

# 便利店行业虽很火还需添火

■ 王洪涛



眼下,在零售行业整体增速下滑的背景之下,便利店业态却依然保持着两位数的增长,成为行业中的佼佼者。便利店行业真的火吗?作为零售行业的主力业态之一,连锁的便利店业态早在上世纪90年底就已经在中国落地,为什么经过了20多年的发展,现在才“火”起来?

经济发展的带动。便利店业态是一个以便捷性为核心竞争力的业态,所销售的商品价格要贵于其他业态。在国际上,有一个以GDP作为便利店发展阶段的衡量标准,这也就是说,在国际上便利店业态的发展与经济有着较为直接的关联。在过去的20多年,我国的经济水平还没有为便利店业态创造更加肥沃的土壤。但眼下,这个土壤的环境已经足够肥沃。

消费者成熟的支撑。当前,80、90后消费者已经成为主力消费人群,他们的消费观与之前的60、70后有很大的不同,年轻一代消费者追求的是消费的性价比,主张的是便捷、快速、随性、碎片化的消费,这与便利店的定位完全吻合。

“互联网+”时代的机遇。“互联网+”时代,传统的百货、大卖场的商品被电商平台不断冲击,但便利店业态带给消费者的不仅仅是商品,还有即时和便捷,这是电商平台无法替代的体验。同时,便利店业态依靠其密集的网络,与消费者发生的频繁接触,已经成为O2O落地的最好的载体之一。

城镇化进程的推进。便利店业态是典型的与城市化进程共同推进的业态,远到日本、我国台湾,近到东莞,都可以看到便利店行业与城市化进程同步发展。随着中国城镇化进程的加快,便利店行业将不仅仅是北上广深、东部沿海城市的专有,未来还将在全国版图上遍地开花。从行业目前的情况来看,中部、西部等城市已经涌现出一批优秀的便利店企业,并且发展得很好。

中国便利店行业的“春天”来了!一时间,综合业态的大企业纷纷把重点向便利店业态转移、未从事过零售行业的“老板们”也纷纷投身便利店、O2O企业开始找便利店企业合作,资本纷纷看好便利店行业……便利店行业的小伙伴们感觉一夜之间华丽转身了,腰杆也硬了,十几、二十

年的苦日子熬到头了。

各方资源都开始关注便利店行业,便利店的从业者们脚下开始有点飘。此时应该当头棒喝,问一句,“咱们真的做好了么?”,相信问完这句后,大部分便利店的小伙伴们会出一身冷汗。

根据中国连锁经营协会的数据调查显示,便利店行业的平均日销售额不到5000元,综合毛利率不到30%,这与国际同行,或者优秀的企业相比,还有很大的差距。中国便利店企业的营运、商品等前台的管理能力,以及供应链、信息系统等后台的支持能力均有很大的提升空间。

行业热起来了,是绝对的好事,但越是这个时候,越要冷静下来,做扎实经营管理。同时,利用整合好各方资源,顺应消费者变化和互联网+的外部环境,做出更多创新对于准备投资进入便利店行业的企业,也应该看到便利店行业经营管理的难度,不能盲目投入,盲目地进入,烧钱事小,扰乱市场事大,而且也是资源的浪费。

在这个时候,出来泼冷水,灭火,灭的是虚火。便利店行业很火,但是其实很小。从销售规模来说,全中国连锁化的便利店企业的销售额加在一起,也只不过和连锁百强的老大一家的销售额差不多。而且企业集中程度不高,单体企业的店铺和销售规模都不是很大,单个企业目前还很难发挥规模效应。

所以,便利店企业目前和政府、和供应商、和资本等各个方面的谈判和议价能力还比较弱。但是,便利店真正的价值应该是密集的店铺网络和海量的消费者入口。

作为政府部门,应该看到便利店行业在城市的市容市貌、夜晚安全、居民就业、居民餐饮服务等方面所承担的重要责任和发挥的重要作用,应当给予便利店行业更多的政策支持,而不是政策限制。

作为其他资源投入方,应该看到便利店的网络价值,从长远角度考虑,与便利店建立较为深入广泛的合作。作为便利店企业自身,应该积极尝试建立合作的机制,快速形成规模效应,共同推动行业的发展与进步。在经营管理上应该一步一个脚印,稳步前进;在发展上应该积极合作,发挥合力。(作者系中国连锁经营协会便利店委员会总干事)



## 落寞贵族——航空货运何去何从?

■ 谢威炜

一年一度的“双十一”现已落幕,各路物流高手投入众多的物力、财力,分食这场饕餮盛宴。是昔日的航空货运抢占先机,还是传统豪强的公路运输蓄势待发,或是老牌劲旅铁路借助高铁之利再下江湖?似乎已经有了结果。

航空货运之于快速的概念已经成为过去式,高高在上的锐气已经渐渐失去光芒,唯快不破的杀手锏也荡然无存,在今天这场各路物流高手比拼的竞争中,航空货运还能否重振雄风?

