

“生鲜超市”成为“新零售”布局重点

近年来零售行业内已发生多起线上线下相互持股、战略合作的案例。亚马逊拟收购全食超市,阿里巴巴与苏宁、京东与永辉等多起入股事件,都与线上线下融合“新零售”业态有关。今年下半年“生鲜超市”的结构性变化及增长,将成为电商继续分流线下生鲜产业的延续,迅速抢占三四五线城市的区域份额,将成为“新零售”业态布局中的重点,实体商超与电商巨头的“联姻故事”也将愈演愈烈。

新零售争抢布局“生鲜超市”

日前,北京市十二次党代会主题报告中指出:充分依靠群众,坚决拆除违法建设,整治“开墙打洞”全面加强背街小巷整治提升,深化老旧小区综合整治,创新管理制度和长效机制。办好群众家门口的事情,实现“一刻钟社区服务圈”全覆盖。运用现代信息化技术推进智慧管理和智慧服务,深化网格化管理,建设智慧城市。

由此可见,线上线下融合的新零售是大势所趋,无论是依托巨头力量还是独立发展,提升自身运营效率是其核心竞争力。农贸市场转向超市,电商具备了完善的消费场景,需求市场也提高了消费品质。从而在两个维度上升级了消费行为。记者在走访多方业态后发现,“生鲜超市”领



域已打响线上线下融合第一战。除超市外的果蔬供应链也成为下半年“新零售”发展重点,针对今年政策支持国企混改的延伸,估值低、改革预期强、空间变革大的公司,都将成为“新零售”投资市场的关注。

线上流量有利于门店前端营收增长

当下的北京实体商超在定价权问题上仍免不了被电商经济冲击。零售业内也势必会造成内耗现象。若能加速拓展线上业务,融合线上线下搭建平台,获取线上流量可谓避险手段之一。这样不仅有利于门店前端营收增长;同时也可加速布局线下零售。预估流量及供应链价值,将有机会增值市场份额。

针对市场,行业分化投资机构认为,永辉超市、家家悦、中百集团、步步高具备流量入口价值的

线下零售企业将凸显其线下价值。实体店面仍占据市场高位,结合线下流量入口也将成未来持续发展方向。

“简单的B2C生鲜电商模式可以说是失败的。”线上线下30多年经验的侯毅先生表示,生鲜电商主要面临几个问题直至今日都未得到解决。

一是商品损耗居高不下,冷链问题解决不了。二是难以建立消费者对商品品质的认知。三是如何提升客单价问题?这就导致商品品类越做越高端,关系老百姓民生问题的商品越来越少。品类的缺失导致无法满足消费者一日三餐的需求。纯粹的Shopping mall不难,但想跨进生鲜领域是一大难题。生鲜产品单价低,利润低,损耗高。单维度切入市场风险极高。

现代生活强调的是要多少,买多少,不关注客单件,而更关注消费频率。高频率购物需求将取代一次购买量的积累。传统卖场做

生鲜,运营成本对比电商高很多。线下单纯做APP的电商却没有流量。只有通过线上、线下联动,对标单纯的线上、线下,发挥零售优势。

阿里系生鲜超市稳布局速开店

“传统大卖场的动线与体验融合度并不是很好,高毛利商品放到最里面,靠服装、日用百货来强制消费的陈列方式已过时。”侯毅先生分析说。随着当代年轻人消费行为习惯的改变,完全颠覆了原本商业的定位理论。通过市场需求变化也慢慢了解到,客单价理论并非越多越好。过度强调客单价,会让消费者购买过量的生鲜商品,囤积在冰箱里的浪费几率极高。

传统电商运营生鲜面临着保质期太短对新鲜度的极高要求,配送耗材损耗高等问题。未来的社区商业综合体应该是以生鲜超市为主,中国的社区缺乏生鲜超市,对于一日三餐刚需的有效供应尤为重要。消费者对于商品的认知,需要通过体验来完成。面对传统电商的缺口问题,超市和电商的优势特点结合,便可解决消费场景及相关配送环节。目前生鲜电商面临的重大问题就是运营成本难以下降。

亚马逊拟收购全食超市弥补线上红利

尽管电子商务在过去几

年飞速发展,但是单纯线上模式的增长在未来将难以为继。电子商务有着不可弥补的短板,尤其是超市业态方面,亚马逊清楚地知道,社区超市的方便快捷是电子商务始终不能及的。近年来亚马逊一直在推广其网上食品销售业务,视其为新增长点,但效果不佳。6月16日,美国最大的电商平台亚马逊公司宣布以每股42美元的现金交易收购全美最大的天然和有机食品连锁零售商:全食食品超市(包括其净负债)交易价值为137亿美元。

