

中國量販店物流發展概況

文/編輯部



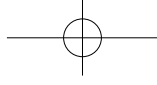
“量販”源於1963年法國的一家超大型類似超級市場的大賣場，後來日本把這種購物經營態叫做量販，日語中“量販”的意思是指“大量批發的超市”，由此引申的量販式經營，指的就是透明、自助和平價的消費方式。1983年量販出現在臺灣。“量”是指商品的數量，“販”是低價銷售，是一種以量制價的經營形式。1995年左右量販店開始在中國遍地開花，好又多、樂購、沃爾瑪、家樂福、大潤發、易初蓮花、特易購、歐尚、聯華、華潤萬佳、B&Q、HOLA、蘇寧、永樂、國美、宏圖三胞等，各式各樣的量販店。目前量販業已在北京、上海、廣州、武漢、成都、鄭州等城市紮根，當地的不少大型百貨公司，都能通過量販店的運作，獲得成功，營收成長的同時也實現了規

模的擴張。

近十幾年來，量販店經營在中國一直保持快速發展的趨勢。以量販店百強為例，近幾年來，店鋪數量和銷售額增幅均超40%，大大快於社會消費品零售總額的增幅。2006年，量販店百強銷售額超過人民幣7,000億元，占社會消費品零售總額的比例超過11%。中國連鎖經營協會在2008年3月28日發佈的數據顯示，2007年“中國連鎖百強”銷售額達人民幣10,022億元，同比增長21%，首次突破人民幣1萬億元。

中國量販店物流發展現狀

2008年上半年，中國國內社會消費品零售總額為人民幣51,043億元，同比增長21.4%。其中批發和零售業消費品零售額人民



幣43,068億元，增長21.3%。預計未來幾年，超市、家電連鎖仍以快速擴張為特徵；百貨業主要為中國國內的企業以保持較高增長為主，連鎖超市在定位上由原來的低價定位策略，開始向品質和服務提升轉型。量販店不斷增加，經營規模不斷擴大，市場占有率逐年上升。

沃爾瑪量販店

沃爾瑪1996年進入中國，在深圳開設了第一家沃爾瑪購物廣場和山姆會員商店，經過十年的發展，目前在中國大陸的深圳、東莞、汕頭、昆明、福州、廈門、武漢、長沙、南昌、大連、瀋陽、長春、哈爾濱、濟南、青島、南京、天津、太原、重慶、上海等大中城市開設48家商店（購物廣場43家、會員店3家、社區店2家）。

沃爾瑪實行“天天低價、薄利多銷”策略，有數字為證：1980年，它的營業收入為1,248億美元，利潤45億美元；2003年，它的營業收入為2,590億美元，利潤90.5億美元。業內專家評價說，和所有的買賣比起來，沃爾瑪的確是微利經營。在中國市場，天天平價也成了其成功之道。

2007年8月，全球零售業巨頭沃爾瑪官方機構正式宣佈，公司收購了在華運營“好又多”連鎖超市公司35%的股權。毋庸置疑，併購好又多之舉可以說是沃爾瑪在中國市場上的轉折點，其成為中國零售市場老大的夙願或將由此實現。

家樂福量販店

總部設在法國的家樂福 (Carrefour) 在全球開設了9,000多家連鎖店，分佈於29個國家和地區，2000年銷售收入超過648億歐元。家樂福1995年進入中國市場，最早在北京和上海開設當時規模最大的大型綜合超市，目前



已在珠海、武漢、東莞、北京、天津、上海、廣州、重慶、深圳、南京、杭州、蘇州、濟南、天津、鄭州、昆明等城市開設分店。其中位於上海古北地區的家樂福可說是金雞母，位置得天獨厚，是台灣人、日本人及歐美人士的聚集地，高級住宅區，人口多，售價高，為企業創造了最大的利益。

2006年，家樂福在中國銷售額達238億元人民幣，上繳政府稅收達8億元人民幣，年客流量超過1億人次。在江蘇，家樂福已開設了9家大型綜合超市，分別設立在南京、無錫、徐州、南通等地，並設立了家樂福江蘇採購中心。

家樂福仍保持較快的開店速度，到2008年底，家樂福在中國內地的門店數量將達到127至128家。

華聯超市

至2004年底，華聯擁有連鎖門店1,693家，網點遍佈上海、北京、江蘇、浙江、安徽等10多個省市，建立了以長江三角洲為重點，以京滬兩地為中心，向全國輻射發展的戰略框架。華聯超市是中國連鎖行業中具有一定的影響力和知名度的公司。

上海華聯超市物流有限公司坐落在上海市普陀區桃浦西北物流園區內，物流中心有新、老兩個倉庫（3.3萬平方米），主要承擔600家供貨商的進貨倉儲管理、100家直營店

和1,700家加盟店的日常配貨管理，以及每年4次的針對加盟店的特賣會。

家電量販店

中國國內家電量販店的三巨頭：國美、永樂、蘇寧。國美電器集團成立於1987年元月一日，是中國最大的以家電及消費電子產品零售為主的全國性連鎖企業。國美電器集團在全國280多個城市擁有直營門店，旗下擁有國美、永樂、大中、黑天鵝等全國性和區域性家電零售品牌。2003年、2006年國美電器相繼在香港、澳門開業，目前在兩地已擁有17家門店，邁出中國家電連鎖零售企業國際化的第一步。2007年1月，國美電器與中國第三大電器零售企業永樂電器合併。目前，集團擁有員工（含門店促銷員）20萬人，每年為國家上繳稅收超過20億元。

