# 传统超市下一站去哪儿

网络购物的日趋红 火,改变着人们的购物 习惯,也全方位冲击着 传统超市,连"最后的 阵地"生鲜食品也快 "失守"。传统零售商超 市业态且退且战, 在提 质降价、多元化经营、 增强体验感,以及探索 O2O 模式等多条战线突 围求存,积极寻找着属 于他们自己的"一席之

"自从有了'一号店'、'我买网'这些 网店,我逛超市的时间明显减少了。"陈男 是一位标准的白领,像不少年轻人一样. 他现在更习惯用电脑和手机从网上超市

与陈男习惯的变化同步的,是网络购 物日趋红火、传统超市业绩疲软的趋势。 传统零售商超市业态在电商的全方位冲 击下且退且战,在提质降价、多元化经营、 增强体验感,以及探索O2O模式等多条 战线突围求存。

### 电商"围追"

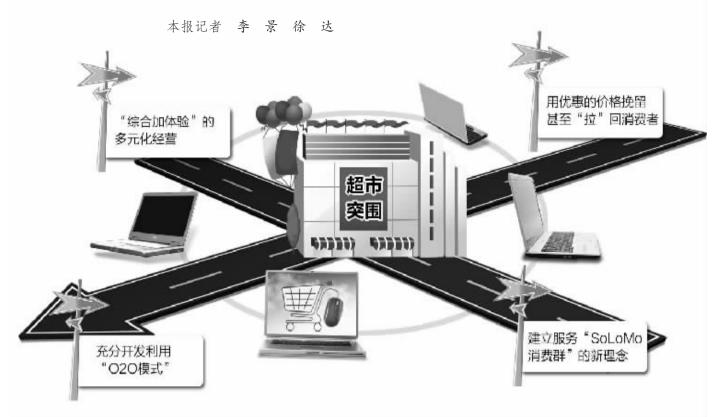
随着网络环境的大幅改 善,消费者将成为全天候购物 者,大多数购买都离不开网络

随着网购的日益兴盛,传统超市有点 "招架"不住了。北京物美商业集团发布 的2013年度业绩显示,公司6年来首次 出现净利润增幅走低。全球零售巨头的 日子也不好过。中华全国商业信息中心 发布的数据显示,沃尔玛、家乐福、乐购 3家全球排名前3的外资零售企业,2013 年在华新开店数同比降低27%,且都出现 了闭店现象。

"到2015年,随着网络环境的大幅改 善,消费者将成为全天候购物者,大多数 购买都离不开网络,中国将成为世界最大 的电子商务市场。"富基融通科技公司董 事长颜艳春认为,电子商务对于商超业态 的冲击最为直接,传统零售业面临全方位 的互联网挑战。

同为渠道,电商比传统超市表现出越来 越明显的优势。除了网店商品更丰富、更便 宜,且足不出户就能买遍全球等优势外,万 商俱乐部主任杨泽轩还指出,"如今超市的 主要盈利市场食品和生鲜,也在被电商蚕 食。因此,在电商冲击下,传统超市必须对 人们消费习惯的改变加以再认识。"

除了电商冲击外,中国商业联合会副 秘书长王耀认为,还有多重因素影响了超 市景气。"首先就是人工和商业地产租金 成本上升,造成了总成本上升、利润下



降。"王耀说,"其次是超市渠道整体价值 降低,面临转型升级。"如今商业业态更为 丰富,既有专卖店、购物中心等满足人们 的高品质生活需求,又有社区便利店等满 足日常生活与服务需求。而超市基本已 从"大而全"退守为主要满足人们购买生 鲜、果蔬食品需求的渠道,功能比较单一, 消费量和利润率都会受限。"第三是随着 提倡勤俭节约、反对铺张浪费精神的贯 彻,购物卡消费大量减少,对包括超市在 内的传统商超业态都意味着实实在在的 影响。"王耀认为。