此次,亚马逊收购全食超市旨在透过其遍布全美的线下门店,以及生鲜快消品上的优势,向线下寻找来客增量,从而弥补自身的短板。此举是亚马逊拓展线下业务和实体零售渠道的一个重要步骤,并将对美国零售业产生重要影响。

全食超市创立于1978年,目前已是全美最大天然食品和有机食品零售商,全职雇员9万左右,全球直营门店400余家。随着零售行业持续低迷,近几年实体店铺业绩下滑严重,甚至迎来了开新店带来的业绩增长的普遍现象,上市公司纷纷开始寻求变革。在消费升级的当下,零售业线下同质化明显、缺乏核心竞争力。全食这个超级生鲜大卖场也没能逆转这个不利局面,出售也成为不得已却又必须去实施的行为。

(新华网)

商超资讯

上半年我国零售业发展呈现四个特点

7月3日,从商务部网站获悉,商务部流通业发展司负责人就2017年上半年我国零售业发展介绍相关情况。今年以来,我国经济稳中向好,居民收入稳定增长,各地积极落实《国务院办公厅关于推动实体零售创新转型的意见》,零售业发展呈现良好势头,销售增速加快,经营效益提升,企业创新转型持续深入。

该负责人指出,2017年上半年我国零售业发展呈现四个特点。

一是行业销售增长提速。2300家典型零售企业销售额同比增长4.1%,增速比上年同期加快3.3个百分点。其中,二季度销售额同比增长4.7%,环比加快1.2个百分点。

二是企业盈利能力增强。零售企业营业利润和利润总额同比分别增长7.6%和6.6%,较去年同期分别提高7.8和14.3个百分点,回暖态势凸显。主营业务收入增速比成本增速高2.1个百分点,分别为5.3%和3.2%,降本增效取得

一定成效。

三是实体业态普遍好转。专卖店、专业店、超市、大型超市、百货店销售额同比分别增长8.8%、5.7%、3.6%、3.4%、1.2%,增速同比分别加快9.0、5.1、2.7、2.6和1.1个百分点。便利店增速同比放缓0.9个百分点,但依然达到7.2%。

四是企业开店意愿增强。零售企业积极制定开店计划,同时兼顾老店改造,大力推行“实体+互联网”融合发展模式。苏宁云商计划开设1000家直营店和100家云店;家家悦计划新开门店73家,改造门店116处。

该负责人谈到,2017年上半年我国零售企业创新转型主要聚焦三个方面。

一是线上线下深度融合成常态。实体零售与网络电商逐步从独立、对抗向融合协作、优势互补、实现共赢的发展方向。例如阿里巴巴、京东等通过入股传统零售企业、筹建线下实体店等形式融合发展。

二是多业态跨界发展成主流。零

售企业围绕多样化、个性化的消费需求朝多业态、多领域聚合式、协同化方向转型。如大商股份、永辉等积极尝试在零售基础上多元化涉足餐饮、娱乐等生活服务业态,积极适应消费者需求,提高商圈匹配度。

三是信息化技术驱动占主导。大数据、物联网、人脸识别、移动支付等信息技术日趋成熟,为企业创新升级提供技术支撑。例如物美“自由购”、高智能无人便利店等新兴技术应用,越来越多的企业尝试利用大数据技术对用户的消费习惯进行画像,以需求为导向,实现精准营销。

该负责人表示,随着供给侧结构性改革持续推进和全球经济逐步复苏,零售行业发展的宏观经济环境将继续稳中向好。零售企业在新消费需求引领下,积极推进新技术、新模式探索,发展多元化、全渠道经营,进一步降成本、提效率、优服务,将创新转型继续走向深入。

(联商网)

本来生活首家线下店落户成都

本报讯 本来生活首家线下旗舰店于7月7日开业。该店位于成都天府新区铁像寺水街,经营面积2500平方米,有5000种SKU,包含自有品牌,同时覆盖本来生活B2C电商平台的大部分SKU。

值得一提的是,本来生活首家线下旗舰店采用“线上+线下、餐饮+超市”模式,其经营模式与盒马鲜生极为相似。

据了解,该旗舰店将打通线上线下渠道,消费者可通过本来生活APP下单购买旗舰店中的商品,并支持自助收银,手机扫码即可结算;而且有厨师现场加工食材,可现买现吃;此外还设立专门的活动休闲区等。

据悉,本来生活隶属于北京本来工坊科技有限公司,创立于2012年,主营优质食品配送。2013年在华北、华东、华南等22个城市设立分站,将生鲜配送业务随自建的冷链物流抢鲜直达北京、上海、广州、杭州、南京等全国22个城市。