

最近一段时间,小小便利店热度不低。一边是去年以来不少品牌便利店易主,一边是部分城市专门出台促进便利店发展的政策举措,甚至,便利店还被写入了今年政府工作报告。

平日不起眼的便利店究竟有多重要?中国便利店往哪儿发展?记者进行了采访。



便利店：怎样发展才会更便民？

这一经营模式被写入政府工作报告



谁在推开便利店的门？

——顺手买早餐,渴了买瓶水,“麻雀虽小五脏俱全”,图的就是方便

“平常上班经常到便利店买一份早餐,或者是一杯咖啡,还有一些简单的日化产品也会选择离家近的便利店购买。”便利店已经成了在上海实习的杜一菲每天必须光顾的场所,在她看来,“便利店最应当突出的是‘便利’,首先店面数量要足够多,比如一条街上最少要有两家到三家,其次是商品品类要足够丰富,所谓‘麻雀虽小五脏俱全’。”

对于生活在北方省会城市山西太原的刘雅璐来说,便利店也是满足日常需求的好去处。除了早餐,一些临时需要的生活必需品也能在周围的便利店里找到。“提供便利服务,在需要时能很快买到,这是便利店吸引我的地方。”刘雅璐说。

在采访中,还有不少这样的案例。在城市生活中,为消费者提供更加便捷及时性的服务,成为便利店最吸引消费者的地方。中国贸促会研究院的

研究表明,根据各国零售业发展经验,经济社会发展水平决定了零售业态的演变。人均GDP介于3000-6000美元时,便利店迎来成长期。近年来不少城市便利店的发展,也与当地经济发展水平密切相关,便利店日益成为街头一景。

今年政府工作报告明确提出,健全便民市场、便利店、步行街、停车场、无障碍通道等生活服务设施。小小便利店何以被写入政府工作报告?罗森(北京)公司副总经理车文焕认为,这的确值得关注,他同时注意到2017年国民经济行业分类也进行了调整,便利店零售作为一个单列项进入零售业分类中。“加上这几年中国改善营商环境的举措和一些地方政府密集出台的便民政策,都说明了便利店是未来很长一段时间零售经济中的重要部分。”

便利店运行怎么样？

——南方市场成熟,北方待发展,房租、人工等成本上升快

便利店的发展规模在一定程度上不仅可以有效解决消费者最后一公里的需求,而且反映出个城市服务居民民生需求的水平。中国便利店的发展情况,也可以从规模、增速等不同维度获得直接的感知。

中国连锁经营协会发布的《2018年中国便利店发展报告》显示,2017年中国便利店行业增速达23%,市场拥有超过10万家门店,销售额超过1900亿元,开店数量及同店销售双双增长。

但同时,地区之间的差异化特点明显。中国连锁经营协会2017年针对36个城市的调查显示,在中国便利店密度最高的城市,约每千人就拥有一家便利店,而在约一半城市,每万人才拥有一家,密度最低的将近3万人一家。其中,一线城市上海、广州、深圳的便利店市场发展已趋于成熟,但基于各城市人口、经济发展水平的不同,再加上气候、生活习惯、消费水平差异等因素,二线城市便利店市场的发展呈现出参差不齐的现象。其中,

西部地区城市西安、昆明、重庆增长最快,增速分别为25.0%、23.8%、21.3%。

如果以是否24小时营业为标准来看,便利店的区域性特点仍然很明显,南方地区城市的24小时便利店比例普遍高于北方地区。若综合考虑便利店增长率、饱和度和24小时营业等指标,总排名前十的城市中仍以南方城市占据大多数。

这种南北差异从何而来?车文焕总结了一个“三个半”的说法,即半年、半天、半条街。他解释说,半年是说北方冬天冷,外面人少,冬天销售额会下降很多,和南方城市没法比。半天是说北方到了晚上外面人就很少,同样只有“一半”生意。半条街是指一些北方城市的街道宽,道路中间有隔离带,店铺往往也只能做半条街生意。

差异之外,各区域便利店的发展也承受着一些共性压力。上述报告显示,2017年,便利店房租、人工、水电成本分别上升18%、12%、6.9%,未来成本上升的问题仍然不容忽视。

未来便利店怎么走？

——政策补齐短板,企业提升服务,让消费者真正享受便利

便利店发展怎样,可以说直接影响居民的幸福感。针对便利店发展面临的问题,不少城市拿出了政策举措。

去年北京市出台了《关于进一步促进便利店发展的若干措施》,一一补齐政策短板。应对店铺紧缺问题,《措施》提出“利用疏解整治腾退出的空间资源”“利用原锅炉房、煤场、煤气站、奶站等空间资源”;应对手续繁琐问题,《措施》提出“简化登记注册审批流程”“在3个工作日内办结”。此外,连锁便利店企业新建门店还将获得50%的装修和硬件设备购置费补贴。

同时,多地也已明确要求繁荣“夜间经济”,主打24小时的便利店也有望获得更好的发展土壤。例如,上海市正有计划地推出4-5个能满足海内外游客多元消费需求的“地标型夜市”;天津市提出2019年底前打造形成6个市级夜间经济示范街区;重庆市规划到2020年,打造具有全国影响力的特色夜市品牌。

从消费者角度看,对便利店还有哪些期待?

“针对性服务”是高频词。在北京工作的“90后”邹佳懿说,希望便利店能结合地理位置和目标用户,推出贴心的针对性服务,而不是一味追求大和全。比如,在写字楼附近,上班族最常见的场景是早餐和下午茶、健康速食等,最好能做到排队时间短、食品保温好。杜一菲则希望能提供更多刚需产品和服务,比如隐形眼镜容器和护理液、公交卡充值服务以及常备药品方面的服务等。

针对这些需求,政策在试点放开。北京允许便利店按有关标准申请零售经营乙类非处方药、二类医疗器械,将相关便利店的试点数量增加到20个,还将继续增加便利店的搭载服务项目。企业也在有针对性补短板。例如,车文焕介绍,在日本,罗森的服务类型收入高于商品销售金额占比,在中国目前还远非如此,未来将作为重点提升。

(李婕 邹开元)