



新兴品牌进驻背后的城市角逐

商业资源聚集度成衡量城市竞争力标尺



良品铺子落户的凯德MALL·新都心处于青岛市北区核心商圈。

齐鲁晚报·齐鲁壹点记者 蔡宇丹

消费品牌扎堆落户岛城

良品铺子的开店路线图,中国经济的“南北差距”隐舍其间。

良品铺子的开店先中部再南方,再北方。首先以良品铺子总部武汉为圆心,辐射长江经济带的中部地带;在南方,广州、深圳成为主力阵地。

今年上半年,良品铺子新增近200家门店,这些线下店主要集中在江浙地区,其次是广深,其中上海、云南、贵州三个省市新开门店,覆盖了长江经济带沿线11个省市,从而完成了长江经济带的开店布局。

在疫情逐步稳定后,良品铺子线下扩张的第一步,选择了北方第一大省山东,选择了胶东经济圈的“带头大哥”青岛。

6月25日,良品铺子在青岛市北区核心商圈凯德MALL·新都心开店;此前的6月5日,盒马鲜生在青岛的第六家店在市北区泰山路邻里中心开张;接下来的8月,宜家在青岛的门店将开业,从目前透露的信息看,宜家青岛店地上建筑面积8万多平方米,规模跻身全国前五。

这些时尚、主流的消费品牌落户青岛,不光增加了城市营销的话题,更重要的是验证了青岛这个中国北方第三城的商业吸引力,在当下激烈的区域竞争中成为加分项之一。

城市PK背后的商业竞争

2018年,李克强总理考察山东时曾表示,中国经济已经由东西差距变成了南北差距。今年4月各地2019年GDP出炉后,引发了郑州与青岛的北方第三城之争。守住北方第三城是青岛的底线,而这种竞争,必不可免延续到商业领域。

在一座城市的对外形象塑造中,商业资源聚集度代表了主流消费品牌对城市的青睐度,商圈实力以及基础商业发展,成为衡量城市竞争力的标尺,亚朵酒店、星巴克、盒马店等这些消费品牌的商业门店数成了一个重要指标。

这些新兴品牌进驻背后,是城市之间居民可支配收入、消费水平、社销零售总额等硬核经济指标的PK。

2011年,郑州GDP超越烟台和东莞,首次迈入全国城市GDP20强;从2015年开始(良品铺子在郑州开店的前一年),郑州GDP排位一年上一个身位,2015年超越沈阳上升至全国第18位,北方第5位;2016年超越大连,升至全国第17位,北方第4位;2019年升至全国第15位,与青岛GDP差距只有151.6亿,可谓望其项背。

2019年郑州常住人口超过1000万,郑州在全国城市交通网络的枢纽地位,近几年表现出的强劲成长动能,极大地吸引了良品铺子这样的消费零售品牌进驻。

2018年12月,盒马在山东的第一家店在崂山区大拇指广场开业。截至目前,盒马在青岛一共有6家店。

近几年,盒马鲜生作为新零售代表异军突起,营造了新的生活方式。居住地3公里内有没有盒马鲜生成了“后浪们”购房时的一个选择因素,“盒区房”概念迅速走红,“盒马配送区”成为品质生活的代名词。

齐鲁晚报·齐鲁壹点记者注意到,盒马200余家线下门店主要分布在长三角,开店路径与良品铺子几乎如出一辙。

经济恢复期的抢滩

疫情过后,很多企业收缩战线,以求自保。星巴克6月10日发布公告表示,计划在未来18个月内永久关闭约400家经营门店。与此同时,良品铺子、盒马鲜生、名创优品等却表达了按照原计划开店或者加速开店的意愿。

齐鲁晚报·齐鲁壹点记者注意到,良品铺子和盒马鲜生的数字化能力非常强,线上线下融合的很不错。今年2月前后,良品铺子关闭线下门店,所有业务转到线上,客服、物流正常运转,企业盈利未受太大影响。

同样,疫情期间,盒马鲜生网上订单量较去年同期激增220%。

而坚持开线下店的名创优品,2018年开始和京东、腾讯合作,进行智慧零售的探索。疫情期间名创优品搞了社群营销,粉丝通过小程序或微信群下单,快的话3分钟就送到。到三月份业绩就恢复增长。

疫情会产生过滤效应,行业重新洗牌。良品铺子、盒马鲜生、名创优品这些在疫情稳定后满血复活,加速扩张的品牌都有一个共同特征:数字化能力非常强。

在完成对南方市场布局后,良品铺子进军北方市场,首站选择山东,同样是基于消费大数据分析决策。

从消费力上看,2019年双11,京东消费大数据显示,山东用户下单最多的品类是坚果和卤味零食。良品铺子大数据显示,在淘宝购买良品铺子零食的用户,山东仅次于广东、浙江、江苏,是全国第四大零食消费大省。

