

传统零售业试水新业态

“双十一”在即,年度电商之战即将打响。线上的竞争日益激烈,传统零售商也在不断探索线下店的正确打开方式。

阿里巴巴“盒马鲜生”就是被大家看好的新零售业态之一。今年,永辉、新华都、世纪联华等传统商超,也纷纷推出了“超市+餐饮”新业态门店。

福州温泉公园“超级物种”,是永辉“超级物种”开的第一家门店,目前在福州已经有5家门店。

这家“超级物种”装潢上也延续了永辉精标店的风格,以原木为主,时尚简约,一改超市卖场的平民感,整体氛围很好。店里周边一圈是加工制作的工坊,配备了后厨和大厨,顾客可以先挑自己喜欢的商品,称重后排队取号。

“我们的定位是以年轻人为主。”超级物种战略合伙人林创研介绍说,“最大的特色是会随着进驻的城市消费水平不同,商圈顾客需求的不同,各个物种自由变化、自行组合而形成最适合当地该商圈的工坊。”

“目前,福州超级物种的每个门店日营业额可达20万元,每月销售额在600万~700万元。截至10月13日,超级物种已在福州、厦门、深圳、南京、北京等城市开业12家,计划2017年底

前开24家。”林创研说。

跨界集合业态蔚然成风

如今“盒马鲜生”已经开了13家线下店,其创新模式在于充分打通了线上线下,门店既是体验店也是库存的前置仓,店内搭配300平方米合流区、智能传送带等物流技术,有效提高用户体验。

“超级物种”与阿里投资的“盒马鲜生”有些异曲同工。林创研称:“不介意大家去比较,不管是超级物种还是盒马鲜生,都在探索新零售,都在整合全球最优的商品以满足用户的需求,二者在做同样的事,方向一样,用户一样。”

当前零售企业都在探索新零售,类似的跨界集合业态这两年越来越多,比如,有咖啡馆与书店、文创产品集合在一起的“猫的天空之城咖啡”等。到底哪条路才是正确,其实大家都在尝试之中。

今年5月,新华都“海物会”也在福州五四路高调亮相,这是新华都与新界餐饮合作打造的跨界新业态。与“超级物种”和“盒马鲜生”的“超市+餐饮”模式不同,“海物会”把海鲜餐饮作为经营的重头戏,以餐饮为主,售卖食材为辅。记者在现场看到,



食材区就像水族馆一般,500平方米的海鲜池从外观上看像重叠远航的两艘巨轮,整个海鲜池总计由40个大小各异的鱼缸组成,消费者自选鲜活海鲜。

“海物会打破传统商业模式,以餐饮为主,售卖绿色无公害品质食材为辅的‘餐饮+超市’业态,打造海鲜集市、美食集市、主题餐饮、超市、空间美学于一体的全新商业模式。”“海物会”负责人王勇介绍说,“海物会”定位成新华都创新小业态餐饮孵化器,将根据消费受众的需求,组合、调配出可以独立开店的新业态,也可和新华都大卖场、百货、购物中心等业态组合发展,是能对后者起到“引流效应”的

新零售业态。

线上线下融合加速

专家分析,在大量涌现的新业态、新模式中,与以往不同的是线上线下开始出现加速融合的迹象,线下企业借助互联网实现与线上的打通。比如,3公里配送到家的“盒马鲜生”,解决“最后一公里”的社区门店等都是线上线下打通的O2O模式。

零售行业已经不再是看店里有没有顾客正在消费,因为用户不仅仅在线下门店消费,也同时正在线上进行消费。林创研介绍,“超级物种”线上线下的业绩各占一半,借助“超级

物种”的消费体验,通过永辉生活APP将线下消费者引流至线上,实现线上业绩释放,每个门店配备10~15名骑手,对顾客的网上订单进行及时处理,最快30分钟送达。

业内人士分析,线下往线上走面临的困难,不亚于线上到线下,仍是围绕着“如何将人吸引到门店”这种线下消费场景所进行的,做线上配送,也是一种顺应消费者需求的服务。

不管是“盒马鲜生”还是“超级物种”“海物会”等新业态,这些创新的生鲜超市究竟能否打败传统商超,引领零售业的新风尚,还有待市场的验证。

(联商网)

永辉前三季度净利大涨超7成

本报讯 近日,永辉超市发布2017年三季度报,报告期内,公司实现营业收入433.08亿元,同比增加17.00%;归属于上市公司股东的净利润13.92亿元,同比增加70.74%。

永辉表示,业绩增长主要是基于上半年较大的净利增幅。得益于加快门店的扩展,优化门店品类管理,以及合理利用闲置募集资金,永辉上半年实现营业收入283.17亿元,同比增长15.49%;归属于

