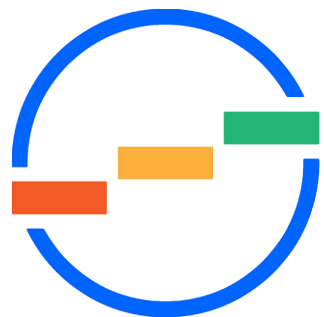




二人同心，其利断金 **Advantage** 战疫情 商业关系特别研究报告

埃德万祺国际管理咨询

2020.3.5

- 研究背景
- 疫情对生意的影响及合作关系的重要性
- 疫情期间零供合作现状及提升机会点
- 加强零供合作的关键因素及行动建议

◆ 研究背景

- 2020年初，**新冠疫情突如其来**，这场始料未及的黑天鹅事件对中国零售业产生了前所未有的影响
- 为了**客观评估疫情对零供双方产生的影响**，并提供**切实可行的应对策略**，尽快使商业合作回归正轨，Advantage China 在2月13日至2月25日，开展了为期12天的“**战疫情零供合作关系特别研究**”
- 研究获得了**50多家国内外知名企业中高层的反馈**，收到的数据来自沃尔玛、华润万家、永辉、大润发、麦德龙、步步高、家家悦、可口可乐、百事、宝洁、联合利华、欧莱雅、金佰利、立白、伊利、益海嘉里、亿滋、玛氏、徐福记、雀巢等企业**近300位中高层人员**
- 疫情还没结束，**Q1我们应重点关注哪些重点？**
后疫情时期，Q2、Q3甚至Q4的策略重点有哪些？
重点策略的短期/中长期安排应该如何考量？

