

社区便利商业成商家争抢之“地”

在快节奏生活中,要赢得消费者青睐,就要增加便利消费,加速促成购买行为。新发地扩张社区店、国安社区线下开百店、京东到家结盟生鲜超市。在新消费趋势下,无论传统零售、电商,亦或是资本巨头,都想在社区便利商业中分得一杯羹。

新发地送菜上门

新发地正在努力拉近与消费者之间的距离。今年1月,在丰台区马家堡角门北路新开了一家新发地菜篮子直营店,自从这家社区菜店开业后,每日的客流量与日俱增。不仅是因为它距离社区居民的位置更近,同时也是因为它提供更多元的便民服务。

杜师傅是这家菜店的工作人员之一,他告诉记者,菜店每天早上6点开门,一直营业到晚上10点,营业时间较一般菜市场 and 超市都要长。此外,他的工作除了整理货架之外,还包括为消费者送菜上门。

记者在走访门店时注意到,这家菜店内的消费者以年龄偏大的人群居多。其中,一名年岁较高的消费者在结完账后向收银员提出帮忙配送的需求,一两分钟后便有菜店工作人员过来帮忙拎菜篮。另有消费者表示,从这家菜店开业后就经常来这里买菜,除了离家近之外,这里到月末、节假日的时候还会有促销活动,现在卖4.58元/斤的小富士苹果,在促销时候可能会便宜一半。

据了解,这家社区菜店是新发地布局社区便民服务项目之一,承接单位是北京志广富庶农产品有限公司。志广富庶信

息化部门经理张琦表示,目前企业的APP已经上线了商家端,可以让店内的菜品实时补货,而面向消费者的APP将于4月上线,届时消费者不仅可以借此享受送菜上门服务,同时菜店还可以满足消费者代收快递、交水电费等其他便民服务需求。

京东到家加码生鲜

猕猴桃要吃新西兰的“黄金果”,车厘子要选产自智利的宾莹,牛油果爱挑墨西哥的“绿巨人”,生鲜电商的出现充分开启了吃货们的味蕾。随着网购成为不少消费者购买新鲜果蔬的常用渠道之一,对于电商企业来说,也愈发重视提升消费者的网购体验。

今年1月,京东到家关闭了上门服务入口,并表示将专注服务超市生鲜品类。而就在不久前,京东到家推出了包括生鲜产品在内的“7天无理由退货”保障,成为了O2O行业中首个将可退商品范围扩展到生鲜商品的平台。这也是它继超市生鲜等商品“1小时送到”及“超时赔付”后推出的又一项消费信心保障服务。

在消费者网购生鲜的过程中,一方面在意的是平台上可选购的商品品类和价格,同时也更在意收货的速度以及所收到生鲜的完好度。为此,京东到家通过加深与沃尔玛的合作满足消费者的需求。据了解,目前登陆京东到家平台的沃尔玛商品达到1200多个,包括300种生鲜商品、食品干货、母婴商品等品类。沃尔玛中国大卖场电子商务副总裁博骏贤表示,“沃尔玛预计今年年底前接入京东到家平



台的沃尔玛门店将达到180多家,覆盖全国20多个城市”。

京东到家方面表示,与沃尔玛联手,包括推出线上生鲜“7天包退”等服务,既是通过平台支持使沃尔玛将服务能力从线下拓展到线上,也能让消费者享受到线上线下相同标准的服务。

国安社区“线下落子”

尽管电商分流传统零售业绩,但实体店依然坚守传统零售的优势。

据了解,国安已在北京街道、社区运营上百家门店。而在

今年,国安社区将达到运营门店200家,同时在上海、深圳等一线城市也有国安社区实体店的身影。

国安社区CEO赵晨希表示,实体店投入是固定成本,但以此为基础,更有利于与居民建立诚信联系,利于长久发展。此外,社区服务商业通过实体店优势,与居民建立“信任”联系,同时与后台技术结合,实现大数据积累。自去年10月,国安社区品牌正式发布以来,平台的销售额呈逐月上升趋势。

