

罗森宣布退市 便利店迎多重变革

■中国城市报记者 张亚欣

连便利店巨头也难逃退市命运。

近期日本知名连锁便利店罗森宣布将在7月召开临时股东大会,公司预计于7月24日正式从东京证券交易所与大阪证券交易所退市。这意味着其长达24年的上市历程就此结束。该消息一经公布,罗森退市等话题一度登上热搜,引发热议。

罗森退市后,在华相关经营是否会受到影响?折射出便利店市场怎样的境遇?当下,面对激烈的竞争,以罗森为代表的便利店,该如何寻求新的突破点或增长点?

退市不影响在华经营

据了解,近日被炒得沸沸扬扬的罗森退市话题,是指该公司将经历股权收购被私有化,从而退出股票市场,而非退出商业连锁市场,对其在中国市场的经营不会造成明显影响。罗森中国总裁室郑女士回应媒体称,此事系日本罗森内部股权变更及投资战略调整,不会影响其正常经营。

中国城市报记者也在走访北京市朝阳区多家罗森便利店发现,门店营业并未出现异常,货架依旧琳琅满目。

实际上,罗森退市早有预兆。日本电信运营商KDDI曾于今年2月6日宣布,将对罗森进行公开要约收购(TOB)。KDDI将收购除了罗森母公司三菱商事(持股50%)以外的股份。如果公开要约收购成功,KDDI和三菱商事对罗森的出资比例将各为50%,罗森将成为两家企业的权益法适用企业,罗森的股票将退市。

KDDI社长高桥诚在2月6

日举行的记者会上表示:“将充分利用数字技术,(为便利店)提供新的价值。”三菱商事的社长中西胜也称:“结合各家公司的优势,将有助于创出未来的便利店业务。”

在业内看来,对于罗森而言,此次与KDDI的合作无疑具有重要的战略意义,通过引入KDDI先进的数字化技术,罗森希望能够进一步提升门店运营效率,并拓展线上销售等新的业务方向,以应对日益激烈的行业竞争;而对于KDDI而言,收购罗森则是其布局零售领域、打造全场景生态的重要一步。

“罗森退市后,其在华的经营策略不会有太大变化。”奥优国际董事长张玥在接受中国城市报记者采访时表示,虽然退市,但罗森中国业务仍照常开启,其在中国市场的经营仍会继续遵循其原有的商业模式和战略。此外,罗森在华的供应链、物流等环节在过去的多年里已经建立了稳定的合作关系和运作模式,就算其退市也并不会对这些环节产生太大影响。

罗森退市释放市场 亟需变革的讯号

公开资料显示罗森品牌1939年始创于美国,1975年从美国取得特许加盟许可后在日本开出了第一家店铺。2000年,日本罗森同步于东京证券交易所与大阪证券交易所上市,迄今已有24年。

1996年,罗森作为第一家外资连锁便利店企业进入中国市场,在上海开出首家店铺,目前已深耕中国市场28年。20多年来,罗森不断在华布局。在区域特许加盟和收购本土便利店等措施的支持下,罗森门店数量迎来爆发式

增长。中国连锁经营协会发布的《2023中国便利店TOP100》显示,罗森中国门店总数6330个,位列第5,是唯一进入前5的外资品牌。

此次退市虽不影响罗森在华经营,但也从侧面反映出罗森在经营、转型中面临的巨大压力。罗森在官网发布的公告中提到,公司所属的行业除了竞争环境加剧、消费者需求多样化之外,还面临原材料、人工、物流等各种成本上升的严峻形势。

“罗森退市可能是整个零售市场变革的一个缩影。”福建华策品牌定位咨询创始人詹军豪接受中国城市报记者采访时表示,随着消费者行为的变化和市场竞争的加剧,传统零售行业正面临着前所未有的挑战。便利店作为零售市场的重要组成部分,也需要不断创新和调整策略以适应市场的变化,而罗森退市可能意味着该公司正在寻找新的增长点和更灵活的经营方式,以应对零售市场的变革。

在百联咨询创始人庄帅看来,便利店行业正面临着来自线上、折扣店、会员仓储店等业态的竞争,其本身也在加速与美团外卖、饿了么、京东等即时零售平台的融合。

此外,张玥还提到,罗森退市反映了中国便利店市场正在经历外资品牌的本土化过程,本土品牌正在逐步崛起,逐渐成为市场的主导力量。

根据《2023中国便利店TOP100》数据,排名前十的企业中有8个本土品牌以及2个外资便利店品牌。其中,排名前三的分别是美宜佳、易捷和昆仑好客,分别拥有门店数33848个、28633个和19780个,两个外资便利店品牌除了前文提到的罗森外,还有7-

