

特殊时刻大量刚需消费涌向大型实体零售商

疫情恐慌刺激 沃尔玛们“因祸得福”?

编译 年双渡

毫无疑问,这场蔓延全球的新冠肺炎疫情给实体零售业带来了严重冲击。对于本来就身处困境的零售业,尤其是传统零售业来说,今年注定是特殊的一年。

疫情之下,大多数零售商不得不暂时关闭了实体店。在这种形

下,人们认为电商是疫情中零售市场的最大受益者是情理之中的;但出乎人们意料的是,美国的零售业却并不是这样。在美国,作为传统零售商的沃尔玛和塔吉特,疫情期间的业绩仍然良好。

“电商并不是救世主。”零售咨询公司 GlobalData Retail 的总经理尼尔·桑德斯这样认为。

>>>

它们为何成为避风港

但与上述零售商的凋敝景象截然相反的另一现象是,沃尔玛、好市多(Costco)、塔吉特和达乐公司等大型商超的门口却排起了长长的队伍。

作为疫情之下消费者涌入门店囤积家居用品的直接受益者,沃尔玛一度被称为是美股的“避风港”。

由于担心疫情对经济的影响,美国股市在过去一个月里大幅下跌,但沃尔玛的股票却逆势上涨。研究机构 MKM Partners 认为,考虑到投资者受到的“惊吓”,沃尔玛可能会继续“跑赢大盘”。

沃尔玛当下的市值约为 3480 亿美元。虽然现在美国的大多数餐厅、酒店和电影院都关闭了,但沃尔玛却比以往任何时候都更加忙碌,瑞士信贷预计这一趋势将持续

一年。

巨大的消费需求使得沃尔玛很难保持充足的存货。这个零售商已经调整了门店的营业时间,并只为老年消费者安排单独的购物时间。有分析认为,消费者支出的这种短期转变可能会在市场动荡期间维持沃尔玛的同店销售增长业绩。

令人想不到的是,因为疫情期间需求的增加,沃尔玛还打算再招聘 15 万人,并准备拿出 3.65 亿美元奖金激励员工。据美国有线电视新闻网(CNN)报道,应对疫情下日常消费品购物需求的增加而逆势大举招人的企业还包括连锁商超 Dollar Tree 和连锁便利店 7-Eleven。

好市多也是门前排起长龙的代表。美国好市多的一些地区经理

表示,其门店比圣诞节到来之前的假期购物季节还要忙碌。

虽然眼下处于供应链紧张时期,但坐拥美国城乡 16278 家门店的连锁折扣商达乐公司高管仍表示,无需对库存是否充足担忧。该公司首席执行官托德·瓦索斯表示,75%的美国家庭附近 7 英里之内都能找到达乐的门店,因此对那些不想去拥挤的大型商场购物的人群很有吸引力。2008 年经济大衰退后期,人们纷纷在折扣店里寻找低价商品,为了省油而选择就近购物。达乐公司正是在那段时间挤占了沃尔玛的市场份额,成为最大的赢家。

同样是零售企业,为什么会有如此大的差别?答案很明显,生活必需品对于消费者来说是刚需,不买也得买;而衣服、家居等则并非刚需。

据货运代理公司 Zencargo 预计,在 3 月 9 日至 4 月 20 日,美国零售商因疫情造成的生产和运输短缺等损失累计将达 7 亿美元。该公司负责人 Patrick Hasani 透露,服装是受影响最大的业务。

而更令人不安的是,塔吉特百货、沃尔玛和克罗格都可能挤占这些百货公司的一部分市场份额,因为它们的生活必需品种类很多,库存也较为充足。

福雷斯特公司研究员苏查里塔·柯达里表示:“这就是塔吉特百货和沃尔玛的优势,它们有药店,也有食杂店。”新增的消费人流同样也会促进它们其他类别的产品销售,比如衣服和家庭用品等。

过去两年间,无论是沃尔玛还是克罗格、塔吉特百货,都在大力加强衣服和家居产品的铺货。也就是说,它们应该会继续从百货商场那里抢占份额。在刚刚过去的假日季,塔吉特百货的服装销量涨势强劲,而梅西百货和科尔士百货的销量与上一个圣诞季基本保持了同一水平。

全球资本市场险象环生 美欧金融风险不容低估

进入 3 月份,全球金融市场险象环生,包括美联储在内的全球主要央行纷纷加大宽松政策力度,一些央行推出禁止卖空措施,多家央行联手出台临时美元流动性互换协议,政策调控力度之大出乎公众意料,甚至有观点认为金融危机已经到来。

