

中国便利店行业销售额连续3年保持10%以上——

便利店为何能逆势扩张

本报记者 汪文正

可以买蔬菜水果,还可以买早餐、收快递……不少人发现,身边的连锁便利店越来越多了。在线上零售占比持续增大的背景下,便利店成为实体零售领域快速增长的行业之一。

中国连锁经营协会与毕马威近日联合发布的《2022年中国便利店发展报告》(以下简称《报告》)显示,中国便利店行业销售额连续3年保持10%以上高速增长。2021年,全国便利店销售额达3492亿元、同比增长17.7%,其中品牌连锁便利店销售额达3050亿元、同比增长12.3%。便利店行业为何能实现逆势增长?与其他实体零售业态相比,便利店具有哪些优势?

在同类业态中脱颖而出

采访中,许多消费者向记者反映,自己去大超市少了、去便利店越来越频繁了。

2020年初以来,实体零售行业特别是大型商超受到疫情较大冲击。中国连锁经营协会数据显示,2021年,中国排名前100的超市企业整体经营业绩不甚乐观,销售规模呈下降态势,其中62家企业销售额下滑。与此同时,便利店行业却“一枝独秀”,进入上升期。2019-2020年,便利店行业销售额增速从13%升至16%,2021年则进一步升至17.7%,增速远高于大型商超、小型超市、百货商店等业态。

不仅全球连锁便利店品牌如“7-11”等加快在中国的布局,本土连锁便利店品牌也进入上升期。中石化旗下“易捷”便利店已成为全国最大连锁便利店,门店约3万家,全渠道会员超2亿人,成为许多品牌“带货”的重要渠道。国内非石油系连锁便利店第一大品牌美宜佳从广东走向全国,门店数量超2.9万家,分布在20个省份的200余座城市,并保持着近几年每年超2000家门店的扩张速度。

与国外“同行”相比,中国便利店行业在体量上与美国、日本仍有差距,但发展势头亮眼。《报告》显示,2019-2021年中国大陆便利店销售额从371亿美元增长至541亿美元,增速远高于美国、日本;中国大陆便利店门店数量3年间翻了近一番,从13.2万家增至25.3万家,而同期美国、日本门店数量均为负增长。

凭借快节奏、商品多、营业时间长、自动化水平高等优势,便利店在人口密集、商业区和写字楼众多的大城市“如鱼得水”,也一度与扎根社区、乡镇和农村等下沉市场的小卖部“井水不犯河水”。如今,更优的服务、更低的价格、更多样化的商品正在使便利店行业赢得更多市场份额、加速进军下沉市场。



“楼下多了一家连锁品牌便利店,24小时不打烊,价格基本不变的同时,选品明显上了一个台阶。店内有自动咖啡机和微波炉,提供配送上门服务,上班时还能买到热乎乎的早餐。”30岁的深圳白领江晨晨对家门口的便利店很满意,“比起小卖部,品牌便利店更能适应上班族对快节奏生活的需求。”

《报告》显示,2019-2021年,社区型便利店在各类便利店中占比从30.4%猛增至58.7%,超半数便利店开通了社区团购业务。

融合线上线下多种优势

与大型商超、中小超市、百货商店等其他实体零售行业相比,便利店行业何以实现逆势上扬?

在线上渠道,新冠疫情发生以来,便利店凭借密集的线下网点、成熟的供应链和“小、多、灵、近”的优势,为民生物资供应发挥了重要作用。

去年5月,商务部等部门印发意见,要求推进城市一刻钟便民生活圈建设,提出鼓励大企业输出品牌、标准、管理和服务,发展社区便利店。与政府、社区等合作,承担保供稳价等部分公共服务功能,进一步融入城市公共服务基础设施体系,成为便利店行业的重要发展契机。

《报告》分析,面对疫情波动,便利店韧性较强的鲜食供应链、较好的货源组织能力和管理水平,使其能够在其他零售行业遇冷时保持正常经营。同时,由于疫情影响,消费者偏好人员聚集度更低、物理距离更近的线下零售场所和社区团购、即时零售等新模式,便利店行业及时适应消费者需求,赢得了市场青睐。此外,随着一部分餐饮、零售主体退出市场,便利店行业头部企业利用由此释放的店铺资源,适时推动网点扩张,实现了逆势增长。

在线上渠道,日益活跃的即时零售业态也给便利店行业赋予了更多竞争优势。

“以前我通过大型商超的自建物流线上购买食材,但由于网点距离远、运力有限等原

因,经常是早上下单、下午一两点才送到,有时甚至需要提前一天下单。食材不到,全家人午饭也吃不上,还不如点外卖。”北京市海淀区居民何苗说,“后来离家不远的便利店有了第三方配送服务,能保证下单后45分钟内送上门。在便利店线上买菜,周末在家开伙再也不用早起买菜了。”

