



向品牌化、连锁化、智能化进军

# 政策东风劲吹,便利店气象更新

■ 本报记者 王旭光

便利店是最贴近百姓生活的零售业态,是满足人们便利消费需求、服务民生的重要载体。为适应消费升级趋势,健全便民商业设施,提高消费便利性和居民生活品质,满足人民日益增长的美好生活需要,7月9日,商务部办公厅发布关于推动便利店品牌化、连锁化发展的工作通知,品牌连锁便利店建设工作再迎政策利好。

## 量质目标均要更细化

通知指出,推动便利店品牌化、连锁化发展,有利于提高消费便利性,提升消费品质,激发消费潜力,是一项重要的民生工程。品牌连锁便利店发展工作要有计划、有步骤地持续推进,各地商务主管部门要结合现有工作基础,并根据随通知发布的《品牌连锁便利店发展工作方案编制要点》要求,抓紧研究制定工作方案,明确工作目标、工作重点和保障措施,加速便利店品牌化、连锁化、智能化发展。

近年来,我国品牌连锁便利店加快发展,增速连续多年位居零售业前列。2018年,品牌连锁便利店门店数量和营业额增速分别达17%和19%。尽管如此,我国品牌连锁便利店门店仍存在总量不足、布局不合理、服务功能不完善、经营能力不强等问题。

针对上述问题,《编制要点》建议,品牌连锁便利店的发展目标可从数量和质量两个方面设定。在发展数量上,各地要明确品牌企业和品牌连锁门店两个量化目标,同时结合当地实际,围绕打造“一刻钟便民生活服务圈”,从社区、距离或人口等维度设定结构化发展目标。此外,要突出组织化、规模化导向,重点发展连锁门店总数50家以上、知名度和诚信度高的品牌连锁企业。在发展质量上,要体现便利店在完善服务功能、提高服务能力、提升现代化水平等方面取得的成效。

《编制要点》显示,各地要根据不同区域商业

设施状况、消费水平和消费习惯,研究制定便利店等便民商业设施配置标准。鼓励多渠道增加便利店适用门店资源,推动落实新建社区商业和综合服务设施面积占社区总建筑面积比例不低于10%的要求,加强便利店用房保障。要结合城镇老旧小区改造工作,利用疏解整治腾退出的空间资源,鼓励品牌连锁便利店入驻经营。

同时,《编制要点》鼓励推动医院、高校、体育场馆、公园、景区等公共服务场所向品牌连锁便利店开放门店资源;鼓励品牌连锁便利店企业改造提升老旧小商店、杂货店、小卖部等分散经营的便利门店;鼓励引进跨区域发展的知名品牌连锁便利店企业。

《编制要点》提出,要在编制中明确发展品牌连锁便利店工作的主要任务,说明在优化便利店布局、提高便民服务水平、加强信息技术应用等方面采取的措施。在提高便民服务水平方面,要采取相应措施支持便利店企业扩大经营范围、提高服务水准、加强物流配送能力、改造提升服务环境等;在加强信息技术应用方面,支持品牌连锁企业进行数字化改造,要在推动连锁经营智慧化、智能化发展等方面采取措施。

## 多项创新试点已落地

通知指出,要完善支持品牌连锁便利店发展的政策体系。各地要针对影响品牌连锁便利店发展的突出问题,借鉴北京、西安、福州等城市在推进便利店发展方面已探索出的好做法,以深化“放管服”改革、优化营商环境为重点,推动出台支持品牌连锁便利店发展的政策,为便利店发展营造良好的营商环境。

以北京市为例,中国连锁经营协会发布的《2019年中国便利店发展报告》显示,目前北京便利店发展支持政策在全国最优。在政策加持下,近年来北京市品牌连锁便利店的数量和服务项目也有显著增长。

2018年北京市《关于进一步促进便利店发展的若干措施》中的“19条措施”提出以来,北京

连锁便利店数量持续增加,目前已达4751家。据初步了解,今年便利蜂、苏宁小店、7-11等品牌连锁便利店企业将再新建700家以上。企业注册登记、食品药品、消防检查等证照办理大幅度优化简化,便利店企业开业办证时间平均缩短了20天左右。

此外在北京,品牌连锁便利店多项试点已落地。如作为零售新物种的“便利店+药房”在朝阳区已率先试点,京客隆工体东路店成为首家可搭载药品的连锁便利店。罗森与普安药房、7-11与永安堂药房也已开展合作,政策松绑在一定程度上促进了行业融合,便利店已经可以销售非处方药品和医疗器械。

同时,部分公共服务单位的空间资源逐步进行试点开放。如好邻居入驻中关村科技园区联想总部、永辉生活正进入北京师范大学为师生提供便利服务、全家便利店在地铁沿线的4个门店正在加紧筹备中。

此外,便利店提供的简餐类经营品种也有所增加。7-11、罗森、全家、便利蜂等多家便利店企业还根据市场变化和消费需求在店内设置了就餐区域,搭载咖啡、豆浆等饮品自助售卖机,这些服务项目受到消费者欢迎。