上市公司股东的净利润10.55亿元,同比增长57.57%。分地区来看,除东北大区外,其余6个大区主营收入均实现正增长,其中华东地区更是高达45.06%。

报告期内,公司在吉林、北京、河北、河南、湖北、江苏、浙江、安徽、福建、广东、贵州、四川、陕西等区域新开88家门店(包含超级物种店4家、生活店51家);同时在吉林关店1家,重庆关店(均为优选店)2

家。此外,公司在黑龙江、北京、湖北、河南、江苏、浙江、江西、福建、山西、四川、贵州等区域新签约门店133家(包含超级物种店3家、生活店82家)。

截至本季度末,公司已开业门店637家,其中包含超级物种9家、生活店(原会员店)102家。同时已签约未开店项目合计272家,其中包含超级物种店6家、生活店(原会员店)45家。

王府井百货前三季度营收增12.51%

本报讯 日前,王府井百货发布2017三季度报。截至9月30日的前三季度,王府井百货实现营收187.70亿元,同比增长12.51%;归属于上市公司股东的净利润为7.33亿元,同比增长32.76%。王府井表示,主要是营业收入增长带动毛利额增加以及财务费用减少共同影响所致。

报告期内,王府井百货旗下哈尔滨王府井购物中心项目对外营业。

此外,王府井百货与三胞集团南京投资管理有限公司共同出资成立南京景杉品牌管理有限公司(以下简称“景杉公司”),其中王府井百货出资5000万元,持有50%股份。景杉公司主要负责自有品牌开发和买手店的业务拓展,重点通过自主开发并持有自有品牌、取得授权或收购的方式推进品牌及买手店的开发,协助开发或寻找适合王府井集

团零售渠道的自有品牌、外部品牌或品牌中的合适产品开展总代理/总经销业务,并融合线上线下技术与渠道,进行品牌市场推广和营销,满足消费者需求,促进销售。

王府井百货还与广州雄盛宏景投资有限公司共同成立佛山王府井一方城商业管理有限责任公司(以下简称“佛山一方城”),运营佛山王府井购物中心项目。

好邻居被全资收购将开创新型发展模式

近日,XIANLIFE LIMITED(以下简称“鲜生活”)宣布,与绿城物业服务集团有限公司(以下简称“绿城服务”)、上海易果电子商务有限公司(以下简称“易果”)成立的合资公司与摩根士丹利签署交易协议,拟全资收购北京港佳好邻居连锁便利店有限责任公司(以下简称“好邻居”)。

百成资本和腾达资本担任本次交易的财务顾问。据悉,该合资公司收购好邻居的金额为8400万美金,其中鲜生活占股

50%,绿城服务持股35%,易果持股15%。收购后,好邻居现有管理层维持不变,好邻居管理层未来将和新股东共同向好邻居进行增资,加大对业务升级的投入。

据悉,历经三年多的发展,鲜生活实现了从跨境零售O2O到新零售的升级,在供应链资源、线上运营体系以及资本运作等方面积累了较为成熟的经验,如今一脚迈进社区零售的热土。本次交易完成后,鲜生活和现有好邻居团队将快速完成近300家店便利

店零售网络的升级。对于此次交易,好邻居公司总经理陶冶也谈到,好邻居专注服务北京市场15年,旗下及合作伙伴拥有多种细分小业态店型适应各种商圈客户,是全域覆盖面积最广、服务密度最大的社区连锁便利店。“此次合作的四方——绿城服务、鲜生活、易果集团和好邻居,资源互补性极强,未来协同空间巨大,新的好邻居将开创新型面向都市服务的新型便利店网络格局和扩张模式。”(中国连锁经营协会)

商务部近日发布《2017年第三季度中国便利店景气指数报告》显示,受季节性因素影响,今年第三季度,我国便利店总体景气指数为69.25,较前两季度略有回落,体现出从业者在对便利店发展形势保持较强信心的基础上,进一步回归理性。

根据《报告》,第三季度便利店行业景气指数为77.0,门店景气指数为64.1,环比均小幅下降,但仍远高于50.0的荣枯线水平,反映出行业从业者对发展前景依然保持乐观。

《报告》表明,便利店行业管理者对第四季度成本控制信心充足,同时对门店增长、主营业务利润和营商环境的进一步提升表示乐观,但相较于上半年,对第四季度销售额、从业人数的担忧略有增加。门店运营者对服务项目、商品价格的预期环比小幅提高,反映出其对水电、人工费用等问题的担忧有所缓和。店租成本能否进一步降低,仍是门店运营者关注的重点问题。

总体上看,经过上半年的快速发展,同时考虑到季节变换带来的商品结构调整,便利店从业者对于第四季度发展前景依然保有较高水平的信心指数,预期趋于平稳理性,行业整体处于健康向上的发展通道。

商务部：三季度便利店景气指数回落