

企业家日报

ENTREPRENEURS' DAILY

今日 8 版 第 016 期 总第 10984 期 四川省社会科学院主办 企业家日报社出版 值班副总编辑:肖方林 全年定价:450 元 零售价:2.00 元

2024 年 1 月 17 日 星期三 癸卯年 十二月初七

外资商超投资加码 彰显中国市场“引力”

新华社记者 于佳欣 刘羽佳

近段时间,多家外资商超纷纷拓展在华业务。在湖北武汉,永旺梦乐城武汉江夏购物中心、汉阳山姆会员店于 2023 年 11 月初相继开业;在上海浦东,百年德国零售品牌 ALDI 奥乐齐超市 11 月中旬又开设一家新店;在广东深圳,华南首家开市客旗舰店今年 1 月 12 日开业……密集的开店步伐,彰显了外资零售巨头看好中国经济、扎根中国市场的信心与决心。

“市面”,折射经济活力的一面镜子;外资,观察中国经济的一扇窗口。外资商超加码布局,投入的是真金白银,更是对中国经济前景、消费升级活力和巨大市场引力的信任。

加码布局来自看好中国“市”的恢复态势。 2023 年前 11 个月,社会消费品零售总额同比增长 7.2%,增速比前 10 个月进一步加快。2023 年前三季度,居民人均服务性消费支出占居民人均消费支出的比重达 46.1%,比 2022 年同期提升 2 个百分点。中国连锁经营协会统计,2023 年全国新开业购物中心约 400 家……一个个跃升的数字,成为三年新冠疫情防控转段后经济恢复发展,特别是线下回归“烟火气”的生动注脚。

加码布局来自看好中国“市”的升级趋势。 迈向高质量发展,品质化、个性化、体验式消费愈发成为商超发力点。瞄准品质升级,推出会员制和买手制,不断增加自有品牌占比,聚焦体验消费,将书吧、音乐沙龙、滑雪场乃至艺术展搬进商超,让逛街有了更多休闲味、人文感、艺术范……在商品消费升级、服务消费发展迅猛的大势下,网购并没有让“市”显得凋零,而是推动零售商在求变中创造更多新的消费需求。

加码布局来自看好中国“市”的巨大潜力。 看好一个市场,不仅有眼前行动,更会有长远布局。美国零售企业沃尔玛表示,山姆预计未来在中国每年会有 6 至 7 家新店开业;日本便利店罗森表示,到 2025 年中国门店总数将达到 1 万家;不少外资商超疫情期间也没有停止在中国开店步伐……因为看到潜力,所以持续布局,这是对看好中国市场最直接的表达。

外资商超正加快步入中国广阔的城乡市场。 永旺梦乐城武汉江夏购物中心选择开在远离市中心的郊区;罗森相继进驻浙江台州、辽宁丹东等地;山姆会员店陆续在江苏昆山、广东东莞、浙江嘉兴等地开设新店。不断推进的城市化释放了更多消费潜力,新的消费增长极吸引外资加码布局。

“我们坚定与中国市场相向而行”

——对话三家跨国零售企业负责人



2023 年 11 月 23 日,市民在位于北京市丰台区的永旺梦乐城购物。 谢希瑶 / 摄



2023 年 5 月 30 日,家长们在北京“麦当劳叔叔之家”参加“守护健康”家长科普课堂。 张玉薇 / 摄

■ 谢希瑶 王雨萧 潘洁

永旺持续在华投资新开购物中心和超市;麦当劳计划在未来 4 年新开 1 万家店,超三成落在中国;迪卡侬以创新业态拓展在华商业版图……当前,多家跨国零售企业加大在华布局实体店,坚定与中国市场相向而行。

零售业,连接着生产者与消费者,是直观反映中国经济活力的窗口。记者近日对话多位跨国零售企业负责人,探寻他们眼中的中国市场。

增资扩店 折射中国市场吸引力

去年 11 月 1 日,永旺梦乐城武汉江夏购物中心正式开业,入驻的永旺超市同期开业,开业以来持续迎来客流高峰。

“截至目前,永旺梦乐城江夏购物中心的销售额与客流量都大幅超过预期。”永旺梦乐城(中国)投资有限公司董事总经理桥本达也,今后永旺梦乐城还将进一步在具有成长性中国内陆地区不断“大开店”规模。

永旺作为亚洲大型综合零售及服务企业集团,目前已在中国经营了近 400 家不同业态的店铺,未来两年还将在长沙和杭州新开

3 家购物中心。

“中国依然保持稳健的经济增长率,未来中等收入群体也会随之增长,这意味着我们的目标客户群体也会增长,我们看好在中国的发展机遇。”永旺(中国)投资有限公司董事长后藤俊哉说。