蘇寧電器是中國3C（家電、電腦、通訊）家電連鎖零售企業的領先者。截至2007年10月1日，蘇寧電器在中國29個省、直轄市和自治區，190多個城市擁有連鎖店350多家，營業額約人民幣400多億元，員工人數達92,000多名，全國倉庫約有108個佔地45萬平方米。在商務部統計的全國前100家連鎖企業中，位居前三名。

創建於1996年的上海永樂家用電器有限公司，是一家淨資產上億元的民營股份制大型家電連鎖零售企業，中國商業零售業及中國連鎖行業十強企業之一。永樂家電經歷了八年家電零售業巨大變革的洗禮，從成立初年銷售額只有100萬，到2003年實現銷售突破100億元，銷售產品達5萬種，在上海、江蘇、浙江、廣東、福州、河南等地已擁有家電連鎖大賣場，保持了年年翻翻的超常規發展業績，成為國內家電連鎖業的領頭羊之一。



2005年中國國內家電賣場三巨頭統計數據

名稱	門店數	銷售額	市場佔有率
國美	560餘家	498.4億元	10%
蘇寧	350餘家	397億元	8%
永樂	220家	152億元	3%

目前量販店物流的主要問題

物流配送水平越來越成為連鎖企業發展的核心競爭力。但從目前情況看，仍然存在著以下幾方面的問題：

1. 自有物流比例低

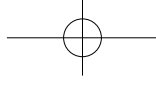
儘管量販店百強企業自建物流很普遍，但從行業整體看，企業擁有自己的配送中心的比例並不高，不超過20%。很多企業從節約成本考慮，採用供應商或第三方物流。但在節假日等銷售高峰，往往會出現受制於人的狀況。

2. 物流成本占總成本的比例高

一般來看，中國企業的總體物流成本占到企業總銷售額的5%以上，而國外企業一般為3%~4%。物流成本高，主要是管理造成。由於管理水平不足，造成商品庫存過大，佔用場地多，周轉率低，用人多，損耗大，總成本提高。

3. 技術水平低

國外有些量販店的物流已實現全自動化，幾萬平方米的場地看不到幾個人。但在中國，物流技術水平還有很大的欠缺。比



如有物流配送中心雖然占地很大，但並不是現代的儲存和配送方式；資訊系統落後；PDA、GPS、自動輸送、自動分揀、溫度檢測裝置等先進技術手段和設備使用率低，手工勞動占比高。

4. 生鮮物流尤其落後

根據統計，2006年中國50家主要快速消費品量販店中，建設和使用生鮮物流配送中心的企業不到10%，且大多已有的生鮮物流配送中心設備和配送能力也比較有限。超市全行業生鮮物流配送中心的使用率不超過3%。

加快量販店物流發展的對策和建議

加快發展現代物流配送，降低連鎖配送成本。物流作為新興產業，是一個國家和地區流通現代化的重要標誌之一。中國量販店企業的配送大多採取自有物流形式，這種以自我服務為主的物流活動模式效率低、成本大，特別是對跨地區的連鎖企業，問題更加突出。一些偏遠的店，因配送成本高造成配送比例過低，降低了量販店連鎖經營的規範化，更不能起到量販店從根本上杜絕假冒偽劣產品源頭的作用。因此，加快現代物流發展，不僅能減少中間環節、合理調配商品、提高企業效益、規範連鎖經營和降低經營成本，而且對量販店企業發展具有重要的促進作用。

2008年量販店物流的展望

從行業整體發展趨勢看，2008年在量販店物流發展方面將顯現以下幾個特點：

1. 現代化的物流配送中心增多

量販店在利用有限的資金進行投資時，總是容易為銷售額和利潤去發展連鎖店，而不是用在建立物流中心上。而物流中心是完

成統購分銷的中心環節，對物流中心建設的忽視就意味著對連鎖經營實質的偏離，很難發揮其規模效益。因此，建立現代化、系統化的物流中心，將是量販店發展的必然趨勢。

目前，北京、上海等地都建有幾家規模大、技術管理先進的現代物流配送中心，2007年在其他城市也將會出現更多的零售現代物流中心，如上海、深圳、福州、武漢、青島、威海、湘潭等地都有一些量販店企業如蘇寧南京RDC、樂購RDC、聯華、農工商、萬佳等動工興建大型現代物流配送中心。

2. 新技術手段和設備得到更廣泛應用

近幾年，量販店的效益逐年提高，使他們有了進一步投入較大規模物流中心的能力和信心。2008年，量販店企業已紛紛投入更具自動化的物流中心，如IKEA上海浦東DC、易初蓮花奉賢DC、順鑫北京DC、武商量販武漢DC等。

3. 更多的專業化的第三方物流公司進入量販店行業

從目前情況看，市場上第三方物流公司數量很多，但為量販店服務的並不多。2008年將有更多企業如連運物流、招商物流、全國各地的商儲公司，進入這一領域，原有企業的業務範圍也將得到擴大。這是行業發展專業分工所致。

4. 外資企業物流優勢逐漸明顯

物流供應鏈管理成為很多外企超市的核心競爭力，如沃爾瑪等。但之前企業急於擴張店鋪，沒有建立起物流網絡。2008年，將有一些外資量販店企業家樂福、特易購、大潤發等自有物流配送中心投入使用或開始建設，這將進一步提高他們的競爭力。