

新零售到来搅动传统零售行业

百货业公司新华都引入阿里作为战略投资者,向新零售靠拢。而在此前,已有不少老牌百货公司联手电商,传统商超纷纷选择变革,简单来说,商超里放几张餐桌只是表象,而数据与线上线下融合才是实质。

近日,新华都引入阿里作为战略投资者一事引起市场关注。而在新华都前,三江购物、联华超市等均得到阿里入股,永辉超市也选择与京东合作,线上线下企业渐行渐近,融合发展。

在新零售概念提出以来一年的时间里,传统商超纷纷选择变革,创新业态成为其中的一个亮点。在业内看来,这些新零售业态有何共同点?有何区别?新零售的到来如何搅动了传统零售行业,未来零售业的发展趋势将呈现怎样的态势?

三江购物的“盒马”样本

引入阿里投资,新华都面临停止烟草业务,这与三江购物当初的情况如出一辙。

三江购物是浙江省目前最大的连锁超市之一,2016年11月,杭州阿里巴巴泽泰信息技术有限公司与三江购物通过股权合作建立战略合作关系,三江购物成为马云提出“新零售”概念后,阿里入股的首家零售

上市公司。

在剥离烟草业务后,三江购物2017年上半年实现营业收入19.25亿元,同比下降10.93%。但同时由于聚焦商品改革、加快商品周转、改革商品营销带来的商品毛利增加,以及管理转型升级带来的管理效益提高和费用开支减少,三江购物今年上半年营业利润7661.70万元,同比上升23.52%。

此外,三江购物在2017年半年报中提到,创新门店宁波“甬江店”于今年初开业,该店采用阿里巴巴集团的新零售经营模式,给顾客带来了全新的购物体验。创新门店究竟采取了怎样的创新模式?

11月7日,记者电话联系三江购物,询问宁波甬江店的具体地址,三江购物董秘对记者表示,宁波甬江店即“盒马”的门店。而盒马鲜生是阿里巴巴对线下超市完全重构的新零售业态。11月8日,记者前往盒马鲜生在上海的门店之一——盒马鲜生汇阳广场店进行体验。虽然当日是周三,不过到了下午买菜的时间段,来店购物的消费者依然较多。记者随机采访了几位消费者,他们表示自己不是第一次来,自从去年底盒马鲜生汇阳广场店开业后,平时有空都会来购物。当被问及“为什么选择盒马鲜生”时,消费者们的

回复普遍是“食材新鲜”“方便”“价格比一般超市便宜,与菜市场的价差不多”等。

永辉超市的“超级”体验

传统商超永辉超市也成为这场新零售浪潮中逆袭成功的典型案例之一。自2017年永辉超市打造“超市+餐饮”模式,推出新业态“超级物种”门店之后,永辉超市净利润呈现较高增长态势,盈利能力明显提升。

超级物种从永辉擅长的生鲜入手,侧重精品生鲜、生活食品,目前超级物种店内融合了鲑鱼工坊、波龙工坊等几个孵化产物。不同的物种之间自由组合,不同门店根据供应链等实际情况搭配,这也为其店面扩张增加了灵活性。

永辉超市董事长张轩松曾在接受采访时表示,“明年(2018年)超级物种门店预计将开到100家左右。”

这种“超市+餐饮”的模式很容易让人联想到盒马鲜生,而事实上,从产品、经营模式、店内服务上,二者确实有许多相似之处。

无论是三江购物还是永辉超市,在搭上新零售这辆“快车”之后,两家公司的净利润和毛利率率均有提升。对于消费者而言,新零售门店的出现使购物环节

更加便利,购物体验更好。对于传统商超而言,利用互联网、大数据、人工智能等技术和手段对生产、流通、销售等环节进行升级改造,极大优化了效率。

不过业内专家指出,传统商超转型新零售绝非易事。首先要解决的是管理层与执行层在思维理念上的冲突,其次是销售渠道和价格体系在线上 and 线下的冲突。此外,传统商超要转型新零售,是否要作出相应的调整和改变,是企业要思考的问题。

商超里放几张餐桌只是表象

除三江购物、永辉超市外,也有许多其他的商超打造新业态,如大润发推出飞牛优鲜、百联集团旗下的RISO、世纪联华·鲸选等,这些新业态有何共同点,有何区别?

中国电子商务研究中心主任曹磊认为,几乎所有的超市都在进行升级,采用“超市+餐饮”的模式是普遍的选择,但背后的商业理念不尽相同。以永辉的超级物种与阿里的盒马鲜生为例,永辉超市主要是以餐饮为主,对标的对象可能类似于大食代。盒马鲜生核心之处在于依托阿里强大的数据和技术,从而对人、货、场进行改造,其发展更倾向于一个后台系统。

阿里巴巴集团CEO张勇曾公开表示,“自从‘盒马’开张之后,现在所有新的超市都要在里面放餐桌,如果放几张餐桌就是新零售,那这个事儿就别干了。”