航空货运的高高在上已成为明日黄花;航空货运的杀手锏唯快不破,已荡然无存;落寞的贵族,面临着血腥的厮杀。

航空货运作为物流界的高、大、上甫一亮相,立刻成为物流同行中的翘楚,快速、安全、价高基本奠定了航空货运的高冷形象。尽管受限于航空运力的制约,但是无论国际还是国内的航空货运都经历了一段甜蜜的卖方岁月。当年的外资也好,国内的航空货运也罢,尚没有做好迎接物流大爆发的心理准备,由于全货机的滞后,曾经导致客人行李的多少都一度成为影响到航空货运的配载仓位的重要砝码。

但是时势造英雄,鉴于其他运输类的草根顽疾,如公路货运的不规范、铁路的拖沓等,致使航空货运一骑突出,笑傲江湖,以快制天下,以准傲天下,航空货运就是物流界的宠儿,众多货运客户对其是又敬又怕——敬之精准,畏之价高。

尽管在物流运输市场的份额上,航空货运的比例位居水运、公路、铁路之后,但是奇货可居,一位难求,航空货运迎来了数十年的江湖贵族地位。截至2014年,中国航空货运周转总量已稳居世界前三位,同比2005年增长93%。野蛮生长的奔波遮住了航空货运的眼睛,孤独求败的江湖地位懈怠了航空货运求变创新的步伐。2009年起的国际金融危机为导火索,从国际货运烧起来,受国际环境的低迷影响,国际大鳄的困顿传导到强烈依靠国际航线的中国航空货运;同时国内市场本来井喷式的电商发展曾经召唤过航空货运,奈何航空货运的滞后服务模式,例如一站式服务的匮乏、网络支点的割裂,使得落寞的航空货运只有目送电商飞去的身影……

以2012年为例,中国航空货运总量下降2%,其中国内航空货运仅增长2.6%,而同期中国快递市场年均增长40%。徒叹奈何?以快制胜的法宝,早就拜德邦、华宇等一千草莽的迅捷(当日达、次日达)卡车航班化解于无形,以准傲骄的利器无奈受制于重振霸气的精准高铁,500公里内的运输几乎毫无还手之力。贵之缺点偏偏保留,故当下的航空货运是满目瑟瑟风起,感慨昔日少年郎。

放低自尊,混战江湖抑或依旧高冷屹立一隅?跨境电商的快捷,一站式服务的,柔性化的定制是否是东山再起的资本……

英雄迟暮,抑或日薄西山?航空货运经历了2010~2014年近五年的彷徨,是放下身段,赤膊大战于电商,还是独守自身那份落寞和孤独,退缩于一隅?迷离,困惑,航空货运面临抉择。

当今物流竞争日趋白热化,航空货运欲突围而出,必须重塑自我,破中求立!

天下武功,唯快不破。此中之快不再是简单的运输之快,而是反应之快,航空货运须重拾自身的利器定位于超远距离的快速反应。跨境电商浩浩荡荡,必然搅动各色物流的胃口,航空货运需借势而为,突出自身的快捷运输,灵敏反应,必能分得此饕餮盛宴的一杯羹。鲜活、高端之需求以中华之消费基数蔚然可观,奢侈品的安全、快捷、体验式服务更是催醒了航空货运的天然性。

坚硬如水,以柔克刚。柔性定制是航空货运再生的另一利器。脱身于几大家族的国内航空货运(国货航,南航货运等)尚需放低腰身,向UPS、顺丰借鉴,充分发挥航空货运的柔性定制和精准服务。快递巨头UPS的红领之例闪烁智慧。凭借快捷精准的航空货运,UPS成功把日产1200套西服的山东红领培养成为自身山东最大客户。这说明柔性定制,航空货运可以拥有。

合纵连横,共生共荣。携手配送公司,多式联运,网仓运营,航空货运需打造一站式服务。物流天下是大家的天下,也是航空货运的天下。航空货运应建立高端的配送公司,运用资本布局海外的网络,携手民营等一干快递抢占高端市场,特别是海外市场的布局,结合跨境电商和互联网+等大势,无缝链接于以航空货运嵌入式为主的柔性供应链体系,则顺势而为共赢于大物流之发展。