◆ 疫情对生意的影响 – 截至2月9日闭店比例及销售损失

90%
有闭店企业占比

50% - 人流量太少
45% - 物业要求
40% - 员工太少

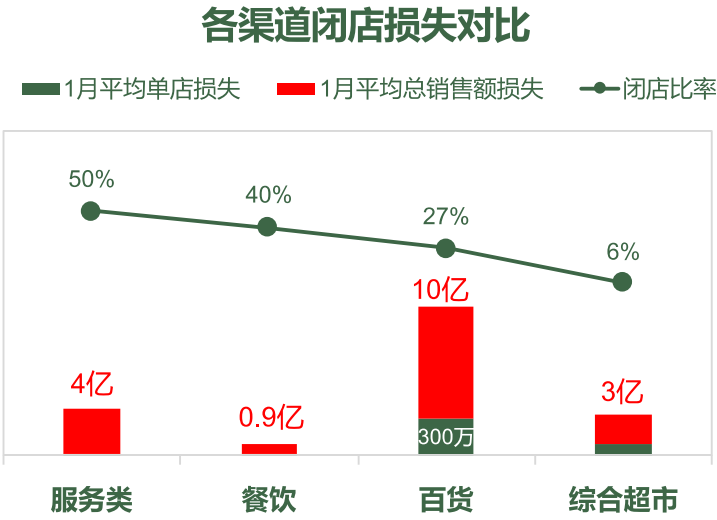
32%
总闭店比例

最高：100%
最低：1%

107
平均单店闭店
损失 / 万元

最高：500万元
最低：1.5万元

260%
线上销售额变化



21
企业数 / 家

总部 { 北京/上海/深圳/济南/
南京/黄冈/长沙/福州

43,332
门店数 / 家

最高：13,000
最低：36

177+
员工数 / 万人

最高：46万人
最低：1500人

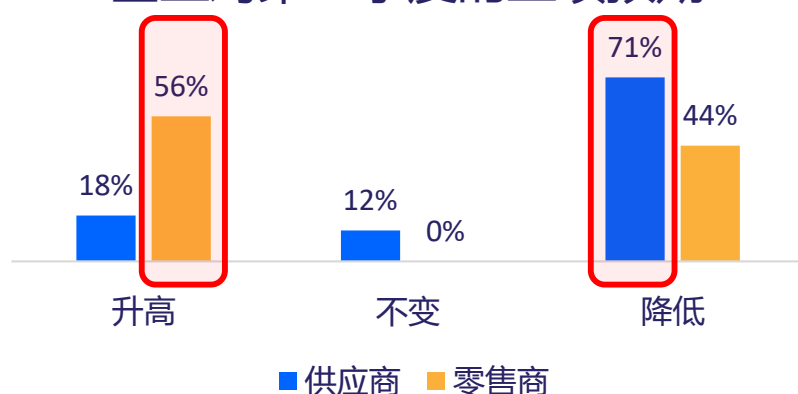


数据说明：数据来源于CCFA对21家企业的调研，涉及大卖场/超市、百货、餐饮、酒店、洗衣服务等渠道

*本报告最终解释权归埃德万祺国际管理咨询（北京）有限公司所有，未经埃德万祺书面同意，不得以任何形式进行整体或部分的拷贝、复制或传播

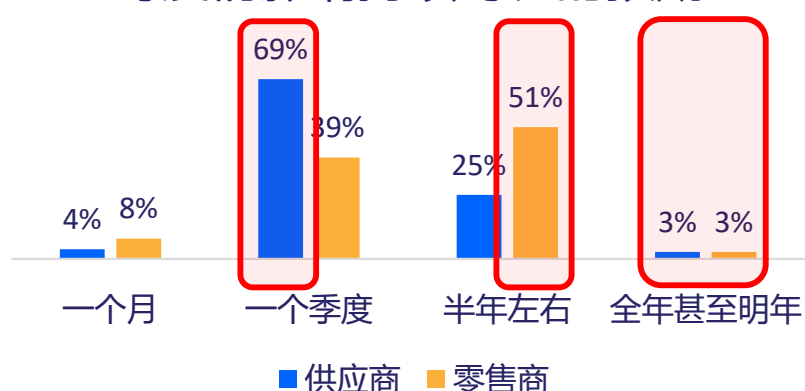
◆ 因疫情影响，双方对第一季度的业绩预期差异较大，零售商更乐观，供应商更悲观

企业对第一季度的业绩预期



- 疫情期间，民生类、消毒类产品成为刚需，相关需求销量持续增加；
- 零售商经营品类较多，通过借助自有及第三方线上平台，将线下转为线上售卖，弥补了其他品类的下滑；
- 由于复工、物流问题导致的产能不足、无法及时补货，加上线上方式对刚需产品的精准购买行为，导致非刚需类产品动销较弱，相关供应商短期内损失的销量无法弥补。

