

新零售下社区便利店升级

9月,经营办公室无人货架和“智能+有人值守”便利店的猩便利在成立数月内完成超1亿元天使轮融资。当轮融资由光速中国创业投资基金领投,美团点评创始人张涛、王兴、叶树蕪、王慧文等也位列投资者阵营。

除此之外,9月,智能便利店品牌“小麦铺”宣布完成了新一轮亿元级别融资,由原清控科创董事长秦君创办的君紫资本战略投资;10月,懒猫社长宣布完成2500万元融资,由同方厚持资本领投。

2017年的前三个季度,动辄过亿元的融资,不仅将无人便利店这个零售新物种带到公众视线中,也让各路从业者纷纷踏入便利店领域,通过资源整合的方式参与到传统便利店这一“市场存量”的改造和升级中。

“便利店和新零售都是资本关注的热点,每周都能看到初创便利店品牌获得大额融资。反倒是些存量的、有一定规模的传统便利店企业,因为缺乏互联网基因而没有受到资本追捧。”鲜生活创始人兼CEO肖欣说。

在从业者看来,以传统线下服务能力见长的存量零售资产一旦被赋予了线上服务能力,所释放出的价值将远高于新近成立的初创零售企业。

新零售时代的流量入口

对于投资机构和初创企业

来说,社区消费具有强刚需、高频次、高粘性的特点,社区便利店作为社区消费的主要场景之一,成为新零售大势下的重要用户流量入口。

“一方面,社区便利店是离消费者的消费场景最近的地方,消费习惯相对稳定并容易养成。另一方面,基于社区的人口,可以综合很多资源,从而成为整合了各种服务的平台。”肖欣告诉记者。

肖欣在2014年创办了跨境电商电商平台鲜生活,公司在2016年3月完成千万美金的A轮融资,由贝塔斯曼和鼎晖领投。鲜生活从2016年开始进行线下零售业态的探索,并在当年年底启动了向便利店模式的转型。

截至2017年10月,公司在北京地区以自营的方式管理着20多家社区便利店;加上合作的方式,在北京地区共计通过50个网点为社区用户提供服务。

“当不需要花钱去买流量时,公司将可以以更优惠的价格为用户提供更优质的产品和服务。这是我们得以更快发展的凭借。”谈到社区便利店作为流量入口的价值,肖欣分析说。他说,公司在北京地区的服务网点到今年年底会增加到约80个,实现北京五环范围内的30分钟配送。进一步的网络升级后,2018年将可能实现15分钟完成配送。

肖欣说:“传统便利店对接互联网时,有几个鸿沟要跨越,

如,库存、运营流程的改变,店员操作逻辑的改变。传统连锁便利店要经历很大的阵痛,才能完成这种改变。”

抢滩传统便利店

新型社区便利店最典型的服务模式是,通过APP运营、物流履约运营以及门店业务运营三个维度,共同实现零售服务的全渠道化运营。

也就是说,新零售化的门店在既往日用品销售的基础上,将承载更多与社区生活相关的功能,最典型的如最后一公里配送问题的解决。

“过去的便利店止于门店销售,新零售出现后,其销售网络延伸到了消费者的手机上。对于门店来说,可以将门店的服务半径扩展到周边1~1.5公里范围内消费者的商品和服务需求。”肖欣分析说。根据肖欣的观察,中国市场上的很多便利店还处在初级发展阶段,供应链效率低、门店老旧、商品对年轻人来说吸引力较小。“这里有一个巨大的市场空间,让我们去创造一个新的、更符合年轻人消费习惯的零售网络。”

除了零售领域的既有企业,也有其他领域的从业者以包括商品展示和销售等功能的社区服务网点为切入口,来提高平台上的用户粘度、进而寻找更多营收来源的可能性。

“BATJ等科技巨头占领了

互联网流量的入口,通过互联网和移动互联网的方式获取用户的成本已经非常高。我们需要打造自己的入口,选择的方式是将公司的智能设备产品作为引流工具。”阿尔发公司董事长邓新文接受采访时说。

2017年10月,这家新三板挂牌企业(阿尔发)发布“安心店”品牌,通过合作的方式选择各个小区的合作伙伴;由社区安心店店长,依托平台提供邻里性质的服务;由平台引进第三方生活服务商,承担手机APP运营、提供用户需求管理在内的IT系统支持。

值得注意的是,安心店的模式,以通过APP平台做第三方服务商的筛选和用户需求的精准匹配为主,联结的是第三方生活服务商和社区居民的需求。

之前,这家企业通过公司自主研发的车闸、门锁、门禁等社区智能设备,已在全国拓展了70余个城市。

重构社区服务

基于社区的新零售服务渠道越来越多,盈利点也越来越密集。注重体验、便捷,垂直细分,这都是未来社区零售业的优势。

随着互联网的快速发展及对传统行业商业模式的重构,在社区场景下,社区业主对社区服务的便捷性及丰富性将提出更高的要求。

10月26日,绿城物业服务集团有限公司(以下简称“绿城服务”)宣布,与垂直一体化生鲜运营平台——上海易果电子商务有限公司(以下简称“易果集团”),达成战略合作:未来,双方将在社区新零售领域展开深度合作,加快推进在社区新零售事业的战略部署,共建社区零售生态的新模式。