### 超市"思变"

在认清本质的基础上,结 合理念创新,应消费者变化而 变,超市才能更好"拥抱"未来

面对困局,传统超市并没有"坐以待

首要对策就是压缩成本,用优惠的价 格挽留甚至"拉"回消费者。

例如,安徽合肥的乐城超市就做到了 旗下近2000种小包装零食与淘宝网同

你用过"微店"吗?记者在手机应用

商店里搜索发现,"微店"的应用之一是

线下实体店在手机端的线上商城,它目

前主要是为传统零售商提供商品信息和

促销信息的发布渠道,让顾客能用手机

现,即具备在线支付和到店提货功能的

"全渠道体验店"。记者对一家名为"e-fu-

ture 全渠道体验店"的手机微店进行了

一次体验:在线购买了一瓶可乐,取货方

式选择了"到店自提",不久,订单由"正在

配货"显示为"备货完毕"。然后,记者来到

其线下实体店中,店员小金成功地验证了

现在,一种更为高级的"微店"也已出

价销售。据乐城股份品牌营销总监李奇 介绍,"以我们专卖小包装零食的品牌'大 嘴零食'为例,除了价格不高于淘宝外,我 们还有其他优势:一是网上单个商户没有 我们这么全的品类,而且我们每天都在更 新货品;二是在乐城,消费者买一两块饼 干都可以,网购还得考虑凑整包邮;三是 我们没有网购零食包装运输受损的那种 风险。"

虽与网店同价销售,但"大嘴零食"还 能保证最高35%的毛利率,这其中的秘诀 就是现金直采。

其次,"综合加体验"的多元化经营也 是超市的突围方向。据了解,四川南充市 的大润发超市就会根据不同的时令节气和 节日,制订不同的购物主题,并在商场内增 设了免费饮水机、儿童车、价格查询器等服 务设施。再如,乐城超市也在尝试模块化 运作方式,将超市分为几个独立的模块,单 拉出去可以成为专卖店,综合起来便是社

最后也是最时髦的策略,就是方兴未 艾的O2O模式。例如,收购了网上超市一 号店后,沃尔玛形成了一号店、中国区电 商总部和山姆会员店,从线上到线下合作

的网络格局。再如,富基融通科技则为线 下零售商开发了一款线上店铺平台应用 软件——"微店",实现实体超市在移动终 端上与消费者的对接及覆盖,增加体验感 和亲密性,最终增强了客户黏性。

超市转型是一项整体的系统性工程, 难度不容小觑。要在认清本质的基础上, 结合理念创新,应消费者的变化而变,才 能更好地"拥抱"未来。王耀认为,传统超 市的未来竞争力取决于3点。第一要保 证商品的安全、新鲜、可靠;第二,可以增 加O2O服务,包括送货和订货服务,服务 方式要到位;第三,价格要有竞争力,培育 自己的专业买手,根据需求的变化组织差

而在理念创新方面,颜艳春认为,未 来的零售商需要服务的是"SoLoMo消费 群"。SoLoMo指的就是社交、本地及移 动消费群体,随着这类消费群体的崛起, 消费已经逐渐变为全天候、全渠道和个性 化消费,"因此,我们要从全渠道的视野入 手,开发整合顾客信息。比如,零售企业 可以将地面店、网店、微博、微信、微店的 交易和社交数据收集起来,绘制每位顾客 的个性化视图。"

手机上的提货二维码,将可乐交到了记者 手中。不过,该店目前也还处于"样板间" 阶段,只在北京有一家线下门店。

微店消费与传统的网络消费有着明 显不同。它是完全基于本地的消费,但整 个过程并没有在实体店挑选商品的环节, 也不用排大队去付钱,"假如逛传统超市 时找不到某件商品,可以拿手机在其微店 上购买,而后一起到收银台提货。"小金介

此外,"e-future"线下实体店里还 装有一些摄像头,这不是为了防盗,小金 解释道,"它的目的是记录消费者在某一 货架前的停留时间和频次,在后台收集

消费习惯和购买偏好数据,为超市产品 布局、服务顾客提供大数据支持。"

毋庸置疑,"微店"是零售商超业态 基于互联网时代的又一种创新,但就记 者体验而言,其还有很大的提升空间。 首先,线下实体店内亟待普及高质量的 无线网络环境;其次,多数商超的"微 店"只能浏览商品,功能亟待完善,包括 货品搜索功能、实现一对一精准营销 等,也反映出大部分商家还没有认真经 营"微店";第三,在使逛超市变得更为 便捷的同时,尤须保障移动互联网信息 安全和支付安全。