现在断定美国或者全球已经出现金融危机的依据仍不够充分,主要原因是此次市场暴跌的导火索并不是金融系统出现了严重问题。从目前的情况看,流动性紧缩的“风暴眼”仍存在于局部市场,银行体系仍足够健全,企业破产事件尚未接踵而至,经济下行仍可能是短期的、暂时性的。

尽管金融危机没有到来,但是美欧金融市场的风险急剧增加,正濒临危险的边缘,后续的演变需要引起高度重视。

美联储主席鲍威尔在 3 月 16 日第二次紧急降息时表示,金融市场的一些领域已显现出受到压力的迹象。从市场表现看,从 2 月 19 日开始的一个月内,美股十天内四次触发熔断,这种现象极为罕见,带动欧美其他股市暴跌,十多个国家的股市均触发熔断暂停交易,全球市值蒸发超过 20 万亿美元,“股灾”似乎已经到来。

美联储及其他主要央行为此采取了危机应对措施,这也从另一个侧面表明美欧金融市场危机可能对经济造成巨大影响。众多央行连出重拳从长远来看是为了稳住经济,短期来看则是救市信心解燃眉之急。采取一系列救市措施旨在缓解市场愈演愈烈的流动性压力,为避免更大程度金融风险的出现赢得时间。

从目前的救市效果来看,市场仍需要更多的利好消息来稳住人心。除了各国可能出台更多宏观经济政策工具外,多重因素将会影响市场的下一步走势。

一是疫情防控能否速见成效。随着世卫组织宣布疫情具有大流行特征,恐慌情绪彻底蔓延。所以说,疫情的受控情况将直接影响市场信心。

二是原油市场之争能否见转机。油价的直线下跌几乎和美股大调整同时开始于 2 月 20 日前后。此后,各大产油国在减产问题上的严重分歧和长期以来对市场主导权的博弈导致价格战一触即发。虽然目前油价已跌至低位,但仍需防范大幅震荡的风险。

三是金融市场内在调整压力是否得到充分释放。这次疫情和原油市场暴跌的交织,促使股市出现了深度调整。即便疫情受控,市场也可能经历一个价值重估的过程。

目前,牵动市场神经的疫情在全球正处于加速扩散的阶段,而全球团结共抗疫情、原油市场达成妥协的信号却仍不明显,如果久拖不决,且疫情不能尽快出现拐点,市场寻底无果,那么在下跌共振之下,政策干预的效果将大打折扣,系统性风险会进一步加剧。

(周武英)

遭遇疫情严峻挑战

不得不承认,美国零售业确实因疫情而遭遇了前所未有的挑战。

据彭博社报道,在 3 月 9 日—15 日这一周,美国零售业的周客流量减少了 31%。而从这一周之后,美国开始采取更严格的疫情防控措施,零售业的客流量随之进一步减少。

随着疫情的迅速发展,从诺德斯特龙百货公司、苹果公司,到蔻驰等各大品牌,都纷纷宣布关闭门店至少到 3 月末。已经关闭门店的 Abercrombie & Fitch、耐克、R.E.I. 和安德玛等零售商,都表示关闭时间还会延长。继续营业的科尔士百货、盖璞(Gap)等零售商也表示将缩短门店的营业时间。而关门或者缩短营业时间给这些企业带来的最直接影响,就是收入的减少。

诺德斯特龙公布的截至 2 月 1 日的 2019 年第四季营收和利润均不及分析师预期。此前,诺德斯特龙预计该公司 2020 财年净营收增长 1.5% 到 2.5%,但该预期并未考虑新型冠状病毒肺炎疫情影响。

盖璞集团预计,受新冠肺炎疫情影响,2020 年第一季销售额将损失约 1 亿美元,今年将在全球范围内关闭约 170 家 Gap 品牌门店。

在截至 2 月 29 日的 3 个月内,耐克集团净利润大跌 23% 至 8.47 亿美元,不及市场预期的 9.48 亿美元。值得关注的是,耐克表示旗下品牌在中国的大部分门店从 1 月底开始暂时关闭导致大中华区销售额下跌 5.2% 至 15.1 亿美元。美国投资银行 Cowen 发布的报告认为,由于疫情导致全球大量门店关闭,NBA 等联赛全面停摆,耐克截至今年 5 月底的第四季度销售额将下降约 34%,受损幅度约为 35 亿美元。美国研究机构 Woolze Research 则预估,Nike 集团在未来 3 到 6 个月的损失或超过 55 亿美元。

而美国知名的运动品牌安德玛也正面临着前所未有的压力。安德玛在中国的大部分门店已暂时关闭,相关供应链因停工也会出现交货延迟,受此影响该品牌第一季的销售额将减少 5000 万至 6000 万美元。为了平衡开支,安德玛正在考虑放弃其原定在纽约开设旗舰店的计划。

