

# 鲜食便利店布点宁波开“餐厅”

## 传统零售业遭遇寒冬,便利店能否成为黑马?

“连夜配送的盒饭、三明治、饭团、甜品、面包等鲜食摆满货架，保质期都在48小时内；每家门店都是迷你“餐厅”，能同时容纳十几个人就餐……近日，鲜食便利店巨头罗森悄然进入宁波市场，在市区一口气开出4家门店。加上推鲜食已有7年的喜士多，以及打算重新恢复鲜食的快客，宁波的便利店正上演一场鲜食大战。”

记者 孙美星



昨天晚上，罗森彩虹南路便利店店员正将鲜食放入货架。

记者 王增芳 摄

## 罗森“餐厅”进军宁波

一份鸡排饭，一罐饮料，昨晚，市民余先生走进彩虹南路上的一家罗森便利店，选择当天的晚餐。趁着服务员在微波炉里加热盒饭的时候，他又挑了几串关东煮，一顿饭只花了不到25元。“这里24小时都营业，想什么时候来吃都可以，比较方便。”自从罗森便利店开到附近，余先生说只要加班就会到这里来吃饭。

两个多月前，全球便利店巨头罗森一口气在宁波开出4家门店，其中各种保质期在36~48小时的鲜食占了相当的比例。在罗森彩虹南路店记者看到，这里有足够的桌椅，可同时容纳10多个人就餐。而在不远处的罗森华严街店则是上下两层的格局，二楼都是供顾客进餐的空间。

各种连夜从上海冷链配送的鲜食是罗森的一大特色，如各种冷藏的盒饭、寿司、三明治，还有都市女生喜欢的双皮奶、抹茶红豆奶冻糕等小甜点，面包等。盒饭售价在15元以内，饭团和甜点等的售价都在10元以内。

在宁波开鲜食便利店，罗森并不是第一家，早在7年前，大润发旗下的喜士多超市已经把鲜食模式引进宁波。“鲜食在我们每家门店都有，盒饭、面条的品种经常在更新，像这种辣子鸡饭就是新品种。”在海曙颐高世贸广场的一家喜士多工作人员告诉记者，这家店每天盒饭的销售有二三十份，绝大部分顾客都是附近写字楼里的年轻白领。

## 鲜食成便利店竞争利器

早在2001年“快客”就进入宁波市场，目前在市区的连锁门店已有80家左右。

“罗森虽然是我们的竞争对手，但我觉得罗森入驻宁波却是机遇大于挑战，新模式的进入有利于提升整个行业的现状。”宁波联华快客便利连锁有限公司总经理朱明介绍，快客打算把几年前曾尝试过的鲜食恢复到部分门店里。

朱明还设想，把更受欢迎的现打盒饭模式引入便利店，让顾客可以根据自己的喜好，从十几个热腾腾的菜肴里选择喜欢的放进盒饭，他预计在中式快餐盛行的宁波，这种模式会更受顾客欢迎。

便利店为何如此热衷做鲜食？有统计显示，三大外资便利店全家、7-ELEVEN、罗森的进店消费者，有60%~70%会购买包括寿司、饭团、糕点、关东煮在内的鲜食类

产品。而且顾客习惯买一份便当顺便带一瓶饮料或一包零食，这种“并买”消费行为也拉动了销售。通常情况下，只占店内商品总量10%~30%的鲜食品类，却可以带来40%的销售额。

“去便利店解决三餐，这样的情况在宁波还不多见，在上海已经流行很多年。”罗森宁波加盟商——宁波甬鑫世纪贸易董事长应成勇介绍，在一线城市，鲜食是外资便利店最重要的品类。在上海，罗森各门店的鲜食销售额通常会占到总销售额的30%~40%，有的门店在峰值时可以达到70%。“宁波几家门店比我们预想的情况好，开业2个多月鲜食销售额已经占门店的20%。”

“进入宁波以来，鲜食一直使我们的主打，销售额能占到门店的20%~30%。”喜士多有关负责人介绍，喜士多目前在宁波有11家鲜食便利店。

## 甬城便利店发展提速

便利店巨头罗森的人驻已经产生鲶鱼效应，宁波的便利店行业发展正在提速。

“宁波虽然距离上海很近，但便利店行业比上海却落后5~10年，但这并不说明宁波市场没有前景，需要时间来培育。”应成勇介绍，有一种说法，人均GDP3000元以上的地区就能开便利店，如果达到5000元，鲜食便利店就能进驻。宁波的消费水平早已满足鲜食便利店的条件，他认为之所以落后上海这么多，一方面宁波是中式快餐的发源地，太发达的中式快餐对便利店的鲜食是冲击。另一方面，宁波城市节奏不如上海等大都市快。