文/本报记者 李 景

# 房地产市场出现新的阶段性特征

本报记者 陈学慧

近期,京沪广深等一线城市入市的房 地产项目要么以平价推出,要么优惠力度 加大。中原地产研究部统计数据显示,北 京合计有38个项目将在4月入市,其中大 部分都是中低端商品住宅。这些项目的涨 幅基本控制在5%至10%,这与去年同期动 辄20%至30%涨幅的定价不可同日而语。 上海3月最后一周入市的15个楼盘,也几 乎均有较大力度的优惠。广州和深圳3月 新开项目也基本以平价出货,广州少数项 目甚至出现开发商代付首付的情形。

房地产市场既关系到民生,也关系到 宏观经济的稳定,是一个持续受到广泛关 注的敏感问题。我们到底该如何看待当 前的房地产市场?如何理解当前的房地 产相关政策?

"今年以来整个舆论对中国住房市场 的讨论和判断与以往有了一些不同,有悲 观的认为马上要崩盘,乐观的则认为还有 长达十几年甚至几十年的高速增长。我 们的观点是,不能说出现了大的拐点,更 不同意崩盘论,但是要正视现实。当前中 国的住房市场确实出现了一些新的阶段 性特征和趋势。"国务院发展研究中心市 场经济研究所所长任兴洲观点很鲜明。

瑞士国家银行前行长菲利普·希德布 兰德也表示,"不能简单地说中国楼市有泡 🔘 没有一个国家的房地产是永远高歌猛进的,到了一定程度会规律性 地回落,但并不一定是泡沫的破裂

◉ 区域市场明显分化的特征不是偶然的,也不是局部的,有人口聚集、 产业布局,也有供求的因素

🔘 双轨供给局面的形成,特别是保障房占比增加,对商品房市场当然 有影响

沫,要区分一下不同城市的情况。"他认为, 一线城市和二线城市的基本面比较健康, 房价较高的原因主要是供应有限,以及市 民财富增长、农民工涌入等,不用太多担 心。但是三、四线城市情况就不一样了,这 些城市供应过剩的情况可能性更高。

按照任兴洲及其研究团队的分析,中 国的住房市场出现了新的阶段性特征和 趋势。第一个特征是,房地产投资增速放 缓或者说增速换挡。经测算,1998年到 2011年房地产开发投资高速增长,年复 合增长率为24.4%,而从2012年起这种高 速增长出现了变化,2012年和2013年的 增速分别为11.4%和19.4%,整体上明显 放缓。这种放缓是符合规律的,是房地产 业持续十几年高速增长以后的规律性回 落。这种回落不仅表现在投资方面,还表 现在销售及其他方面。

房地产投资增速换挡的原因在于:一 是经济增长进入速度换挡期;二是供求关 系发生了明显变化。据推算,截至2012 年,常住人口家庭户均住房达到1套。十 几年来大规模建房,使得存量规模越来越 大,存量房的交易量不断增大,对新建房 的投资也会产生影响。三是从客观上来 讲,没有一个国家的房地产是永远高歌猛 进的,到了一定程度会规律性地回落,而 这种回落并不一定是泡沫的破裂。

第二个特征是,区域市场分化明显。 在东中西部各选一个省份所做的调查显 示,这种明显分化的特征不是偶然的,也 不是局部的。分化有人口聚集的因素、产 业布局的因素,也有供求的因素。

第三个特征是,双轨供给局面形成。 "十二五"时期保障房供给大幅度提高,到 2015年保障家庭会达到20%左右。双轨 的一边是市场化供给,另一边是政府承担 起主导的保障功能。双轨的形成特别是保 障房占比增加,对商品房市场当然有影响。

"房地产业已进入到调整期。我相信 这个调整期是健康的,过了调整期中国房 地产业会更加健康地发展。"华润集团有 限公司董事长宋林如此判断。

基于这些新的特征,房地产调控思路 一定会转变,那就是分类调控。"得的不是 一样的病,不能吃一样的药。"任兴洲表示, 要发挥地方政府的作用,还要保持中性的 房地产金融政策,同时完善住房保障机制, 特别是要加强预期管理。"出现问题不是在 房地产市场快速增长的时候,反而是在供 求趋向平衡的时候,所以,更要防范风险。 调控思路要从现实出发,要把握政策的边 界和力度,特别避免在投资规律性回落的 时候盲目刺激。"任兴洲强调说。