在张勇看来,新零售考验三个层面的核心能力。第一个层面是通过零售真正的支持、了解,积累经验后,对零售业态进行重新创造的能力。第二层是信息基础架构能力,从原来IT的零售系统能够真正升级成为可实时联通的互联网信息技术架构。第三个层面则是一个超级网上用户入口。三个能力不能被完美贯通,是新零售成败的关键。

曹磊认为,永辉、盒马等商超业态与无人零售会有越来越多的相通和接近之处,未来无人零售门店或也将与商超一起参与到新零售竞争之中。

曹磊认为,零售行业在新零售环境下会有四种发展趋势:第一,科技以及数据在整个零售行业中发挥的价值会越来越大;第二,跨界融合;第三,线下、线上合作将会越来越紧密;第四,零售业的整个业态,包括综合市场、专业市场、专卖店、商场超市、便利店等都将加入新零售行业,并且加入速度会越来越快,与新零售越来越紧密。

(联商网)

国家统计局发布10月份社会消费品零售总额数据

本报讯 日前,国家统计局发布2017年10月份社会消费品零售总额数据。

据数据显示,2017年10月份,我国社会消费品零售总额34241亿元,同比增长10.0%(扣除价格因素实际增长8.6%,以下除特殊说明外均为名义增长)。其中,限额以上单位消费品零售额14374亿元,增长7.2%。

2017年1-10月份,社会消费品零售总额297419亿元,同比增长10.3%。其中,限额以上单位消费品

零售额131618亿元,增长8.3%。

按经营单位所在地分,10月份,城镇消费品零售额29537亿元,同比增长9.8%;乡村消费品零售额4704亿元,增长11.3%。1-10月份,城镇消费品零售额255129亿元,同比增长10.0%;乡村消费品零售额42290亿元,增长12.0%。

按消费类型分,10月份,餐饮收入3852亿元,同比增长10.3%;商品零售30389亿元,增长10.0%。1-10月份,餐饮收入32279亿元,同比增长10.9%;商

品零售265140亿元,增长10.2%。

在商品零售中,10月份,限额以上单位商品零售13467亿元,同比增长7.3%。1-10月份,限额以上单位商品零售123686亿元,同比增长8.4%。

2017年1-10月份,全国网上零售额55350亿元,同比增长34.0%。其中,实物商品网上零售额41782亿元,增长28.8%,占社会消费品零售总额的比重为14.0%;在实物商品网上零售额中,吃、穿和用类商品分别增长29.5%、19.6%和32.1%。

深圳首家24小时无人便利店开业

本报讯 近日,深圳首家24小时无人便利店闪士多开业。据悉,该店位于深圳坂田云里智能园,消费者可通过人脸识别进店,自助购物手机结算后离店,整个过程只需要30秒左右。

目前,闪士多主要采用了RFID技术、人脸识别技术等。此外,闪士多的所有商品都是与厂家直接对接,同时通过自己的物流系统配送,每件商品都有一个商品溯源标识,顾客可以查看到货品来源,以保证

绝对正品。

与一般的无人便利店的购物流程大体一致,消费者可通过微信小程序关注成为闪士多无人便利店的会员后,通过人脸识别即可开门入店,选购完商品,将所有商品放入货箱中,系统即可自动识别,并在支付页面提示价格,顾客通过线上支付完成后,即可完成购物出门。

据项目开发方负责人介绍,闪士多无人商店集成了射频技术、防伪溯

源、人脸识别、自助结算、智能门禁等先进技术,以行为预测、智慧物流、智能盘点等为支撑的全套无人商店技术应用解决方案。通过人脸识别技术实现对会员身份属性识别,将消费信息记录打通线上应用与线下店面之间数据,最终形成以人为核心的数据运营服务。

未来二到三年内,闪士多24小时无人便利店将以加盟或改造的形式实现重点城市的渠道布局,实现2千家的规模体量。

本报讯 自营鲜食产品成为超市寻求差异化竞争的选择。沃尔玛自有品牌MARKETSIDE日前推出藤椒烤鸡等熟食系列产品,并将该产品接入京东到家配送服务。有分析认为,随着生活节奏变快、少子化加剧,加工好的熟食正被更多人选择。

沃尔玛表示,此次推出的自有品牌熟食系列产品,将先由沃尔玛自有品牌供应商制作好半成品,然后经沃尔玛生鲜配送中心配送至全国门店现场烤制出售。据悉,沃尔玛超市内原本就有熟食产品售卖,不过原有的熟食商品主要由供应商直接提供,多为市面上常见的品牌和品类。沃尔玛方面表示,在原有熟食商品的基础上推出自有品牌熟食,主要为了便于统一管理原料采购、降低成本。据悉,沃尔玛MARKETSIDE自有品牌于2015年底在中国第一次推出,定位中高端市场,在熟食产品之前主要推出了面包、蛋糕等烘焙产品。

加码鲜食品类被看作是沃尔玛盯上餐桌消费场景的举措。2017年以来,越来越多的超市开始选择以搭载餐饮这种高频消费的形式吸引客流。首经贸大学教授陈立平表示,随着老龄化、少子化程度加剧,越来越多的家庭在家里做饭的次数变少,因此人们用于购买食材的支出在减少,购买食品的支出在快速上涨。

沃尔玛加码自有熟食品牌