来自企查查的数据显示,今年1月至4月,我国休闲食品相关的企业注册量为9928家,其中4月份注册量最多,达4723家,环比上涨63.9%,相比去年同期则上涨30.7%。这意味着,随着疫情稳定,休闲食品这一行业仍将保持稳定增长势头,这得益于内需市场不断被激发出来。

目前我国与休闲食品相关的在业、存续企业一共有11.5万家,按照地域分布来看,江苏数量最多,为1.3万家。湖南省、山东省分别排名第二和第三,相关企业量达0.8万家。

从上述数据看,山东的产业环境同样适合发展休闲零食产业,也使得良品铺子在疫情稳定后进军山东市场多了一个保险阀。

A股上半年人均赚1.62万元,你赚了没?

齐鲁晚报·齐鲁壹点记者 张帆

本周,A股主要指数以全线上涨的走势结束了2020年上半年的交易。下半年更是开门红,站上3000点后,上攻步伐并未停止。7月2日截至收盘,上证综指报收3090点,A股成交量突破万亿元,创下近4个月来的新高。

整体来看,上半年的A股交出了较为不错的成绩单。尽管受到疫情的影响,市场在1月底2月初时经历了一轮急跌,但是此后就迎来持续反弹。除上证指数因设计历史遗留问题,包袱过于沉重,导致指数失真微跌2.15%外;深市各主要股指上半年均大幅上涨,深证成指涨14.97%,自2016年1月以来首次收在12000点上方;中小板指涨20.85%,2017年11月以来首次收在8000点以上;创业板指更是在去年大涨43.79%的基础上,再度飙升35.6%,如从去年年初低点开始计算,已累计上涨逾1倍,指数也是自2016年1月以来首次收在2400点上方。

从市值来看,Wind数据显示,截至6月30日收盘,A股两市总市值达到70.59万亿元,在剔除今年上市的新股市值(2.07万亿元)后,两市总市值较年初的65.83万亿元增加了2.69万亿元,若按今年5月末A股1.66亿账户进行计算,上半年,A股股民人均净赚1.62万元。

不过,这并不意味着人人净赚1.62万元。自2月以来,A股市场上不同行业之间的走势分化明显:一边是医药生物行业、食品饮料行业、科技行业个股大幅上涨;另一边,金融行业、交通运输行业和采掘行业的个股却萎靡不振,跌跌不休。

Wind数据显示,在28个申万一级行业中,医药生物行业今年以来涨幅最大,达到42.30%,其次为食品饮料、休闲服务、计算机和农林牧渔,涨幅分别为27.21%、26.04%、22.91%和22.74%。

事实上,今年以来,A股市场上的各类概念被轮番炒作,从年初的猪肉概念股到2月初的口罩概念股,再到疫苗概念股、芯片概念股以及4月以来的网红概念股,上述涨幅居前的行业个股也随着炒作轮动上涨。如果用一句话来概括A股上半年的上涨行情,“吃肉喝药、科技网红”无疑最为合适。

具体到个股方面,2020年,A股“市值之王”宝座终于易位。过去常年霸占A股市值第一的是被称为“宇宙第一行”的工商银行,而今年以来,在贵州茅台股价不断突破新高的情况下,工商银行市值已数次被贵州茅台超越。

需要指出的是,今年以来个股之间走势同样分化严重,Wind数据显示,上半年A股共有567只个股创下历史新高,同时也有450只个股创下历史新低。

展望下半年的行情,市场人士指出,投资者需要警惕上市公司半年报的业绩风险以及前期涨幅过高个股的回调风险。尽管中国的疫情到今年4月整体就已经得到控制,但是疫情对于上市公司的影响有一个滞后的过程,这一影响无疑将体现在7月份即将公布的上市公司半年报上。因此未来两个月,股市将随着上市公司半年报的披露而持续波动。

渤海证券指出,小盘股依然可能在下半年保持强势,但由于估值的比价优势消失和部分板块的高估,对于投资者而言应该“坐得离出口近一些”,投资者下半年风格层面上思考和实践的重点,是时刻保持对风险的警惕。

光大证券认为,当前市场估值已不再明显低估,同时国内货币也不会长期维持高速增长,因而市场上涨动力正由货币驱动向盈利驱动切换。在企业盈利改善未得到普遍认可之前,政策过度收紧的风险或市场对政策过度收紧的担忧,可能会引发市场短期上行动能弱化的压力,进而使得市场产生短期调整压力,这个短期风险需要引起投资者关注。