消费者通过线上交易平台下单,便利店、社区超市等线下实体零售商通过第三方或自有物流体系执行配送上门服务,将食品、饮料、果蔬、生鲜、药品等在60分钟内从线下门店配送至消费者……依托实体网点供给,即时零售业态将线上消费的便利、选择丰富及线下消费的安全、快捷等优势融合,从而兼具二者优势。美团发布的数据显示,今年1-7月,该平台上市品牌超市便利店即时零售订单同比增长39%,即时零售业态正成为消费者的新选择。

配送速度比快递快、商品品类比外卖多、网点密度比商超大多……便利店的“小、多、灵、近”恰好与即时零售业态相匹配。在此背景下,便利店企业纷纷加快线上线下业务融

合发展。

《报告》显示,开通线上业务的便利店企业占比已从2016年的29%增至2021年的88%,其中七成企业通过与第三方合作的形式开展线上业务。中国连锁经营协会会长裴亮分析,即时零售作为一种零售模式创新,通过对线下资源的整合,使平台和线下零售商的合作产生了“1+1>2”的效果。“即时零售使零售门店在完成日常经营的同时,扮演了前置仓的角色,更实现了零售门店在整个供应链中的价值再造。”裴亮说。

将成为生活服务业的“多面手”

打造自有商品和品牌、开发熟食鲜食等新赛道、推动产业链向两端延伸……业内人士认为,未来的便利店场景将突破实体零售传统业态边界,成为生活服务业的“多面手”。

专家分析,通过遍布园区、社区、高校的连锁网络,满足消费者“最后一公里”的消费需求,是便利店等生活服务业网点的一大优势。如今,作为城镇便民商业服务网络的重要组成部分,便利店场景正在整合零售、简餐、加油、洗衣、咖啡、美发、末端配送网点等多种功能,向生活服务一体化平台转型,为居民打造“出门一刻钟”的便民生活圈。

在北京,包括便利店在内的各类生活服务业网点正加速融合发展。北京市商务局有关负责人介绍,截至去年底,北京已有便利店(社区超市)、早餐、美发美容、末端配送、洗涤和便民维修等8类基本便民商业网点超9万个,在全市范围内基本实现了便民商业服务功能社区全覆盖。今年7月,北京市多部门联合出台一系列措施促进生活服务业转型升级,要求2025年实现全市范围内“一刻钟便民生活圈”全覆盖,形成多元化、多样化、覆盖城乡的生活服务体系。

打铁还需自身硬。面对行业高质量发展的新要求,中国便利店企业如何“强内功”?

完善会员体系,提升用户黏性。《报告》显示,2017-2021年,有会员体系的便利店企业占比从四成增至八成;有会员体系的便利店企业中,来自会员消费者的销售额占比从18%上升至28%,会员消费者客单价比非会员消费者客单价高40%左右。如何提高会员销售比例、挖掘会员消费者需求,正成为各便利店品牌的重要关注点。

深耕下沉市场,实现规模扩张。通过收购、区域加盟等方式,头部品牌正在下沉市场进行规模扩张,一些在省内外市场、单城市场占有率有局部优势的中小品牌随之成为大品牌区域加盟商。据分析,随着便利店行业内部竞争加剧,行业集中度逐渐上升,头部企业在二三线城市等市场的扩张势头将持续增强。

裴亮认为,便利店行业将形成线上线下运营相互促进的发展格局,到家业务、团购业务、直播业务等将是线上业务的重要组成部分。为此,便利店企业应寻求更多核心驱动力,探索打造“中央厨房”,实现对自有品牌和品类的更高管理能力;同时,提升数字化运营能力,一方面通过前台对私域流量实现精准营销,另一方面基于后台数据提升选品质量和运营水平,以消费者需求驱动发展;此外,还应提升对团队和人才的组织力,实现行业高质量、可持续发展。

去年全国新发现矿产地95处

矿产资源家底进一步夯实



江西省吉安市新干县大力实施绿色矿山工程项目,让矿山发展与环境保护和谐共赢。图为在新干县金川黄富饰面用花岗岩矿山,工人对3号边坡草坪洒水护绿。李福孙摄(人民视觉)

本报电(记者孔德晨)9月21日,自然资源部发布的《中国矿产资源报告(2022)》(以下简称《报告》)显示,地质找矿不断取得突破,2021年全国新发现矿产地95处,中国矿产资源家底进一步夯实。

《报告》全面反映了2021年以来中国在地质矿产调查评价、矿产资源勘查开发、矿山生态修复、绿色矿山建设等方面的新进展。根据《报告》,截至2021年底,中国石油、天然气剩余探

明技术可采储量已达36.89亿吨、63392.67亿立方米,油气地质勘查在鄂尔多斯、准噶尔、塔里木、四川和渤海湾等多个盆地新层系、新类型、新区勘探取得突破。

矿山生态修复和绿色发展扎实推进。“绿色矿山建设在促进资源节约、高效利用,生态修复治理、构建矿区社区和谐关系等方面发挥了很大作用,成为矿业领域推进生态文明建设的生动实践。”自然资源部有关负责人介绍,通过开展全国

