

## 2003年我国商业业态展望

作者: 发布时间: 2004-7-3 15:10:16

2003年我国商业业态将怎样发展呢?

上海连锁经营研究所顾国建所长预测:

2003年我国商业在业态发展上仍将以大型超市为主。这种大型超市是以众多专业店为辅助业态和多功能商业服务设施形成的聚合体”。其特征是: 规模大, 它是由若干个主力店、众多专业店和商业走廊组合形成的商业集合体。功能全, 集购物和其他商业服务, 甚至金融、文化功能于一体。组成商业群的各单体商店所提供的商品和服务大多属选购品性质, 并在种类上能满足顾客购物、餐饮、娱乐、休闲等“一站终点”的购物需要。最重要的是, 各单体商家自己经营商品, 可以形成独特的经营风格、突出自己的商品品牌, 消费者有“更充分的消费选择权”。会有许多优秀的百货商店在超级市场的竞争压力下, 在痛苦中不断地创新。中国百货商店将继续走大型化、综合化和连锁化的道路。主要趋势是: 以百货商店为经营主体的、更大容量的城市商业中心一般在大城市的中心城区开设, 也可在特大型城市的商业副中心开设。消费者购物方式的改变在催生着新的商业业态的出现, 消费者已经不满足于在食品和一般日用品的一次性购足商店中的低价购物, 而是要求在具有价格竞争力的商店中买到时尚和个性化的商品。消费者的改变对商业业态的创新提出了新的更高的要求, 一是要求创新的商业业态提供价格低廉且时尚和个性化的商品, 二是在一般食品和日用品方面要求创新的商业业态提供比现有的商业业态更低的价格。

以大型超市为主体的社区购物中心发展速度最快; 专业连锁店的发展将与连锁超市抢夺细分市场, 2003年这种细分市场抢夺战开始激烈; 便利店将以特有的市场定位和规模从超市中彻底分离出来。2003年我国的连锁便利店公司将大规模地推行特许加盟连锁, 对已开的便利店推进内部委托加盟, 超级市场在向大小两极发展后规模上会向中间回归。

自愿加盟连锁和社会物流资源的共享。直营连锁和特许加盟连锁在中国都已发展起来了, 2003年自愿加盟连锁会进行探索性发展。

家乐福进入中国已经7年了, 其“大卖场”的业态已经被中国消费者熟悉并接受, 而与“大卖场”齐名的另两个商业业态--冠军生鲜超市和迪亚折扣店明年也将引入北京。届时, 北京将成为中国首个拥有家乐福全部三种业态的城市。法国家乐福集团中国总裁施荣乐说: 选择北京作为目前三种业态全部进入的中国惟一的城市, 是因为到2008年奥运会时, 北京的市场将会有个翻天覆地的变化。这三种业态的关系是: 互补关系, 互相协作, 而不是竞争关系, 他们是同一张网络上的不同服务。从长远上来看, 家乐福的两种新业态将会逐步扩张。

消费者将迎来新的商业业态: 折扣店。(OUTLETS奥特莱斯) 奥特莱斯中文直译, 是“出路、出口、排出口”的意思。专门销售名牌过季、下架、断码的商品。燕莎友谊商城公司总经理师和阳打一个形象的比喻: 奥特莱斯就是名牌商品的下水道。

有专家预测: 折扣店将是国内下一个最有前途的商业业态。

自有品牌是折扣店的核心, 也是它主要的利润源。开设地点一般都在居民区, 以经营消费者日常生活必需品为主。折扣店与一般超市的区别是: 首先, 折扣店拥有50%至60%的自有品牌, 在欧洲, 许多折扣店的自有品牌比例高达80%。由于委托工厂定牌生产, 直接从厂家拿到货品, 省去了代理批发等中间环节, 缩短了供应链, 降低了流通成本, 使这些商品的价格至少比一般的大卖场便宜10%。其次, 折扣店经营的商品种类相对比较集中, 主要以袋装的生鲜食品如蔬菜、水果、肉类、禽蛋等以及其他食品为主。第三, 折扣店的面积大多在500-2000平方米之间, 购物环境只求简单干净, 不求考究奢华。一律采用原始包装。

随着折扣店的即将亮相, 包括大型购物中心、专业超市、大卖场、便利店和折扣店在内的现代商业业态将全部进入中国。商业新业态不仅给我们带来先进的经营理念、现代经营模式和管理方法, 也会给消费者带来更大实惠和更完善服务。

和阳说: 这种业态模式看起来简单, 却是一种高级的市场形式, 是市场细分的结果, 这种业态有三个特点, 驰名世界的品牌, 难以想像的低价, 给人体验的氛围。这三条都符合才能成为奥特莱斯店。这三个特点决定了这种业态要求有相应的市场条件。首先是市场上要有足够多的品牌, 其次是市场的流通非常规范, 何种商品在什么地方销售比较明确。另一个条件是具备一个非常大的潜在消费群。另一个降低成本的手段就是选址, 奥特莱斯店一般都建在远离城市的地方, 以降低租金和地价。对于奥特莱斯的市场前景, 业内人士都一致看好。从事上品折扣店经营两年之久的徐十周对这种业态被国内接受感到高兴, 他说, 现在国内很需要这样的业态模式。

不过专家还指出: 奥特莱斯不会成为主流, 因为它的消费者毕竟是一些对品牌有消费能力的高收入人群, 与一般商场的消费群体是有差别的。它的定位与一般商场的定位不同。这种业态出现可以延长商品的销售期。对于供应商来说, 通常全价商店销售当季商品, 快到换季时开始低价销售, 新品上市前退回仓库。专门销售下架商品的奥特莱斯店的出现则可以使供应商免去库存之忧。这一业态的出现健全了市场流通体系。