据悉,下一步,北京市计划用三年左右的时

间,使全市便利店数量达到5万个左右,其中便利店(社区超市)数量达到1.6万个左右,连锁便利店达到6400个左右。

40%,这个数字是便利蜂北邮科技大厦店每日晚8时后销量占全日销量的比例。“晚10点后的销量也能占到全天的30%,店员们常常忙到凌晨1点以后。”该店长对记者说道。

进入夏日,作为“钢铁森林”夜间一抹温暖

成。坐落在写字楼的门店,过了下班时间客流也会相应减少。但总体而言,夜间消费订单数呈现增长趋势,夜间便利店满足的消费场景也越来越多。

与在学区区不同,在互联网企业扎堆的中关村、西二旗和酒仙桥,夜晚的便利店则变身“深夜食堂”,抚慰加班群体疲惫的心和胃。便利蜂数据显示,在这些区域,晚间和周末的盒饭销售量远高于市区其他门店,近80%的中关村人会在公司附近用晚餐,即

## 在午夜的城市营造“第三空间”

# 24小时便利店的夏天

■ 本报记者 李子晨

萤火的24小时便利店,在商务部连续发文推动便利店品牌化、连锁化发展,以及各地不断出台新政支持便利店建设和繁荣夜间经济的背景下,正在迎来发展的夏天。

## 夜间便利店为谁开

24小时营业的便利蜂北邮科技大厦店收获如此惊人的夜间业绩主要源于这家门店被北京邮电大学,同时被中国政法大学、首都体育学院、北京电影学院、北京师范大学等学府环绕,学生群体正是店内消费的“主力军”,对于他们来说,夜晚的便利店不仅便利,更是可以停下脚步释放自我的“第三空间”。

如是,位于人民大学西门的便利蜂汇贤楼店从晚上六点钟开始,顾客就逐渐多起来,热餐、便当、三明治、饭团、酸奶等都是热销产品。晚餐的销售高峰后,这里更成为一些大学生“刷夜”的地方。“快考试了,我们到这来复习。这里有坐的地方,有空调和Wi-Fi,累了还可以吃吃喝喝,比自习室舒服。”一名学生说。

“晚上,我们的客人主要是学生和住在附近酒店的客人,常常七八个人一起来。”店里的工作人员表示,出于食品安全的考虑,便利店销售的关东煮、热餐等餐食,超出售卖的规定时间就要被“废弃”,“但是在我们这,关东煮天天都卖光,基本没有废弃过。很多年轻人会到便利店买上一点零食和一听啤酒,坐在店里与朋友聊天。咖啡厅、小酒馆都打烊了,24小时便利店就成了他们消暑的场所。”

便利蜂的数据显示,北京的夜间消费需求存在地区间不平衡的情况,热门商圈、高校学区附近夜间消费更加旺盛,一些社区夜间消费习惯有待形

使过了晚上9点,便利店也仍然有白天高峰期时20%的客流。西二旗不仅加班多,加班时间也长。便利蜂的夜间销售量在这里创下最高点,有25%的客流会持续到晚上12点。

## 融入科技手段控成本

尽管不少城市都将发展城市夜生活提上城市发展规划的议程,但对于商家而言,夜间运营成本过高。今年3月,日本7-11便利店一反传统,宣布取消日本部分门店的夜间营业,以控制成本。但有业内人士认为,随着互联网技术和大数据的运用,新型便利店可以通过技术手段应对这一挑战。

从商品品类上看,在商圈、办公园区,夜晚销售比较多的是关东煮、热餐、零食和功能性饮料,而在社区附近,晚上销售比较多的是小吃、啤酒、各种奶制品等。在便利蜂,系统能记录每种商品的销量,还能细化到这种商品的销售时间,并根据数据,在夜间时段有针对性地调整销售策略,通过“干店干面”来满足夜间的消费需求。如发现某款功能性饮料在办公楼附近的一家门店夜间销量特别高,系统就会在晚上对这家门店的这款饮料进行补货。

此外,夜间运营的另一难点在于人力成本比较高。对此,便利店内的自助收银机、自助咖啡机等智能设备可以显著降低员工工作量,提高效率产出,这对于夜间运营来说也非常重要。

便利蜂方面介绍,该品牌全店全天自助支付的比例在60%~70%。在夜间,消费群体更趋年轻,对自助支付的接受程度更高,这一个比例也会相应提高,达到近90%。

对此,嘉御基金董事长兼创始人卫哲表示,便利店未来首先要满足新的消费群体,即90后、95后,他们天生就是移动互联网的原住民,手机几乎成了一个新的器官。因此,对于便利蜂这样从一开始就推行自助收银的模式,90后的接受度颇高。

东西部金融服务可得性差距缩小15%

# 移动支付重塑中国“繁荣线”

本报讯 占56.29%国土面积的中国西北部地区,养育了5.61%的人口,但对GDP的贡献率只有4.3%,这一绵延多年的状态正在被改变,这一区域的发展潜力正在被唤醒,而带来改变的力量正是以移动支付为代表的金融科技。

