



## 三大便利店巨头纷纷入驻 宁波迎来便利店扩张的春天

记者 吕梦帧 劳育聪



2018年年初，继7-ELEVEN之后，全家宣布进军宁波的便利店市场。宁波或将成为上海、北京、杭州之后，全国第四个三大便利店巨头入驻的城市（南京将在三四月份开出7-ELEVEN和全家），南部商务区和东鼓道成了他们相中的布道场。

在宁波学府一号经营罗森便利店的加腾窥见，在南部商务区相隔不到100米的距离，三大巨头的便利店依次排开，似摆好了“巷战”的架势。

它们如此扎堆开店，是为了突围，还是为了形成合力而共赢？为何纷纷看中宁波市场？全家的入局会给宁波的便利店市场带来哪些变数？本报将为您一一作答。

### 入驻 它们为何看中宁波

先看一组数据，截至2018年3月，上海便利店已有6000多家，仍处在高速增长阶段，而宁波的便利店只有250家。

如今，三巨头们不约而同地选择宁波，

是明知山有虎，偏向虎山行？还是，另有玄机？

也许负责罗森宁波营运工作的王鲁琦的解释很有说服力。他说，罗森便利店是最早进入宁波市场的三巨头之一，开了接近40家门店，主要分布在高教园区附近。他们之所以选择宁波，是做了一番市场调研的。

调研显示，2015年，宁波人均生产总值就突破10万元了。宁波人的消费水平和消费能力都在逐年提高，且对日资便利店的认知度也在提高。这都有利于他们的进驻和以后的经营。

至于为什么要把门店主要分布在高教园区附近？王鲁琦认为，宁波高校分布比较集中，这些区域的人口密度大且人流集中，对日资便利店的接受度高，像诺丁汉大学、宁波理工学院以及万里学院的大学生消费水平在宁波市排名靠前。这些15岁~25岁年龄区间的消费者，消费习惯明显偏向质量型消费，愿意为好吃、好玩的新奇食品买单。所以高教园区附近是罗森开店的首选之一。

王鲁琦将2019年标记为一个实心点，“对于宁波便利店市场来说，2019年绝对是一个起点的信号。”他说，便利店讲究销售的推波助澜，开在地铁出入口的门店所覆盖的消费者对便利店接

受度更高。随着2019年多条地铁线路的开通，必然有过热的资本会涌入这座城市。这样的销售推动一般是复合型的，比如住宅+地铁、住宅+学校等，加上宁波未来地铁扩张的速度，从客观角度看，这块市场的前景可以“拨开云雾见光明”。

相比罗森的忙碌“扫街”，2017年7月1日进入宁波便利店市场的7-ELEVEN却十分沉得住气，他们始终以极为严谨的态度，精准地丈量着来时的脚步。对7-ELEVEN来说，发展缓慢是为了精心布局。他们除了看中宁波市场的人口密度、GDP、消费水平外，更看重宁波人对实体经济的需要。7-ELEVEN宁波地区的负责人卞总监说，实体经济可以缓解宁波的就业压力，自然是需要的。从调查看，宁波实体店消费占比还是很大，说明老宁波人对线上消费的安全不放心，尤其是食品，而线下购物更能得到保证。

7-ELEVEN对宁波门店的要求非常高，“我们门店的面积要求200平方米左右，最好以复式户型为主，还需要有负荷60千瓦左右的电网满足照明和冷柜的运作，但宁波很多老店铺的电网只能负荷10~20千瓦，所以扩张的速度比较慢。”卞总监说。

在该不该进入宁波市场的这个命题里，三巨头们列好了一整套标准的程式，他们把一个个前提条件代入，只有在等于心里的答案时，才会被敲上“通过”的印章。