## 集团大自主图名还是图实?

■ 耿慧丽

“大自主”,是近年国内汽车行业大集团都很看重的事情,上升到集团层面做5年乃至10年的战略规划,几大车企集团的老总们在公开亮相时频频把大自主战略挂在嘴边。比如最开始打出“大自主”概念的东风集团,曾计划到2015年实现180万辆至200万辆的自主品牌乘用车规模;一汽集团的“十二五”规划中大自主是重要内容,计划到2015年整个集团实现销售400万辆,其中自主品牌200万辆;中国长安集团则规划,到2020年,长安汽车产销量将达600万辆,其中60%~70%为自主品牌。

这一现象的主要背景就是政府管理部门的推动。在中国汽车行业蓬勃发展的这十多年中,政府主管部门对于汽车行业的管理有两大着力点,一是推动自主研发与自主品牌;二是推动行业兼并重组,打造龙头企业。

不管是2004年版本的《汽车产业发展政策》还是2009年国务院出台的《汽车产业调整和振兴规划》,都把自主品牌和兼并重组作为重要内容。2013年年初,工信部、发改委等部门还专门下发《关于加快推进重点行业企业兼并重组的指导意见》,明确到2015年,前10家整车企业产业集中度达到90%,形成3~5家具有核心竞争力的大型汽车企业集团。

这样的好处是以前只靠依赖合资品牌生存的车企集团开始重视自主研发和自主品牌,但弊端则是,在规模优先、做大就能享受政策鼓励的政策指挥棒下,车企集团在自主品牌上开始通过各种方式“走捷径”,2009~2010年左右微车企成为车企大集团整合的热门,就是因为能快速充量。

但几年下来,车企大集团们收购的外来品牌和集团嫡系自主品牌之间,普遍存在整而难合的尴尬,有的甚至分道扬镳两败俱伤。不管是东风还是广汽乃至长安,现在都面临着外部收购或整合的品牌与嫡系的自主如何区分定位的问题,至于资源共享、互相协作、规模效应的甜头,还远未尝到。

在自主品牌生存艰难的现在,车企大集团们对于嫡系自主品牌的打造提升尚且吃力,整合的外来品牌或子公司的自主品牌,更是难以兼顾。做规划、画蓝图容易,但要落实则相当不易,尤其在牵涉一些地方政府、地方国企的利益与人事变动时,车企大集团的整合困难重重。

这就造成目前车企大集团在在大自主上的两难境地,想进,整合不易,市场环境不利;想退,国企的面子不好看事小,难以对上交代事大。

归根结底,要改变车企大集团对于大自主数量规模的痴迷,还是要从政府管理上做出改变,不以规模论英雄,车企实力与座次排名更倚重研发实力、管理效率、员工满意度、用户口碑等指标。

## 生物医学将成为创业的重点领域

■ 邱晨子

近日据报道,英国医生与美国科学家合作,首次运用基因编辑技术治好了一位小姑娘的白血病。主治医生向患者体内注入了5000万个经过基因编辑的细胞,这些细胞可以捕杀癌细胞,不久后医生对患者进行了骨髓移植手术,目前检测发现患者身上的癌细胞已经完全消失。虽然这一技术是否具有普适性仍然存疑,但如主治医生所言,这具有里程碑意义;如果这一方法具可重复性,无疑将是治疗白血病等顽症的一个巨大进步。

基因编辑技术在疾病治疗上的进展,将使这些研究获得更多的社会支持。人类社会虽然对基因技术的滥用可能及其他伦理困境抱有强烈的疑虑,但同时基因技术在战胜人类疾病方面的功效也抱有颇高的期待。每一次基因技术在医疗领域运用的重要进展,都会增强其社会基础。不仅如此,基因技术在医疗领域的广阔前景与丰厚利润,也会吸引越来越多的金融资本,这一趋势将使生物医学领域获得金融资本的强力支持。

当前基因技术领域的进展,多少算是一种意外收获。此一领域第一个大型计划“人类基因组计划”三位领导人最近在《自然》杂志撰文纪念计划开展25年,他们指出,当年没有谁预见,人类基因组计划会开拓出科学研究的一个全新方式。新一代的研究者,在今后的职业生涯中可能会见证和促进数千种疾病的分子机制的解析、癌症诊断和治疗的革命、微生物组学的成熟、干细胞治疗成为常规手段,以及其他激动人心的生物医学进展。目前已经取得的重要进展是,使用CRISPR-Cas9基因编辑技术改变人类和其他物种的基因组,华人科学家张锋做出了原创性贡献,被视为诺奖得主有力竞争者。今年4月,中山大学黄军就团队曾利用CRISPR-Cas9技术,试图修改人类胚胎中可能导致地中海贫血症的β-珠蛋白HBB基因。