绿色矿山遴选工作,目前共建设了1100多家国家级绿色矿山,创建了50家绿色矿业发展示范区。此外,还制定“十四五”矿山生态修复规划计划,开展历史遗留矿山核查,加强重点流域、区域历史遗留矿山生态修复。

矿产资源领域科技成果显著,科技创新能力不断增强。2021年,自然资源部积极推动国家重点研发计划等国家科技计划项目实施,产出了一批重要成果;发布实施了地质矿产领域国家标准8项,行业标准115项。国家级科技创新平台方面,天然气水合物勘查开发国家工程研究中心获批建设,另建有国家非金属矿产资源综合利用等4个国家工程技术研究中心。自然资源部科技创新平台方面,在矿产资源领域布局建设了40个重点实验室、24个工程技术研究中心和38个野外科学观测研究站,研究领域涵盖了地质矿产调查评价、矿产资源勘查、矿产资源开发利用、矿山生态修复等领域。

钾盐基地成矿规律与深部探测技术示范实现了找矿突破和增储,新发现柴达木西部大滩—黑北凹地和川东北普光2个大型钾盐资源基地,提交综合评价有利成钾远景区3处,为扩展深部钾盐资源空间提供了有力保障。青藏高原重要矿产资源基地成矿系统深部探测技术与勘查增储示范取得重要成果,形成了斑岩—矽卡岩—浅成低温热液矿床成矿系统深部资源勘查成套技术能力,提交了10个深部找矿靶区。中国首套大深度固定翼时间域航空电磁勘查系统、5000米特深孔智能地质钻探关键技术装备、深部热能原位开采与储层强化增产技术、岩心多参数数字化技术设备等研发成功并应用。

矿产资源节约与综合利用取得积极成效。一是出台了《关于推进矿产资源全面节约和高效利用的意见》,将节约与高效利用的要求贯穿于矿产资源勘查开发全过程;二是初步建立了矿产资源开发利用水平调查评估制度;三是陆续发布了124种矿产资源合理开发利用“三率”(矿山开采回采率、选矿回收率和综合利用率)最低指标,实现了在产矿山所涉及矿种全覆盖的目标,构建起中国矿产资源完整的“三率”指标体系。

天津市和平区和平路,建筑面积13万平方米的和平印象城项目主体建设接近尾声。“和平区在项目引进、保障施工、助力招商各环节全方位服务企业。高效的工作效率和优质的营商环境,完全匹配我们企业的节奏。”和平印象城首席执行官李冰说。

和平区是天津金融、商业资源最集中的地区之一。虽然辖区面积在全市16区中最小,仅有9.98平方公里,但区域经济密度达到83.03亿元/平方公里,服务业增加值占全区GDP比重98%以上。近年来,和平区以“大招商”深化行动为牵引,依托独特区位优势以及洋楼资源聚集、教育医疗丰富等优势,重点引进服务型企业和总部机构。10年间,洋楼招商引资累计260亿元,中国通用技术机床装备全国总部、中国能源建设集团北方总部、中国石油天然气天津销售公司等百余家国内外500强企业落户和平区。今年以来,全区累计落地优质项目700余个,完成内资到位额49.68亿元。

“引得来,还要留得住、发展得好,营商环境是关键。”和平区投资促进服务办公室主任贾金伟表示。和平区围绕企业全周期发展,当好贴心的“服务员”。今年,落实国家“33条”和天津“35条”稳经济政策,已为企业减免房租超3200万元,解决各类问题274个。

优质营商环境吸引了越来越多的企业前来。天津国际金融中心、天津环球金融中心、合生财富广场……在和平区不到10平方公里的土地上,屹立着116座商务楼宇,商务面积281万平方米,其中纳税超亿元的楼宇达到了40座,品质规模和效益均居全市前列。

走入金街步行街,大型商厦与百年老店比邻,人流如潮彰显商业繁华;来到解放北路,数百家金融机构续写百年金融血脉,“金融和平”日益叫响;在南京路、海河沿线,聚集了四大会计师事务所、国际房地产咨询五大行等中介服务机构……优质的营商环境结出累累果实,总部经济、消费经济、创新经济生态圈持续做大,金融、商贸传统支柱产业活力得到激发,文化旅游、人力资源、航运服务等新兴业态迅速崛起。

据统计,2021年至今,和平区实现地区生产总值828.67亿元,投资收益率、财政自给率均排名全市首位。“和平区正加快打造津城现代服务业领航区。目前全区在建项目31个、开工面积85万平方米。预计未来3至5年,新增各类载体近90万平方米,投资额156亿元,一批城市新地标和商业新画卷将陆续呈现。”和平区区长郑伟铭说。

以优质营商环境点亮城市商业

本报记者 武少民