

便利店为何会成为未来零售业新宠

近几年,便利店很火,开店速度也非常快,到底是什么缘由让这么小的店铺,迅速占领了实体零售的半壁江山?

便利性

便利店涵盖了消费者越来越随意、个性的消费习惯。店内商品几乎都是日常随时都有可能需要的,消费者只需要走几步就能找到所需商品,方便快捷。大概不会有人需要一包纸巾或者一片面包再跑到大卖场去吧? 随着时代的变化,中国消费者对便利性的要求越来越高,以解决应急性、便利性为宗旨的便利店也就更加具有旺盛的生命力。

全方位服务

服务员看到顾客前来,顺手将门打开,然后温馨的问候,让消费者轻松地购物,有的便利店还配上舒缓的音乐。消费者可购买到玉米、茶叶蛋、烤肠、蛋挞等各种即食性商品,玉米和蛋挞的销量特别好,收银台处还有一个简单的放包处,方便顾客结账。店内有专门用来购买火车票、飞机票、收缴水电费等便民的服务项目,店铺外摆放着一个自助快速充电站,只要投币就可以为电动车和手机充

电。如果渴了还有免费的开水,饮料也有热饮与冷饮之分。购买便当或者需要加热的食品,便利店的员工会使用微波炉帮顾客加热……不得不承认,对于“便利”二字的理解如果还仅仅停留在“贩卖商品”的层次,未免太肤浅。

选址灵活

真正意义上的便利店“个头”都不大,面积几乎都在80平米左右,不管是交通枢纽地段,还是商厦内部;不管是社区门口,还是校园医院旁。只要是人流量大、能驻扎的地方,就会有便利店安身立命之处。记得有专家这样形容过便利店:它就像蚂蚁一样,以微小的体积却能遍布到生活的每个角落。在选址上,便利店确实要灵活很多,只要能落脚,就会深扎根。

创新速度快

作为便利店老大的7-11在商品差异化经营中特别明显,有些个性化商品只有在7-11才能买到,其他地方还真找不到。还有一些商品带有特色性标识,消费者从商品的外观就能一眼识别出是哪一家的商品。店内商品更新较快,如不符合消费者消费习惯,立马撤架,换另一种或



者另一品牌的其他商品。

考究的装修风格

不论到哪家便利店,整个装修风格都让消费者耳目一新,特别舒服。包括LED灯灯光、壁纸、货架、宣传促销海报的设计等等,不管是日式简约风格,还是

欧式特色,亦或是本地风格,都给顾客营造一种扑面而来的温暖舒适感。改革易调整。便利店目标人群虽没有特定指向,但是相比较而言年轻人群居多。但是接近社区型便利店就能够很快地做出调整以适应老龄顾客群的需求,推出免费送货上门服务。

(新华网)

■ 商超资讯

华润万家计划新开7家blt超市

本报讯 王晓梦 近日,华润万家公司称今年将在全国新开7家blt超市。这是记者从中国连锁经营协会获悉的。

据了解,作为华润万家旗下的超市品牌blt创立于2009年,由华润万家企业理念“Better Life Together”的首个字母组成,分布在北京、上海、深圳、天津、成都、中山、西安、杭州等地,其中深圳有3家blt生鲜食品超市。

不久前,华润万家旗下第二代blt生鲜食品超市在深圳某购物中心亮相。第二代blt生鲜超市优选了国产知名品牌商品,如肉类、水产、果蔬、面包、冷冻速食及低温奶制品等。引进了谷物饲养、口感独特的海南定安黑猪、精气神黑山猪等小产区冷鲜猪肉,为满足不同烹饪要求,进行了不同部位的切割和腌制,营造厨房氛围,并采用保鲜的氮气包装,回家稍加清洗即可烹饪。蔬菜方面,更注重新鲜、时令和无公害,现场还增加预包装配菜,通过专业的搭配,使饮食营养更全面。

苏果 1500 家店 全面开通微信支付

本报讯 王晓梦 苏果超市日前宣布,苏果在苏皖鄂1500家大小业态门店全线开通微信支付,给市民又提供了一个快捷支付的新选择。

据悉,不用刷卡,不用付现,更不需要签字,只要让收银员拿着扫码枪对准微信付款码扫一下,就轻松完成支付,全程仅需几秒钟。这就是移动支付带给人们的新体验。此次苏果旗下1500家门店,包括大型购物广场、社区店、标超店、便利店都将一同上线微信支付,进一步加强、完善实体店移动支付的战略布局。

据了解,苏果与微信支付的合作并不仅限于支付环节,双方还共同搭建智慧超市模型,利用微信公众号将会员系统搬到微信上,搭建起高效的会员管理体系。市民可以通过微信平台轻松注册成为苏果会员,与企业实时互动。

业内人士指出,对于传统实体零售来说,移动支付不仅仅是一种支付手段,更是向“互联网+”转型的必要手段,此次苏果接入微信支付,打造智慧零售O2O全流程体验,也必将进一步加快消费者转换消费方式及支付习惯。

■ 行业动态

跨境商品在国内接受度提升

1月份,广东省商务厅试点的跨境电子商务圣全球购在广州某广场举办“2016羊城洋货节”,万余种跨境商品齐刷刷亮相,其中一元全球购遭街坊排队抢购,澳洲牛肉、德国啤酒、比利时糖果等商品成抢手洋年货。

同时,记者从各大超市了解到,跨境商品是今年最大的亮点之一。据沃尔玛介绍,今年丹麦曲奇等单品预期销量比去年增长35%。百佳超市称,为满足消费者偏好,今年货架上也新增了德国饼干、比利时巧克力、阿根廷红虾、加拿大龙虾、智利紫贻贝等进口货品。

跨境电商市场被看好

某百货公司相关负责人透露,目前诸多政策均支持跨境电商的发展,这一业态尚处于积累客户的阶段,公司在发展跨境电商方面做好了较长一段时间亏本的心理准备,希望能够分得一杯羹。摩登百货副总经理骆建基也坦言看好跨境电商的市场潜力,虽然当前商品种类有限,但他相信随着市场需求的不断增加,跨境商品品类也会不断丰富起来。

一些跨境商品直购体验中心人气较旺,很多店的收银台前都排起了长队。不少体验店设置了年货区,由饼干、红酒、巧克力等食品组合而成的礼物篮颇受欢迎,价格在100多元~300多元之间。

随着跨境电商概念的普及,市民对产品的接受度在提升,而通过老顾客的口碑传播可不断吸引新顾客前来。记者发现,同一商品各商



家定价不统一的问题还是存在。主营日化类产品的店相对比较冷清,经营食品的商家生意较好。

传统零售商提高直采比例

跨境电商开始兴起,而传统零售商则加强直采渠道。由于今年跨境电商的政策逐步完善,零售商直接采购的比例上升,这在一定程度上降低了进口商品的价格,促进了商品的销量。据了解,2015年,沃尔玛直接进口商品销售较2014年翻了一番,目前4000多个进口商品,有500多个是来自于直接进口。

与此同时,据沃尔玛介绍,今年中小企业集中采购的比例也有所增加。以往可能经销商团购更多,但因为超市加大直采比例,所以超市不再比渠道商贵。

(联商网)