

行业观察

海外生鲜食品商迫切打入我市场

高速增长的中国电商已经将触角伸至海外,将波士顿龙虾、挪威三文鱼等进口生鲜食品搬上了中国人的餐桌。近期京东和阿里巴巴争相邀请海外供应商和零售商入驻专为进口商品搭建的平台,帮助国内消费者“海淘”。

不久前,京东商城与加拿大政府在京签署合作协议,计划在京东商城销售加拿大生鲜食品饮料。今年4月起,京东全球购上线,专门销售美国、法国、德国、英国、日本、韩国和新西兰等国家的进口商品。

阿里巴巴旗下的天猫也在一年前就开始不断邀约国际品牌开设店铺,并对进口生鲜食品和海鲜加大宣传。其他的电商如沃尔玛支持的一号店在也销售进口食品,品种包括泰国榴莲、阿根廷红虾等等。

一些迫切打入中国市场的海外零售商,也期盼能够借助电商在中国快速发展攻城掠地。美国亚马逊去年在上海自由贸易区设立了仓库,除了自身的中文网站外,亚马逊在天猫商城开设了店铺。另外,美国连锁零售商好市多也在天猫上开了店;eBay与京东商城合作销售进口商品;日本电子商业街“乐天市场”也开设了中文购物网站,并支持中国



银行卡和支付宝付款。

此前,加拿大驻华大使赵朴在出席京东与加拿大合作签约时说:“国外商家

现在明白中国消费者喜欢网购的特点,因此认为与中国电商合作可以更快、更安全、更便宜地打开市场。这也让外商

免去在华运营的一大部分成本。”加拿大牛肉协会董事会成员亚顿表示:“我们在中国的电子商务中看到了未来的趋势,目前加拿大出口到中国的牛肉主要提供给餐厅、食品加工厂和商店,但我相信以后会在线上渠道获得更大销量。”

受益于自贸区的优惠政策,在上海和天津已经出现了销售从自贸区内进口商品的商店。其中海鲜是最受欢迎的产品,往往每天刚开始营业就被抢购一空。上海自贸区不久前也宣布将加快对于区内销售进口商品的海关检查速度。赵朴说:“中国的自贸区是一个促进贸易的好媒介。但现在的问题是很多海外中小企业还不了解自贸区的优势。”为了鼓励跨境电商的发展,中国近期推出了一系列针对跨境电商退税、加快关检、削减关税的政策。

不过,与其他商品不同,监管机构对于生鲜食品的进出口更为审慎,特别是食品安全问题。京东集团副总裁冯轶表示,与政府签订合作协议的初衷之一就是为降低这类风险,通过政府推荐优质商家和供货商,保证食品安全质量,同时也提升了整个供应链的透明度。

(新华网)

零售业转型发展 实现精准化营销



2014年中国零售百强销售规模达到33741.0亿元(人民币,下同),同比增长26.2%,增速较上年大幅提高6.4个百分点。这是中国商业联合会副会长、中华全国商业信息中心主任王耀近日在第十届中国零售商大会上披露的信息。

随着消费市场结构及增速的放缓,中国的零售行业也进入加速转型期。2014年中国零售百强销售规模达到33741.0亿元,同比增长26.2%,增速较上年大幅提高6.4个百分点。其中网络零售销售规模达到11049.3亿元,同比增速达到110.1%,对百强销售规模增长的贡献达到82.7%,相比网络销售增速的疾速发展,零售百强中实体店销售增速近年连续下滑,2014年同比增速仅为5.6%,对百强销售增长的贡献仅为17.3%。面对前所未有的挑战,实体零售企业应主动调整发展战略,以在不断变化的环境中求得发展。

王耀在会上提出了中国零售业转型发展的四大对策建议,首先要转变思维方式,回归

消费者,回归零售本质。传统零售商,高增长、高利润的时代也已经过去,零售企业未来需要回归零售经营的本质,提升零售经营水平,降低经营成本,为消费者提供更有价值的商品、更合理的价格、更便捷的购买途径、更愉悦的购买过程,才能真正赢得消费者的青睐。其次,顺应移动购物潮流,建立移动购物平台。在大数据时代下,传统零售企业应借助移动互联网,通过智能终端收集消费者购物行为数据,对数据进行分析挖掘,清楚了解顾客的消费观、行为偏好和态度,以便实现精准化营销。第三,重视体验消费和互动,通过“色、声、香、味、触、法”,让消费者在购物、消费过程中对商品认同,获得愉悦感,留下美好记忆,形成好的口碑。“体验消费”不仅是实体店,也是网上购物的发展方向。

最后,传统零售企业需实现转型的目标,改变以往相对粗放的发展模式,坚持走专业化、特色化经营之路是一条成功的捷径。

(中新网)

企业动态

永辉布局全球采购葡萄酒

本报讯 张琪 在牛奶有限公司之后,永辉超市在全球供应链的布局上又多了一个砝码,近日,永辉超市对外宣布,公司与富邑葡萄酒集团正式合作,将从富邑集团直接采购奔富、禾富等品牌葡萄酒,首批订单金额超6000万元人民币。

据了解,去年永辉超市与贵州茅台酒股份有限公司合作,在永辉超市全国门店展示和销售贵州茅台酒、茅台系列酒,受到消费者的欢迎和认可,茅台酒在永辉超市的销售业绩增长近3倍。为此,永辉将以点带面,进一步拓宽全球垂直采购的商品品类。

业内人士分析认为,在目前的零售环境下,专门的生鲜小业态正在崛起,生鲜O2O创业企业也频繁涌现,通过和品牌合作,进行全球直采是永辉培养生鲜之外的第二个竞争力。未来依托牛奶公司在全球采购及供应链方面的优势,有望对接更多垂直品类的全球优质品牌,将海外商品优势嫁接至国内市场。

居然之家 进口食品超市试营业

本报讯 张琪 7月18日,居然之家安康进口食品超市正式试营业。作为居然之家集团公司全资投资兴办的京城首家经营100%纯进口商品超市,一问世就受到了业内外人士的关注。

据了解,安康进口食品超市位于居然之家丽泽店地下二层,整体经营规模一万平米,其中自营区5000平米,外租区5000平米。值得注意的是,自营区所经营的商品为100%纯进口,囊括了来自70多个国家的一万多种商品。超市负责人表示,居然之家集团立志把安康进口食品超市打造成北京规模最大、商品最丰富、配套最齐全、服务最完备的会员制食品超市。

未来,居然之家会员制将超市会员制相关联,会员消费将享受9.5折优惠和定期积分换购等一系列活动。居然之家集团负责人也表示,居然之家秉承“诚信为本,服务为本”的经营理念,在超市运营过程中将自然、新鲜、品质等放在首位,力争在不久的将来把居然之家安康进口食品超市打造成京城又一购物新聚点。