对中国市场作出乐观预判的,还有麦当劳。去年 11 月,麦当劳全球宣布对麦当劳中国的持股比例将由 20%增加到 48%。“对华增资彰显麦当劳全球对中国市场发展和营商环境的信心。”麦当劳中国首席执行官张家茵说,中国是麦当劳全球第二大市场,也是增长最快的市场,中国市场已经成为麦当劳全球未来 5 年的核心增长引擎。

目前,麦当劳在中国餐厅数量接近 6000 家,比 6 年前翻了一番多。麦当劳计划在未来 4 年新开的 1 万家店,其中超三成将落地在中国。

“我们坚定与中国市场相向而行。”张家茵说,得益于中国对外开放深入推进,居民生活水平显著提升、营商环境持续优化,麦当劳中国快速发展。

去年,迪卡侬在深圳和郑州新开设了 3 家实体商场。迪卡侬中国副总裁王亭亭说:“中国是迪卡侬最重要的市场之一。中国体育产业是一个万亿级的蓝海市场,已经进入高

速发展期。”

积极求变 顺应中国消费提质升级

一边是线上零售蓬勃发展,一边是以购物中心为代表的实体商店积极求变。

“疫情过后,消费者悦己的需求越来越大。”桥本达也,永旺梦乐城武汉江夏项目在打造绿色零售场景方面进行了创新尝试,致力打造“注重人与环境的购物中心”。

从注重“客流”到着力“留客”,创新消费场景,成为零售业新趋势。

“门店作为零售环节的生命线,如何应对消费场景的快速演进并保持高增长能力,是重要课题。”王亭亭说,迪卡侬除了提供运动装备,也致力解锁运动场景和多元服务,打造一站式运动解决方案。

“需求更多元化”“场景更多样化”“市场变化更快”——对话中,这些是跨国零售企业对中国消费市场的共性评价。

“目前的国际环境下,中国市场更具活力,对全球品牌更具吸引力。”张家茵说,中国消费者需求变化更快,麦当劳中国的本地研发中心持续孵化新品,每年平均推出超 200 种新产品。桥本达也表达了相似的观点:“没有变化

就没有机会,一个变化快的市场意味着机会。”在他看来,随着中国人口和消费结构变化,银发、健康、休闲等领域仍有较大需求空间。

后藤俊哉注意到,随着中国消费者理念的改变,永旺自有品牌产品在中国市场的销售也呈上升趋势。

“现在的年轻人已经不再拘泥于代销品牌,而更加注重质量和性价比,这是很大的变化,也促使我们加大力度开发自有品牌产品。”后藤俊哉说。

融合发展 发挥中国市场供应链优势

线上线下多业态融合发展,加快数字化转型,是未来零售业发展的必然趋势。

张家茵告诉记者,麦当劳中国 90% 的餐厅提供“麦乐送”服务。全平台数字化会员超 2.6 亿,数字化订单占比超 90%。与此同时,随着城镇化进程加快,目前麦当劳中国约 50% 的餐厅分布在中国三四线城市。

零售品牌得以市场下沉,离不开供应链的高效畅通。

在麦当劳餐厅仓库,工作人员只需挥动手中的移动终端,扫描货物包装的电子标签,就能在 15 秒以内将数据实时传输至供应链。“我们携手供应商伙伴,打造端到端数字化供应链系统,提升智能化水平。”张家茵说,目前麦当劳中国在新店开发、数字化转型、外送业务方面领跑麦当劳全球市场。

记者从对话中感受到,未来中国零售业的发展趋势和竞争优势将会在个性化服务、智能化供应链、社交电商和营销等方面展开。

2023 年起,迪卡侬在中国开展集产品设计、生产、物流、品牌和零售于一体的全产业链业务。中国是其首个全产业链布局的海外市场。王亭亭介绍,迪卡侬在全球 30 个国家和地区有生产采购中心,超过 50% 的采购份额来自中国。在中国销售的产品中,94.2% 在中国生产,“我们的目标是提升至 100%”。

“我们的线上销售提升了三倍,还要加力满足市场扩大的需求。”后藤俊哉说,永旺将持续加快数字化转型的发展步伐,加快开辟电商、数字化市场,发挥永旺多业态优势实现协同发展。(据新华社)

腾飞:用心创作出中国版的“拇指联盟”

——专访上海茸磊文化传播有限公司创始人腾飞先生

■ 本报记者 王海亮

腾飞,上海茸磊文化传播有限公司的创始人,作为动画片《拇指总动员》的创作者,腾飞用充满想象力的情节、精致美观的画面以及令人深思的寓意构建起了极具思考意义的动画世界,他是中国现代儿童动画片市场的探路者和引领者。目前,《拇指总动员》第六季已经开始播放,近百号卡通人物在片中出现,成为了国产动画市场人物最丰富的片子,一个属于中国儿童的庞大的“拇指联盟”越发壮大,更有网友在提起这部动画片时,给出了“这才是中国动画该有的样子”的赞誉。

