

行业观察

大超市靠生鲜能抵御电商吗

在一号店、京东商城等电商价格战的猛烈攻势之下,越来越多的人习惯于在网上购买生活必需品,价格便宜而且送货回家的电商,无形中改变了很多人的消费习惯,也改变了传统超市、大卖场的生存环境。不过,在业内人士看来,大型商超的生存空间仍在,与电商相比,其最大的生存优势就是生鲜食品。

大超市生存面临挑战

自去年以来,超市、便利店的关店力度丝毫不逊于百货业,沃尔玛、家乐福、卜蜂莲花、乐购……这些曾经雄霸一方的零售霸主都主动或被动关闭门店。不断传出关店消息的沃尔玛计划关闭30%的中国门店,卜蜂莲花已相继关闭了上海天山店和北京望京店;全球三大零售商之一的TESCO乐购索性将其在中国的业务打包出售给华润万家,这其中包括135家门店及19家购物商场。面对零售业大环境的萧条,华润方面也没有更好的办法挽救颓势,华润整合乐购的方法就是不断关闭及出售亏损店面。而起源于深圳的连锁商业集团人人乐在2014年关闭18家门店,关店理由为“进一步减轻亏损门店给公司带来的经营压力”。

业内人士指出,在租金成本、人力成本不断攀升的背景



下,大型商超的运营成本也随之逐渐升高,而外资超市对华市场变化和反应速度比本土超市迟缓,租金优势不再也导致外资超市成为关店的先锋。有业内人士指出,外资超市因为有政策优惠所以扩张得比较强势,但快速扩张也埋下了隐患,比如家乐福就是选址不够谨慎,沃尔玛则是收购上不够谨慎。

大型超市“互联网+”初体验

对大型超市而言,在电商的冲击下,其生存空间依然存在。人人乐董事长何金明指出,电商带来的冲击是普遍的、持续深入的,接下来这种冲击会蔓延到省

会级城市和三四线城市,甚至部分县城的大卖场也会感受到电商业带来的寒潮。除了外部冲击,传统大卖场还面临着高租金、高人工、高能耗、高折旧压力的挑战。不过,电商的持续发展也会遇到缺乏线下优势支撑的问题。

随着电商发力线下,其经营成本、经营管理的瓶颈也会显现出来。传统零售商转型过程中同样也不仅仅只有劣势,生鲜食品经营将是线下零售企业的经营优势。在香颂资本执行董事沈萌看来,可以满足家庭生活需求的商超比百货业有更大生存的几率,与电商相比,传统商超大卖场的优势是冷链

物流,应该将其优势最大限度发挥出来。

今年以来,各大商超卖场都在进行轰轰烈烈的“互联网+”活动,不过商超卖场的“互联网+”之路依然十分漫长。沈萌指出,大多数商超、大卖场的“互联网+”,仍然停留在支付阶段,并没有深入到零售模式的环节,借助互联网等工具在改良零售现有的业态,并没有改造和颠覆现有的业态。

便利店才是O2O理想载体

电子商务的迅猛发展也使得便利店的生存状况每况愈下,靠不断收缩来应对挑战。

和其他的零售业态一样,便利店的转型同样势在必行。由于大多分布在居民区,更贴近消费者,“小而美”的便利店比百货更容易转型。“便利店才是O2O最理想的载体”,沈萌指出,便利店未来更容易跟电商达成合作,以后变成其落地的网点,从一个销售终端变成O2O的线下一端。和大型商超、卖场相比,“船小好调头”无疑是便利店的优势。

■链接

社区O2O平台也来分杯羹

在O2O浪潮下,爱鲜蜂这

家向用户提供一小时内的配送和零售服务的社区O2O电商平台,仅用了一年的时间便脱颖而出,充分显示出社区O2O的巨大前景。爱鲜蜂定位为“掌上一小时速达便利店”,主打“新鲜美食,闪电送达”。在爱鲜蜂移动端,定位平价的水果是一个重要的品类,除此之外,各式海产鲜食,各类酒水饮料,各地特色卤味,以及每季热品如麻辣小龙虾、哈根达斯、星巴克等明星产品也应有尽有。

之所以能在众多O2O平台中脱颖而出得益于爱鲜蜂独特的众包微物流模式。他们会提前将众多货品配送到众多社区的小店里面,再由每个小店送货上门,解决最后一公里。在保鲜策略上,他们通过数据分析小店附近的客流与受众,按需分配商品给不同的社区小店。每个社区小店本身具备冷藏条件,短时间内的生鲜制品不易受到腐败变质的威胁。

社区O2O电商平台的火爆一方面盘活了不起眼的社区小店,一方面则给了传统连锁便利店更大的压力,蛋糕被分食的传统连锁便利店只有两条路,要么自己加快O2O进程,要么借助合作伙伴的力量快速切入O2O领域。

(北京晨报)

■ 企业资讯

永辉超市引入京东 布局全渠道

本报讯 张琪 近日,永辉超市宣布与京东达成战略合作,京东以超42亿元人民币入股永辉。永辉超市表示,通过此次合作,其将在采购、O2O、金融、信息技术等方面,双方拟构建互为优先、互惠共赢的战略合作模式。

谈及本次引入京东的资金用途,永辉超市表示,主要将用于继续扩张门店、完善物流配送中心建设、发展冷链系统、拓展O2O业务,快速扩大业务规模,通过食品加工和现代农业相结合的商贸流通优势进一步推动农业产业

化进程。与京东的合作是永辉超市计划进一步开拓O2O线上线下业务之举,京东对于商业线下资源的布局也很看重,而永辉超市则可以借力京东进行线上布局,而这是目前零售商转型应对电商冲击的主要方式。

物美进军会员制超市

本报讯 大卖场业态越发没落的同时,会员超市成为超市大佬的新目标,近日,物美旗下高端会员制超市尚佳会员店开业。物美商业董事长蒙进暹向记者表示,第一家尚佳会员店主要是用来学习的,对于盈利和销售没有

特别苛求。据介绍,与普通卖场选址不同,会员店商圈覆盖范围更大。在商品品类方面,尚佳会员店精选4000个单品,主要是国内高端品牌和进口品牌,进口商品大概20%左右,计划半年后达到30%以上,目前

进口品牌以食品为主,还有饮料、家居等商品。在蒙进暹看来,市场上的商品丰富,挑选并不是特别困难,但随着经营的展开,商品也会随着更新换代,逐渐优化培育出来最符合顾客定位的商品。(北京商报)



本报讯 张琪 北京知名连锁便利店好邻居近日宣布将自建移动商城好邻居“欢乐购”,“欢乐购”除了在移动端提供门店商品外,最大的特点是支持用户到店自提。

据了解,“欢乐购”将在线提供部分生鲜水果及折扣商品、热销商品。好邻居副总裁毕震表示,做在线平台,依然是在尝试O2O的路径如何走是对的。此前好

邻居也曾尝试过做类似的平台,但并不理想,“欢乐购”算是重头再来的新探索。

据介绍,关于欢乐购,除了产品本身之外,有两点特别需要注意:一是适配微信端的商城系统是邻居自行开发的,二是即使是在线平台,好邻居暂时也没有打算突破地域界限,目前只做北京地区,并只支持到店自取商品。

好邻居建移动商城支持到店自取