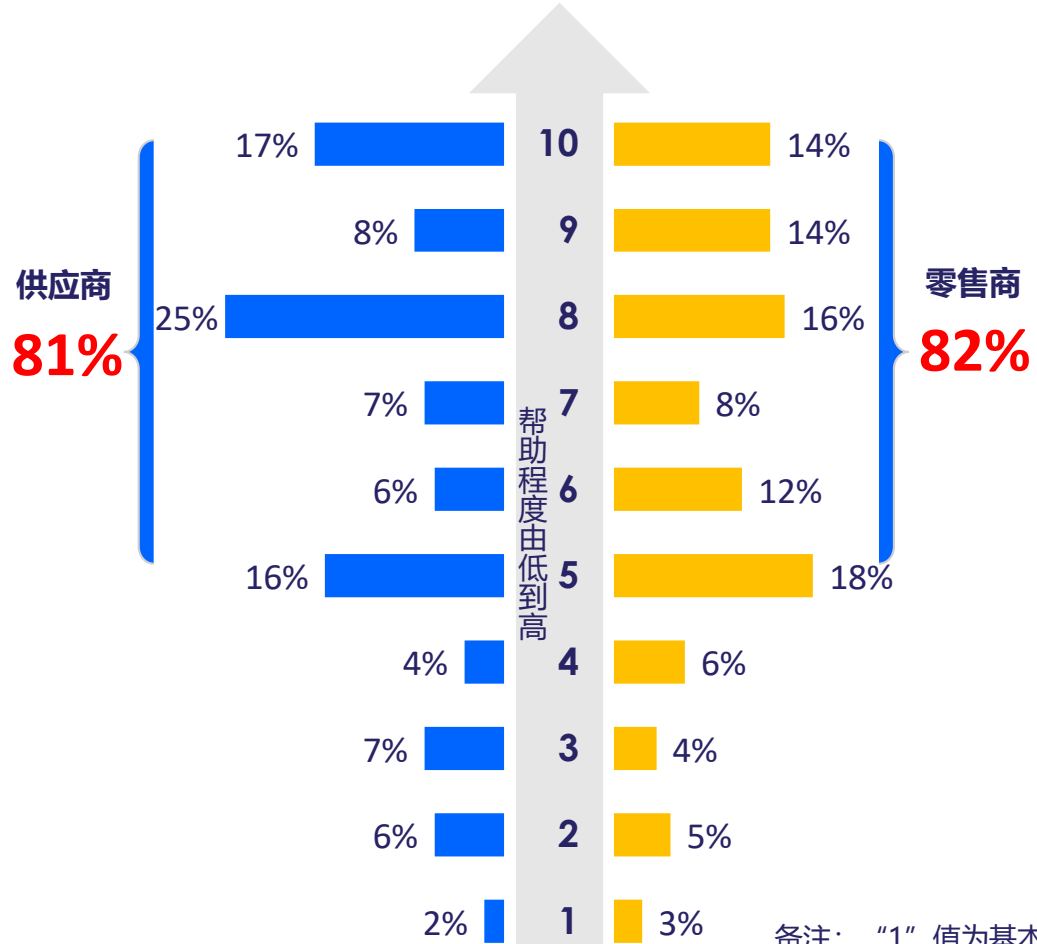
对疫情影响持续时长的预期



- 乐观判断，疫情所带来的负面影响在3月底会得到缓解，消费者逐渐敢于走出家门，回归线下进行日常消费，同时可预测的报复性购买将对非刚需类产品带来回暖，供应商侧压力得到缓解；
- 工厂复工、道路开放后，产能和物流恢复正常，消费者对产品的选择面虽得到扩充，但疫情期间对消费者线上购买习惯的培养，给线下零售商侧带来更长久的难题，如何增加门店客流，赢回消费者忠诚度成为重中之重。

◆ 稳固的合作关系对生意恢复的帮助程度

零供双方均有**80%以上**认为：**稳固的合作关系，对彼此的生意回暖有非常重要的作用。这表明零供双方都意识到唯有通过加强合作，才能降低疫情对生意的影响，快速回暖企稳**