截至 2023 年 12 月,《拇指总动员》的总播放量已经破亿,这对于一部国产动画片而言,成绩实属亮眼,《拇指总动员》于 2019 年 3 月获得了中马文化交流节“中国区特别贡献奖”。也正因公司 IP 创作的优势以及在业内的竞争力,公司受到华岩资本、第九城市等众多资本的争相投资。而腾飞带领公司创作的不止动画片《拇指总动员》,还有《小妹和她的朋友们》、《乐乐》、《旺财》等广受中国儿童群体欢迎的动画作品。



上海茸磊文化传播有限公司创始人腾飞先生

谈起创作的过程和理念,腾飞直言,相比商业价值,更希望能够建立一个庸常现实生活之外的世界,在那里,可以装下他期待中的所有理想、勇气和美好……

动画创作:是命运赐予的缘分

腾飞开启动画片创作着实偶然。本科就读于北京对外经济贸易大学,硕

士在上海交通大学安泰经济与管理学院进修,而毕业后的几份工作也都和投行、咨询管理有关,腾飞自己也曾以为,这一辈子,应该都是与金融打交道。

转折出现在 2013 年,女儿呱呱落地让腾飞完成了人生重要的身份升级,伴随着女儿的成长,少儿教育问题成为了他金融事业之外的又一重要领域。腾飞的女儿很喜欢看动画片,他就四处给她找各种各样的动画片看。但很快,腾飞便发现,国内市场上可看的动画片大部分是国外引进的内容,很难找到一部含有中国式教育意义的连续性动画片。在腾飞看来,孩童时期的教育,不仅来自学校、父母,动画片里的语言、画面、动作等都会在耳濡目染中影响孩子的成长。“现有的动画片,虽然好看、搞笑,也拥有不同意义上的热血、勇气,但总觉得缺了一些什么。”腾飞想着,如果一部动画片,可以不限国家、地区、身份、职业、技能,没有绝对的主角和配角,每一个人物都能在各自的领域闪闪发光,或许,我的女儿以及更多的孩子就能学会,每一个小朋友都是特别的,大家都拥有自己的闪光点。2016 年,腾飞抱着小小的期望,自掏腰

包注册了上海茸磊文化传播有限公司,开启了自己的创作之旅,而摆在他面前的第一个难题就是:到底要创造一个什么样的形象作为主角?

猫和老鼠已经有了代表作,天敌狼和羊的故事也播出了上千集,动物拟人化已经很难再找到新的突破口,寻常的人物形象又显得不够吸睛……在腾飞的计划里,设计的形象要有千变万化的造型,围绕不同的形象,编织不同的故事,创造美好的世界。头脑风暴许久,却始终没有答案,直到有一天,腾飞反复念叨着“美好”二字,他才突然想到,中国人对“好”的肢体表达就是竖起一个大拇指,应该再也没有比大拇指更能“美好”代言的形象了。

目光锁定在了大拇指上,大拇指一跃变身成为了主角,并衍生出不同形象的角色,故事则从孩童们都爱看的寻宝开启。留着二八小胡子的猎人丹尼尔,可以射出各种功能的子弹,一头紫色长发的女巫萨拉拥有可以载人飞行的神奇魔法;顶着火焰头的足球小子保罗能够踢出力大无比的足球进行攻击,就这样,初版拇指联盟正式形成,故事也在此发生。

———— [下转 P2]

招聘

企业家日报社因业务发展需要面向全国招聘采编人员 10 名,广告业务人员 30 名,企业通讯员 50 名。

- 要求:
1. 政治素质好,品行端正,爱岗敬业,吃苦耐劳,身心健康,具有良好的团队合作精神。
 2. 有一定的相关工作经验,具有经济类、工商管理等相关专业背景,大专及以上学历。
 3. 遵纪守法,无不良记录,有新闻采编业务经验者优先,有自己独到的理解和认识,知识面广。
 4. 热爱编辑出版工作,具有强烈的责任心、事业心和社会责任感。
 5. 具有良好的市场嗅觉和经济洞察力,富于创新精神,具有良好的统筹、协调能力。
 6. 具有较高的文字水平和良好的写作能力。
 7. 敢于突破自我,勇于担当,爱岗敬业。男女不限,有业务经验者优先。

有意者请发简历到邮箱:420041854@qq.com 咨询电话:13811660079 王总

《企业家日报》是中国唯一专门面向数千万企业家、企业经营管理者特殊定位的经济类大型日报。创刊于 1988 年 3 月,现每日出版对开八至十二版,覆盖全国三十一个省(直辖市、自治区)企业界和经济界,是对中国经济生活极具渗透力和影响力的新闻媒体。《企业家日报》,做中国企业的思想者。

责编:方文煜 版式:黄健 新闻热线:028-87319500 投稿邮箱:cjb490@sina.com



三重卤,更入味

千年福祿寿 万家海葫芦

酿造单位:贵州省仁怀市王丙乾酒业有限公司 出品单位:贵州省仁怀市狄康春酒业有限公司 服务热线:18586361133 (沈先生) 13608529997 (张先生)