绿城服务方面表示,此次联手易果集团,也是基于服务产品与体系迭代需要,进行生活服务转型升级。

邓新文告诉记者,安心店通过平台中的第三方服务商为用户提供衣、食、住、行、用、养老、休闲等多个场景的生活服务。

与这种服务模式相对应,商品零售并不是安心店的收入来源。邓新文告诉记者:“通过这些有温度的社区服务获取社区用户,之后导流到社区服务的提供商。我们可以从这些服务商处获得服务费的分成。”

对于社区消费领域的玩家们来说,整合社区周边的既有服务是要务之一,与房地产开发商、小区物业之间的合作也尤为重要。

“过去开发商那种建好房子就卖的策略要完全转变,现在已经从产品时代进入服务时代。老百姓对居住空间有了更高要求,要配套的服务升级。”中国房地产业协会副秘书长王惠敏在谈到未来房地产发展时表示。(联商网)

东百前三季度营收增长119.44%

本报讯 近日,东百集团发布2017年三季度报告。截至2017年9月30日的前三季度,东百集团实现营业收入26.77亿元,同比增长119.44%;归属于上市公司股东的净利润1.38亿元,同比增长1606.07%。

百货零售业务收入较上期下降22.39%,毛利率较上期减少1.11个百分点,主要是东百东街店、东方东街店三季度闭店重装以及东百元

洪店业态转型影响零售收入减少。

供应链业务收入较上期增长293.71%,主要是供应链于2016年3月成立,上期数据无可比性;毛利率因其行业特点,报告期实现1.09%,低于公司主营业务平均毛利率水平。

房产租赁、物业管理收入较上期增长46.91%,主要是东百元洪店业态转型及兰州国际商贸中心项目新增租赁、物业管理收入。

在零售业务方面,报告期内,福州、厦门地区百货商场、购物中心营业收入8.15亿元,毛利率16.76%。其中,因受东百东街店、东方东街店三季度闭店调整影响,福州地区百货商场主营业务收入较上期下降12.93%,毛利率较上期减少0.85个百分点;受益于东百元洪店业态转型,福州地区购物中心毛利率较上期增加14.14%。

人人乐预计2017年亏损5~6亿元

本报讯 在三季报中,人人乐预计2017年全年净利润为-6.00亿元~-5.00亿元,同比下降1092.05%~926.71%。

公司表示,做出上述预测是基于公司将根据实际情况审慎关闭、处置租赁合同即将到期、长期亏损且经过调整后业绩仍改善无望的门店,关店损失对年度经营业绩产生一定的影响;以及受经济环境、行业竞争等因素影响,造成公司营业收入下降。

据了解,今年下半年,人人乐计划根据实际情况审慎关闭处置部分合同即将到期、长期亏损且经过调整后业绩仍然改善无望的门店。人人乐表示,此决策有利于公司的战略转型和未来发展,但对门店关闭处置当期的公司业绩将产生不利影响。同时公司将通过严格执行关闭门店流程,并妥善管控风险。

事实上,今年上半年,人人乐已经进行了一系列的门店调整。公司通过缩减租赁面积、调整空间

布局、优化商品结构、更新设备设施、增设线上服务等措施对现有大卖场进行改造升级以及新店业态创新;进行了对大卖场门店缩减租赁面积的谈判,部分门店的缩减面积达到原卖场面积的一半;上半年共计改造调整大型卖场门店4家,改造后的门店超市面积压缩了一半,扩大了配套体验项目区域,超市内调整了商品结构,丰富了商品类别,增加了服务体验,提升了聚客能力。

本报讯 11月8日,山姆会员商店宣布其京东旗舰店上线一年后实现销售额同比增长三倍。

山姆方面表示,自2016年10月入驻京东商城后,山姆借助京东制定的专属智慧供应链解决方案,将业务拓展至全国大部分地区。此外,北京和上海地区的线上商品几乎涵盖生鲜全品类,并实现部分生鲜当日送达。

据介绍,在合作过程中,京东向山姆开放了其在仓配一体、O2O、冷链等全方位的物流资源,在专仓存储、24小时实施管控等方面制定了山姆专属仓配解决方案,这也是京东物流首次为零售商提供最高标准的个性化服务。

此外,双方在北京和上海开通了门店拣货、京东配送的O2O配送服务,将生鲜品类从几十种商品增加至几乎覆盖全品类,一些明星商品,例如,清远鸡、Member's Mark榴莲千层蛋糕等甚至可以当日送达,未来还会将此模式扩展到更多城市,此O2O模式也使得京东线上线下的物流融合得到进一步落地。

京东集团副总裁、京东物流开放业务负责人唐伟表示:“京东物流与山姆会员商店的战略合作,使其在零售领域的辐射能力和辐射范围得到了大幅度的提升,同时,京东物流在仓配一体、冷链方面的领先优势为山姆会员商店从线下走到线上提供了重要的基础。”

上线一年 山姆京东旗舰店销售额增长迅速