有业内人士表示,消费者在“自取”过程中可以提供增值服

务,在购买商品时,为培养“回头客”提供了可行空间。以食品、服装等商品为例,实体店具有产品可验的切身体验机会,打消消费者对质量安全的顾虑。

除商品零售之外,国安社区还推出社区健康养老、休闲旅游等综合服务。北商研究院特邀研究员、北京商业经济学会常务副会长赖阳认为,未来消费趋势应当是零时差、零距离、零环节。社区商业应当形成连锁、全产业链的规模,并实现资源的共享、整合,既能实体购物,还能送货上门的线上线下结合发展。

(北京商报网)

商超资讯

沃尔玛发布最新财报

本报讯 日前,沃尔玛中国在珠海召开的2017年新年准备会上宣布,去年11月至今年1月总销售额增长5.4%,可比销售额增长2.3%,可比客单价增长5.2%。此前,沃尔玛发布的最新财报显示,去年2月至今年1月其营收达到4859亿美元,剔除汇率的影响,为4969亿美元,比上一财年增长3.1%。

“2016年是沃尔玛中国近5年来业绩表现最好的一年,2017年沃尔玛

继续深耕中国市场的决心不变。”沃尔玛亚洲及中国总裁兼首席执行官岳明德表示,上海第二家山姆会员商店目前也在积极洽谈之中,预计将选址在浦西。

和沃尔玛中国一样,外资零售业巨头看好、进入、扎根中国市场的决心依然十分坚定。中国最大的商业中心城市上海更被外资零售商看好。家乐福中国、麦德龙中国此前先后宣布,将以上海市场为“试验田”和“始发站”,

大力推进聚焦都市白领需求的便利业态的发展。就在最近,家乐福中国在上海注册了家乐福(中国)超市投资有限公司,专注于便利品牌“Easy家乐福”的发展。

上海市商务委主任尚玉英在接受采访时说,上海已经将建设国际消费城市写入了《“十三五”规划纲要》,该市将聚焦“情调消费、品质生活、水准服务”等关键词展开新一轮的消费升级。

盒马鲜生十里堡店3月31开业

在上海实验了一年多,开了8家店之后,阿里旗下的实体零售店宣告开进北京。去年11月,北京华堂十里堡店关闭不久后,就传出这里将迎来盒马鲜生在北京的第一家门店,不足半年,传言已经变现实。

记者走访盒马首店时发现,盒马鲜生线上业务于日前正式运营,盒马

鲜生所在的新城市广场购物中心外立面打着巨幅盒马广告,并引导消费者下载APP注册成为会员。盒马所在的地下一层目前仍在装修无法进入,入口装修的围挡也未撤掉,但盒马鲜生的配送员已经开始进进出出进行线上订单的配送了。

盒马鲜生的APP上显示,十里堡

店将于3月31日正式开业。线上已经开业接受订单,包括盒马外卖和盒马生鲜两类业务。

目前生鲜配送最快的当属京东到家,标榜1小时配送,虽然盒马目前的配送只限于周围5公里,但可以30~45分钟送达。这比京东到家的配送更快。(联商网)

旺旺集团去年总营收197.1亿元

本报讯 3月14日,旺旺集团发布2016年业绩报告,其2016年总营收为197.1亿元人民币,较2015年减少7.9%。值得注意的是,旺旺集团的旺仔牛奶、旺仔小馒头等王牌产品均出现了明显下滑。

报告显示,旺旺集团营收主要为米果类产品、乳品饮料、休闲食品、酒类等四大业务。较去年同期相比,仅有米果类产品增收4.6%,其余乳品饮料、休闲食品、酒类均出现明显下滑。如乳品饮料营收为92.98亿元,较2015年下滑13.4%;休闲食品营收为49.14亿元,较2015年下滑8.6%。其中,占乳品及饮料类收益约90%的“旺仔牛奶”收益84.779亿人民币,较2015年衰退12%。而休闲食品类的王牌产品“旺仔小馒头”,也在2016年上半年呈现了双位数衰退。

旺旺集团表示,2016年消费者需求向常温酸奶等新细分领域转移,中国儿童风味乳类收益整体下挫,因此也导致“旺仔牛奶”收入受到影响。高毛利率的小馒头产品则受低价的仿冒产品干扰,在2016年上半年出现双位数下滑。