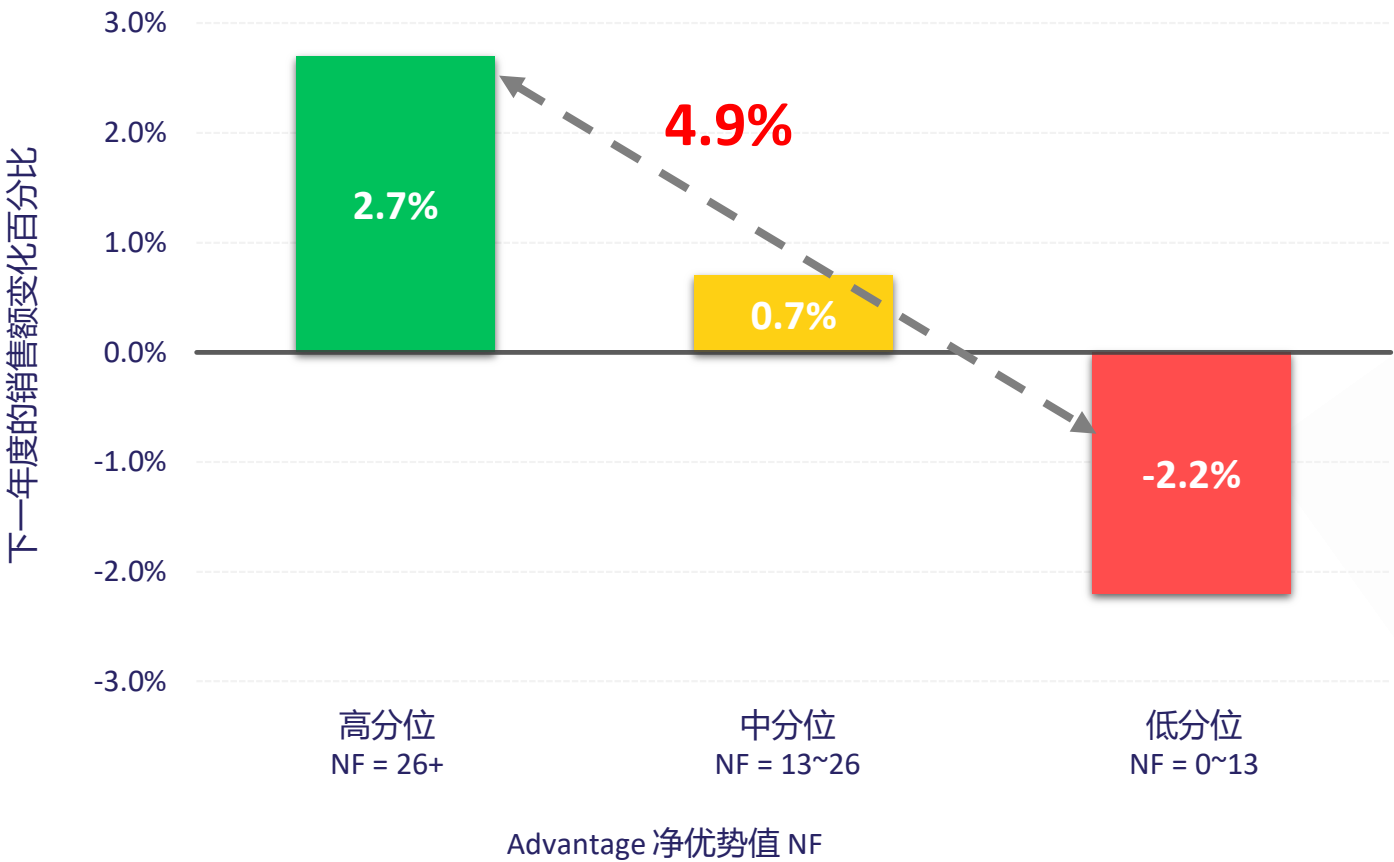


由于疫情原因今年的整体数据肯定有所下降，后期需要补业绩，这就需要和客户建立良好的合作关系，这样我们才能更优先拿到促销资源、档期以及申请更大力度的活动，好的零供关系可以帮助我们更快的去解决目前的销量问题，不光是疫情期间，平常的时候也十分重要。 --供应商声音

零供关系在几年前是处于对立的阶段，但是这几年已经有非常大的缓和和转变，尤其是线上生态出现之后，零供双方目前的合作模式已经转变为抱团取暖的关系，双方愿意在一起共同研究一个营销活动或者新对策，共同去经营。这次的疫情，是一个引爆点，零供双方在共同解决问题过程中，会碰撞出更多的想法，在这期间，双方也进一步加强了沟通，这次疫情就像一个催化剂，使得零供关系向更紧密的方向发展。 --零售商声音

备注：“1”值为基本无帮助，“10”为非常有帮助，越接近“10”表明零供关系重要程度越高。

Advantage NF vs. 下一年的销售变化

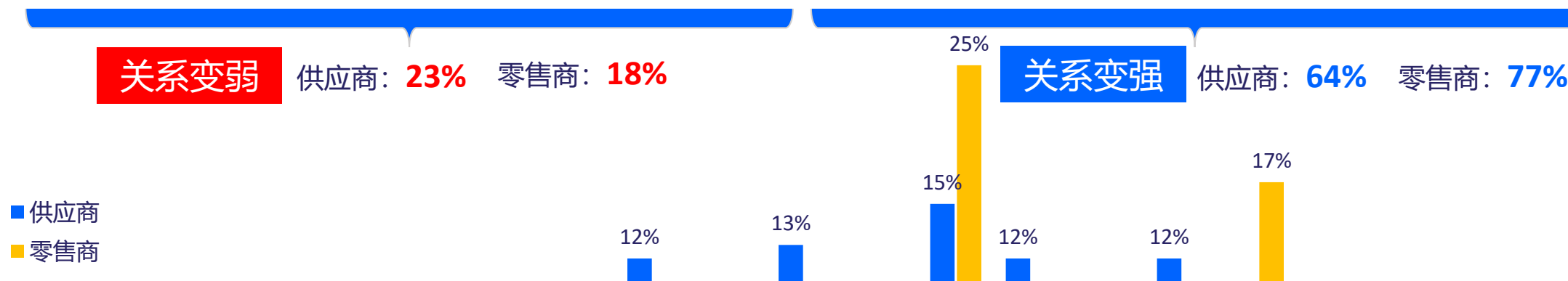


高净优势值企业相比低净优势值企业
在年销售额上高**4.9%**,
Advantage Report™
成为下一年度销售变化的风向标

备注：数据来源于Advantage总部对54家全球供应商，连续五年的监测研究结果

◆ 疫情期间零供合作现状 – 总体趋势

64%的供应商和77%的零售商认为：疫情期间双方的合作加强了。这类企业一定采取了积极的措施，彼此合作以应对疫情的影响；然而零供双方均有20%左右的比例，认为双方合作减弱了，这类企业建议借鉴业内优秀的商业合作方式，加强与合作伙伴的关系，共同改善下一季度以及全年的生意状况。



预览已结束，完整报告链接和二维码如下：

https://www.yunbaogao.cn/report/index/report?reportId=1_38456