一些业内人士悲观地认为,即使疫情能在几个月内得到缓解,对一些零售商的影响也可能是长期的。百货商店和服装连锁店通常在

每年的这个时候就要为假日季安排订单了。但从眼下的情况看,消费者的信心指数和几个月后的购买力显然是不确定的。如果商家预订的商品太多,到时候卖不出去就只能打折销售,会严重影响利润;而如果预订得太少,到时候缺货又意味着销量的损失。

如果疫情持续得太久,一些零售商就将遭到沉重打击,甚至是灭顶之灾。很多零售企业的财务状况堪忧,债台高筑,对它们来讲,销售额的任何下降都有可能都是灾难性的。这其中就包括彭尼百货(J.C. Penney)(该公司正在想方设法避免从纽交所退市,且它 2019 年第四季度的财务业绩十分难看)、内曼马库斯和 J.Crew 等。其中的 J.Crew 正在努力剥离旗下的高端牛仔品牌 Madewell,但在当前的环境下要想让 Madewell 独立上市看来不太可能。

零售咨询公司 GlobalData Retail 的总经理桑德斯表示:“如果你没有稳健的财务基础,那么根本不可能经受住这场风暴的考验。”

疫情之下,与许多零售商的凋敝景象截然相反的另一现象是,沃尔玛、好市多(Costco)等大型商超的门口排起了长长的队伍。图为购物完毕的顾客在美国旧金山湾区福斯特城一家 Costco 超市外合影。 CNSPHOTO 提供

>>>

危机过后何去何从

尽管美国几大零售巨头面临需求激增的情形,但分析人士指出,零售业也是受疫情冲击最为严重的行业。如果疫情持续的时间过长,美国财经媒体 CNBC 的评论员吉姆·克莱默甚至认为,美国最后可能只剩下三个零售商。

与中国不同,美国大多数零售商还是离不开实体店。传统零售商在一定程度上还是要依靠门店来支持网上销售;另外,零售商对电商的参与程度也不尽相同。

来自美国商务部的数据显示,今年 2 月,在线销售和目录销售占总零售消费额的 17%。虽然关于电商销售额增长的报道有很多,但绝大多数零售额依旧来自于实体店。

就整个美国零售业来说,沃尔玛和塔吉特毕竟只是个案。它们的幸运之处在于店内都有药品和食

品销售,所以门店在疫情期间会继续开放,而绝大多数实体零售店却并不具备这样的条件。比如,上述的诺德斯特龙宣布所有门店将关闭两周时间,拥有 40 亿美元在线业务的盖璞集团同样将暂时关闭所有门店。这些零售商就会失去电子商务的关键支撑点。百思买打算继续正常营业,但由于疫情影响只能限制营业时间。不过,百思买很快就改变了决定,宣布关闭所有门店,所有店内的生意都将由在线订单交付,并通过路边提货等方式完成。

在危机过后,沃尔玛的受欢迎程度和优异表现能否继续下去还有待商榷。但瑞士信贷认为,这段不幸的时期将在五年或更长时间内持续加速“消费者购物的结构性变化”,因为人们会接触到在线食

品订购和路边提货等全新购物方式。

有观点认为,未来要缓解疫情带来的损失,一种方法就是充分利用本来要关闭的门店,把它们作为电商订单的自提点。

市场研究公司 Forrester 的分析师苏查里塔·柯达里说,沃尔玛、塔吉特、百思买和家得宝等连锁零售商大部分都有独立的门店,它们最大的优势是,如果一旦由于外部影响不得不关店,至少可以把这些门店改造成自提点。

但分析师尼尔·桑德斯认为,如果连锁零售商没有大量或有效使用实体店的话,那么在线销售将很难实现盈利。

越是与电商紧密结合的零售商,越是会得到丰厚的回报:塔吉特称在假日销售季期间,80%的网

络销售增长都来自于当日的提取服务——或是店内订单自提,或是店外免下车送货。科尔士百货假日季期间的在线订单,约一半是店内自提订单。沃尔玛则利用店内商品满足了大部分网购食品和日用品的订单需要,在这方面其领先于亚马逊。

疫情可能会扩大在线零售的赢家之间的差距。但分析师普遍认为,在网购方面仍然苦苦追赶的零售商将会成为最大的输家。



Advertisement for CISEN (拉芳) featuring a large image of the building and text describing its products and services.

Advertisement for 拉芳日化股份有限公司 (Lafang Cosmetics) with a portrait of a man and text about their products and company information.

Advertisement for 尚品本色木门 (Shangpin Bense Wood Doors) featuring a portrait of a man and text about their wood products.

Advertisement for a disinfectant product, highlighting a 99.68% antibacterial rate and health benefits.