7月8日,在数字金融开放研究计划启动仪式暨首届学术研讨会上,北京大学数字金融研究中心主任黄益平指出,经北大数字金融研究中心一系列研究发现,移动支付有助于农民向非农业产业转移,增加新注册企业的数量,甚至提高老百姓的收入水平。“2011~2018年,移动支付正在打破传统的‘黑河一腾冲分割线’,东西部金融服务可得性的差距缩小了15%。”

而在省市间的变化则更为明显。

2011年,移动支付覆盖最高地区(上海)和最低地区(青海)之间的差距达50.4倍。而到2018年,覆盖最高地区北京与最低地区西藏之间的差距已降至1.42倍,这意味着,2011~2018年,移动支付覆盖率地区间差异极值缩小了近50倍。

1935年,著名地理经济学家胡焕庸提出“黑河一腾冲分割线”,这条线不仅是一条地理和人口分隔线,更展现了东西部地区经济成长和社会发展的鸿沟。黄益平解释道,过去,我国东西部金融服务中的“黑河一腾冲分割线”现象也十分明显。西部经济落后,获得银行信贷及相应金融资源越来越少;而经济发达地区获得的银行信贷及相应金融资源越来越多。但当前,恶性循环已

被普惠金融的发展打破。

为了进一步发挥包括移动支付在内的数字金融带来的革命性作用,让普惠金融引领社会经济的发展,保持中国在数字金融领域的领先地位,北京大学数字金融研究中心、蚂蚁金服集团研究院、上海交通大学中国金融研究院、浙江大学互联网金融研究院和中国人民大学中国普惠金融研究院共同宣布启动数字金融开放研究计划。该计划既提升了中国数字金融研究的质量,也进一步推动中国数字金融行业的持续健康发展,以期为全球数字金融治理规则的制定贡献中国力量。

(李子晨)



# 城市仲夏夜,夜经济火起来

■ 本报记者 刘蕾

“2015年以来,中国消费对经济的贡献率已连续五年超过50%,但居民消费仍未得到充分释放,消费的多样化选择仍然不足。”北京工商大学商业经济研究所所长、教授洪涛认为,夜间经济为居民消费提供了更丰富的消费资源和空间。据统计,我国夜间经济的全面开启可以促进当前经济增长将近1个百分点。

近来,不少城市也已把发展夜经济视为释放消费潜力的新动能。今年年初,“夜经济”就被写进北京市政府工作报告。报告指出,为推动消费升级,北京市

2019年将出台繁荣夜间经济促消费政策,鼓励重点街区及商场、超市、便利店适当延长营业时间等。

上半年以来,不少区域也积极响应夜间经济促进计划。如海淀区于5月出台了《海淀区消费能级提升三年行动计划(2019~2021)》,提出将出台夜间经济补贴资金管理暂行办法,鼓励相关零售企业主动延长夜间营业时间,研究开通一批夜间交通循环线路,并率先推动文化沙龙、电影院、剧院等夜间文化艺术消费。同时,《计划》还具体提及要将西客站食宝街、北太平庄电影展览展示区等6个街区打造成夜间消费热点区域。

在政策环境的支持下,随着夏日的到来,夜间经济迎来集中释放的节点,越来越多的企业推出夜间消费项目。居然之家北京金源店打破家居业态限制,将营业时间延长至21时,比其他家居卖场的营业时间延长了一到两个小时。北京合生汇商场一层的喜剧现场和五层寰影影城的营业时间已延长至次日2时,深夜食堂也已开至24时,同一空间内的夜间小剧场、体育竞技、live house、场景零售等也都将陆续开启,丰富合生汇的夜间消费场景。此外,中粮·祥云小镇的“深夜食街”也已正式对市民开放,小镇内的23家餐厅每晚的营业时间将延长至24时,活动将持续到10月。

显然,夜经济最火热的业态还是餐饮。记者近日走访发现,作为北京方庄地区夜生活特色之一的方庄美食街,许多餐饮店都会在招牌上特地打出“24小时营业”“营业至凌晨两点”等标识。

“晚上6时、9时以及12时左右都是用餐高峰期。”金鼎轩作为北京首家开创“二十四小时营业”理念的餐饮企业,工作人员在谈到夜间经营时很有心得,“天气转暖确实增加了夜间经营的营业额”,而为不影响消费者的用餐体验,金鼎轩虽然在凌晨后会因为人力原因调整部分菜肴,但得益于多年来日趋成熟的经营模式,上菜速度和菜品质量在夜间不会受到影响。

记者发现,在一个仲夏夜晚11时,方庄美食街上木屋烧烤、海底捞等门店仍座无虚席。“‘深夜食堂’真的很方便,满足了消费者晚上就餐的需要。”刚准备离开金鼎轩的张女士对本报记者说,“现在都将近11点了,可刚才在门口依旧看到了等位的顾客,在夏夜,我们也愿意出来转转”。

而对于如何进一步发展夜间经济,洪涛给出了自己的建议:“发展夜间经济,也是探索现代社会‘慢消费’生活方式的重要选择,我们可以借鉴西方国家的‘慢城模式’和城市夜间经济的模式、夜间慢消费的方式来提高夜间的消费质量。”