应成勇介绍，罗森计划在宁波地区开到100家门店，今年的目标是把门店数量增加到10~15家。

朱明介绍，快客也正摩拳擦掌，启动新一轮拓展计划。除了寻找新的门店，快客也在着手对现有门店进行升级，今年十一前，全新形象的快客旗舰店将在宁波街头亮相，

鲜食将成为特色之一。

此外，来自温州的便利店品牌十足也在宁波加快跑马圈地。目前其门店由2013年入驻时的20家门店，增至近40家。

华润万家、家乐福等零售巨头也看好便利店前景，先后推出了便利店品牌。如家乐福便利店品牌“easy家乐福”已在上海开出2家门店，未来将在包括宁波在内多个城市扩张。华润万家旗下的连锁便利店品牌Vango已亮相杭州，鲜食是其一大特色。

“从长远来看，便利店是最贴近消费者生活的零售业态，主要客户群体又是更年轻的80后、90后。”朱明介绍，宁波便利店的现状与居民消费水平和城市地位极不匹配，目前宁波市品牌连锁便利店仅200家，也远远落后于其他同类城市，预计在未来几年宁波的便利店发展将迎来加速期。

## 投资者看好发展前景

近日结束的中国便利店大会上公布了一组数据：2014年，网络零售和便利店成为中国零售业增长最快的两个板块。其中便利店销售同比增长25.12%，门店同比增长达到22%，在实体零售当中一枝独秀。

尽管如此，但剔除门店扩张因素，去年全国便利店实际增长只有4.4%。此外，便利店的质量和整体水平参差不齐，有待提高。

去年，宁波市商务委曾做了一项全市连锁零售行业的调查，2014年宁波4家连锁便利店去年共实现零售额1.5亿元，同比下降了1.6%，其中有一半出现负增长，有盈利的企业也是微利运营。

统计数字反映的不景气，并没有影响投资者的信心。虽然每家门店的投入费用是宁波市场上普通便利店的一倍左右，应成勇预计罗森会在进入宁波市场两年后实现盈利。

“便利店的优势在于小而美，俗话说船小好掉头，便利店把经营不善的店关掉，再新开一家好的门店，置换成本不高。长远来看，便利店比大卖场更具活力。”市商务委市场流通处副处长吴国兴认为，宁波的便利店在提高竞争力方面空间巨大，与互联网结合的相关服务就是很好的一个切入点。

据了解，在便利店行业发达的日本，便利店能为顾客提供的服务有1200多种，而国内的便利店通常只能提供50种左右的服务。日本的便利店仅在销售票据方面，就有市内公共交通车票、火车票、演唱会门票等数十种。还有各种各样的物品寄存服务，甚至接受周边居民换季衣物存放的要求。

“代收快递的服务我们已经在筹备当中了，除此之外，生活缴费、代售票据等服务下一步也会加强。”应成勇介绍，未来与互联网相关的生活服务是便利店功能拓展的重点。

“都说电商是传统零售业最可怕的竞争对手，但电商和便利店却有抱团互补的关系，便利店能解决电商配送‘最后一公里’的难题。”朱明介绍，快客正打算和苏宁易购合作，把智能快递箱放进便利店，方便周边网友取货。此外，水电煤缴费、代充公交卡等服务也将一步步完善。“我认为便利店的未来，时髦一点说就是+号。便利店+餐饮、休闲、电商、生活服务、咖啡馆，有限的空间里有无限的可能。”

## 链接

目前宁波的品牌连锁便利店，除了品牌商自己开的直营店，还有相当比例来自加盟商。每个品牌加盟费用和方式不一，开一家加盟便利店，费用在十几万元到几十万元不等。

以罗森为例，根据其官网显示的内容。加盟方案中，店铺主要由加盟者提供，公司也可酌情推荐。罗森提供营业设备，加盟商承担店铺经营费用，双方毛利额分成。罗森还提供物流配送和日常经营管理指导。品牌方还会收取加盟费、预备金和期满后退还的保证金。

开一家便利店，要求店铺面积在40~120平方米，有的品牌还要求门面有一定宽度。便利店是一个相对稳定的行业，不能在短期内有大笔利润回收，门市随着业绩的成长来提升获利。

因此为保证加盟方的利益，不少便利店品牌方对符合条件的店铺，还会在第一年给予一定的支援补贴费，此外补助部分水电费等。



位于彩虹南路上的罗森便利店，鲜食成一大特色。