生物医学快速发展与金融资本加速进入之间的矛盾,已经引起生物学界的讨论,目前的讨论侧重于科学研究与金融资本孰主孰从。生物学家饶毅在最近一次科学界与投资界的对话中,曾提出一个引起争议的假说,认为美国的道路是金融主导科研,中国应该不走美国这条路,要让原创科技作为主导,金融为辅助,把美国的金融和科技的主次关系颠倒过来,也许可以走出超过美国的新道路。这一议题的提出,本身反映生物医学领域已经成为金融投资关注和投入的重点领域。可以认为,这些讨论已经是生物医学领域内部的讨论。

这些论题现在需要更为广泛的社会参与。更为重要却仍然缺乏的议题是,目前层出不穷的各种基因技术研究究竟包含了哪些伦理风险,这些研究是否需要某种形式的社会监督或者专业监督。25年前启动的“人类基因组计划”,同时也包括了历史上第一个广泛关注社会问题的研究计划,即伦理、法律和社会问题(ELSI)子计划,关注如何保护人的隐私和防止歧视等问题。这些计划的领导人在上述发表于《自然》的论文中忧虑地指出,大多数协作组合作项目



并没有成立专门的生物伦理研究项目,这些伦理研究项目非常必要。在生物医学研究得到金融资本越来越强劲支持的今天,专业监督与社会监督迫在眉睫。

## 保护“国家绿肺”,更需环保“行动派”

■ 薛黎明

秦岭是我们国家中部重要的生态安全屏障,也被尊称为华夏文明的龙脉。然而,在卫星影像图片上,秦岭却是斑痕累累。植被被破坏的地方,沿着秦岭北部山脉,自西向东,从平原一直延伸到了秦岭腹地,就像病毒一样在这个绿色王国的版图上不断扩散。究其原因,就是大量“停产”矿山,依旧非法营业。(11月15日 新华网)

秦岭不仅是北方与南方的地理分界线,更是亚热带与暖温带的气候分界线。基于此,秦岭拥有如此得天独厚的生物资源,被称为“国家绿肺”。然而,目前这个“国家绿肺”,却遭受了前所未有的挑战。星罗密布的采石场,挖得秦岭遍体鳞伤;废弃的石渣沿着矿山顶部像一道宽大的瀑布倾泻到山谷中;开采过后的山体岩石裸露、寸草不生……生态之殇,令“国家绿肺”越来越呼吸困难。

“城门失火,殃及池鱼。”同样,秦岭的生态之殇,也在殃及无辜。仅今年以来,就发生多起重大泥石流事故,损害群众的生命财产安全。比如,4月6日,青石崖至秦岭间发生泥石流,造成铁路中断6小时。8月4日,西安秦岭山洪泥石流,造成7人遇难2人失踪,等等。这其实就是“国家绿肺”给予我们的黄牌警告——破坏生态环境,最终也会伤及我们自己。



平心而论,面对疯狂的采石,相关地方并不是无动于衷。比如,2008年陕西省政府“一号文件”,提出在2015年前全面遏制秦岭地区生态环境破坏的趋势。2014年开始,又加大了生态考核权重,秦岭生态保护上升到新的层面。再比如,记者走访的眉县,一共有19家露天开采矿山,有18家被责令关停。这些动作,反映了政府保护生态,留住青山绿水的决心,无疑值得称赞。

然而,一个细节却让人五味杂陈。记者暗访时发现,“在通往矿区的山路上,运输石料的车辆来往穿梭”,“在空旷的作业平台上,挖掘机的轰鸣声不断”。而眉县国土部门陪记者“明访”时,却是道路空空荡荡,挖掘机“刀枪入库”安静地躺着。工作人员甚至斩钉截铁地表示:“从2005年到今年就一直没开工”。显然,这两出大相径庭的画面,道出了“国家绿肺”受伤的真相——疯狂开采背后是疯狂的权力。而要保护“国家绿肺”,就必须让出轨的权力付出代价。比如,揪出眉县采石场假停工的背后“导演”,并予以党纪国法的严惩。

眉县上演的投鼠忌器,可能只是个案。但它也清晰地告诉我们,保护“国家绿肺”,需要更多的“行动派”。而且,只有采取实打实的行动,才能拆穿一些地方环保工作,“说起来重要,忙起来不要”的假把戏。试想,假如政府部门铁腕监管,真正深入一线,采石场假停工真生产,能逃过监管的法眼么?因此,保护“国家绿肺”,心动更要行动。一方面,相关部门要用铁腕行动,给予非法生产雷霆一击,切实保护生态环境。更重要的是,要让更多的环保“行动派”,走向领导岗位。唯有如此,才能确保我们的“国家绿肺”正常呼吸。