瑞穗金融集团总裁佐藤康博也建议, 要避免采用过度的刺激政策,避免突然收 紧货币政策或者过度控制银行对于房地 产的放贷,操之过急的紧缩可能引发长期 的经济疲软。



中国百货商业协会会长楚修齐-

## 百货业加快迈向"店网融合"

本报讯 记者陈小力报道:2013年对中国零售业 企业而言,是艰辛的一年。在日前举行的第十二届中 国百货业高峰论坛上,中国百货商业协会会长楚修齐 发布了《2013年中国百货行业发展报告》。

楚修齐说,去年,一、二线城市百货业销售额稳步 增长,三、四线城市在城镇化建设发展中,百货零售业 得到快速发展,区域性百货企业保持着稳固的区域竞 争力,百货业普遍加大电子商务业务。百货业态细分 呈多元发展,一、二线城市的百货企业加大对原有业态 提档升级力度;主题百货店注重突出专业特色,营造时 尚的消费文化。

楚修齐分析认为,当前百货企业发展遇到的突出 问题主要表现在,面对外资企业或以商业地产为主的 挑战,连锁百货企业扩张缺少资金及商品集散基础设 施的支持,商品采购和营运管理的难度加大,百货自营 缺少现代批发支持。

楚修齐说,2014年国内市场仍然面临发展压力, 百货业将向更加智慧型的商业转型,重视新兴市场; 实体店、网店和手机客户端三位一体的全渠道销售业 态更加清晰;更加重视体验消费、绿色生态、买手培 养、自有品牌开发、个性化购物体验服务、合作发展 O2O模式等营销模式。面对电子商务创新发展带来 的挑战,百货实体店将着力信息管理及与相关产业融 合发展,以物联网为代表的新型营销模式成为未来发

中国煤炭工业协会会长王显政——

## 煤炭业必须实施"洁净战略"

本报讯 记者林火灿报道:在28日举行的煤粉型 工业锅炉清洁高效利用现场会上,中国煤炭工业协会 会长王显政表示,煤炭行业必须全面实施"洁净煤"战 略,不断提升煤炭利用效率,才能真正满足国家能耗排 放做"减法"、经济发展做"加法"的新型发展道路的

数据显示,2013年我国煤炭消费总量36.5亿吨, 占一次能源消费结构的67%左右,占世界煤炭消费总 量的50%左右。据测算,在我国大气污染物排放总量 中,由燃煤产生二氧化硫占70%以上、氮氧化物占 60%以上、烟尘占70%左右。

"推广清洁高效煤粉型工业锅炉系统,是实施洁净 煤战略的有机组成部分之一,是提高煤炭洁净高效利 用的有效手段之一。"王显政说。

据介绍,燃煤工业锅炉是我国主体工业锅炉。目 前,我国在用燃煤工业锅炉约47万余台,占在用工业 锅炉80%以上。由于目前不少燃煤工业锅炉以链条 炉排为主,实际运行燃烧效率、锅炉热效率低于国际先 进水平15%左右,烟尘排放约占全国排放总量的 44.8%,二氧化碳排放量约占全国排放总量的10%,二 氧化硫排放量占全国排放总量的36.7%,是我国尤其 是城市大气污染的主要贡献源之一,也是PM25、PM10 的主要来源之一。

王显政表示,在我国生态环境保护任务日益艰 巨,尤其是大气污染防治成为重大民生关切的今天, 研制生产并推广应用清洁高效的新型燃煤锅炉,有 利于节约燃煤、控制煤炭消费总量,有助于减少污染 物排放、防治大气污染,既是当务之急,更是长远战

他建议,煤炭行业应该从煤炭燃烧和转化两个方 面出发,全面实施"洁净煤"战略,真正实现煤炭生产和 消费方式变革,拓宽煤炭产业生存空间,打造中国煤炭



## 春日采摘热京城



3月30日,北京市民在小汤山特菜大观园采摘香 蕉。当日,由小汤山特菜大观园主办的北京市第三届 香蕉采摘节暨科普宣传活动开幕。

本报记者 徐 胥摄

本版编辑 王薇薇 美 编 夏 一 本版邮箱 jjrbjrcj@163.com