超市企业转型发展的一个基本共识是从外延式扩张转向内涵式发展。所谓内涵式发展，核心是“精益化”，通过精益化管理和运营，培育企业增长的新动能。

“精益化就是让现有的经营资源创造更多的销售和利润。门店不仅要吸引和服务线下客流，还要成为全渠道的履约中心。加工和配送中心不仅要满足2C的服务，还要满足2B的服务，不仅要满足门店的需求，还要满足线上的需求。人员不仅要扮演促销员和理货员的角色，还要扮演拣货员和厨师的角色。”裴亮说。

和君咨询零售连锁专家、和弘咨询总经理文志宏在接受北京商报记者采访时表示，当前商超行业的数字化浪潮已经到来，未来商超行业的商业模式已经不仅仅停留在原有的线下实体门店，而是走向全渠道化。