Eleven,而7-Eleven的门店数量是3906个。

便利店如何实现突围

零售业的版图中,便利店以其便捷、接近消费者的特性占有一席之地。中国便利店行业在数年之中实现了规模的增长。根据《2024年中国便利店发展报告》,2023年全国便利店销售额4248亿元,同比增速为10.8%,近9年间便利店销售规模复合年均增长率高达17.4%。便利店门店规模同比增长7%。

此前,国金证券研报曾指出,便利店是目前大消费板块难得的高成长且逻辑清晰的赛道,短期增长势头不减,长期渗透率未见顶。早年因市场未成熟而发展较慢,2014年开始提速,近年迎来需求、政策拐点加速成长。品牌方作为产业链核心,加盟体系+毛利分成模式下有效提高利润率、降低经营风险,且手握品牌、产品研发、供应链作为核心竞争力,业绩表现远胜其他零售业态。

罗森中国总裁三宅示修在2024中国便利店大会上表示,目前罗森在中国已经覆盖了17个省份,进入了125个城市。在销售额方面,与上年相比,实现了同比124%的增长,2023年中国罗森营业额(含税)超过142亿元。在三宅示修看来,便利店的作用从“想要的东西,在想要的时候,就在想要的地方”,变成了“想要的东西,在想要的时候,被送达想要的地方”。他称,便利店需要提供时间上的便利、安心安全的便利以及商品上的便利,并让这些便利进行进化,变得更加便利。

面对激烈的市场竞争,以罗森为代表的便利店又该如何突围?

徐州市经开区招商局局长史周华在接受中国城市报记者采访时分析,便利店可以通过深入洞察消费者需求,提供个性化服务和产品的精细化运营方式,利用大数据和人工智能技术优化运营和提升顾客体验来寻求突破口,并加强与社区的联系,参与社区活动,提升品牌影响力。

詹军豪则建议,要不断优化供应链,比如通过优化库存管理、提高物流效率、降低运营成本等方式,提升供应链的稳定性和竞争力。同时,还需关注创新求变,比如关注市场动态和消费者需求的变化,灵活调整经营策略和产品组合,寻找新的增长点。此外,注重线上线下融合,通过线上平台拓宽销售渠道,增加线上曝光率和用户黏性,并利用线下门店提供优质的购物体验和服务支持。

城讯

推动保障性住房 再贷款政策落地见效

本报讯(人民日报记者吴秋余)记者从中国人民银行获悉:为深入贯彻落实中共中央政治局会议精神,按照国务院常务会议和全国切实做好保交房工作视频会议部署,6月12日,中国人民银行在山东省济南市召开保障性住房再贷款工作推进会,调研推广前期租赁住房贷款支持计划试点经验,部署保障性住房再贷款推进工作。

会议提出,房地产业发展关系人民群众切身利益,关系经济运行和金融稳定大局。设立保障性住房再贷款,鼓励引导金融机构按照市场化、法治化原则,支持地方国有企业以合理价格收购已建成存量商品房用作保障性住房配售或租赁,是金融部门落实中共中央政治局会议精神,统筹消化存量房产和优化增量住房、推动构建房地产发展新模式的重要举措,有利于通过市场化方式加快推动存量商品房去库存,加大保障性住房供给,助力保交房及“白名单”机制。

会议要求,金融机构和有关单位既要解放思想、拓宽思路,又要稳妥把握、扎实推进,按照“政府指导、市场化运作”的思路,借鉴前期试点经验,着力推动保障性住房再贷款政策落地见效,加快推动存量商品房去库存,加强制度保障和内外监督,坚持自愿参与、以需定购、合理定价,确保商业可持续,严格避免新增地方隐性债务,切实防范道德风险。

湖北襄阳: “夜经济”点亮古城夏夜

近日,游人在位于湖北省襄阳市襄城区的襄阳古城北街休闲观光。近年来,湖北省襄阳市进一步挖掘襄阳古城文化底蕴,对古城内的老街巷进行改造,着力打造文化演艺、文创购物、非遗工坊展示、城墙灯光秀等与传统文化结合的夜游特色项目,助推古城“夜经济”发展,吸引了众多本地市民和外地游客前往游玩。

人民图片

