

食企搭快车 糖酒会上追逐“新零售”

2017年大热的“新零售”也延续到了今年的糖酒会。不仅有知名无人货架、无人便利店前来参展,京东、苏宁这样的巨头还推出了门店科技、刷脸开门等新技术,为春糖会增添了几分科技感。值得注意的是,包括餐饮、调味、酒企在内的众多食品行业都将变革目光瞄准了新零售,欲通过数据分析、门店改造等进行生产和渠道变革,将消费者需求放置在中心地位。2018年或成为食品行业新零售“元年”。

无人售货火爆“春糖”

扫码开门,自选商品,关上门便可自动结账……在今年糖酒会上,无人货架、无人便利店赚足了眼球,前来体验的人络绎不绝。魔盒CITYBOX、Take Go、邦采便利柜、送酒侠等无人货柜展区聚集了不少体验者。

据了解,无人货柜商业模式分为购买机器自运营、加盟品牌按照一定比例获取收益两种。而由于采用的自动识别技术和容量大小不同,此次展会上的无人货柜售价约为8000元/台至15000元/台不等。

根据艾瑞咨询统计数据,2017年无人零售市场(含贩卖机)交易规模保守估计将接近200亿元,预计2020年将突破650亿元,三年复合增长率在50%左右。2018年,智能货柜代替了无人值守零售货架成为新的风口,阿里、京东、苏宁等巨头纷纷入局。以魔盒CITYBOX为例,公开数据显示,截至2018年2月底,魔盒CITYBOX在运营设备超5000台,开门次数达192万次,产生订单150万笔,用户数量达34万人。

除无人货柜外,京东新通路和苏宁超市也参加了此次糖酒会。其中,京东新通路主要展示其全新的门店科技,应

用掌柜宝进销存系统、慧眼大数据系统等为门店赋能,同时线上线下打通,并设置了便民自提、金融服务等多项增值业务。苏宁则提出在未来3年孵化20个以上快消行业独角兽品牌,打造100个以上销售过亿的品牌,其无人货柜、刷脸开门等也吸引了不少人驻足。

酒企铺设新零售版图

糖酒会期间,酒企对接新零售的方式更为灵活。

中粮酒业董事长王浩公开表示,下一步中粮名庄荟的发展重点将是拓展连锁专卖店的渠道,2018年将在全国范围内启动“千店计划”,招募空白市场城市平台商和门店加盟商,正式铺开新零售版图,推出“新零售3+模式”,即线上与线下结合,店内与店外结合,零售与服务结合。以线下门店为例,其不仅是零售终端,更是一个综合服务中心和美酒生活体验空间,通过品鉴沙龙、全球葡萄酒庄旅游线路,围绕“美酒+美食”“美酒+文化”等多元化场景增强客户黏性。

此外,1919酒类直供与盒马鲜生签订战略合作协议,成为盒马鲜生全国市场的酒类供应商。双方还将一起与酒类上游酒厂合作,C2B反向定制打造独家定制款商品。盒马方面透露,之所以选择与1919战略合作,一是看中其为专业的酒类新零售平台,在知名酒类品牌定制化方面拥有很高的专业度,旗下酒品类丰富;二是1919在全国有超过30个成熟的供应链采购团队,这与盒马鲜生的全国布局及本土化运营理念高度契合。此外,双方还将一同与上游酒厂合作,用C2B反向定制打造独家定制款商品。

有业内人士指出,2018年可以视为酒业新零售的元年,由新零售所带来的新终

端与新消费,必然会倒逼渠道与营销变革。

大数据助力调味品产业发展

3月22日的全国调味品行业高峰论坛在糖酒会期间举行,上海至汇营销咨询有限公司总经理和首席顾问张戟在会上表示,2018年也是调味品行业的新零售元年。

张戟认为,新零售的本质是高效消费者响应,大数据和高效率是核心。新零售对调味品的影响是从用户行为中获取大数据,直接越过渠道到达终端。而新零售对渠道商会有颠覆性的影响,将会推动一大批渠道商快速提升公司化运作能力、研究团队,并有专门的组织架构来分渠道、分产品进行系统化运作。大连大雷物流贸易有限公司是传统经销商转型做调味品销售平台的典型案例,其平台上接优秀的调味品企业,下接优秀的城市经销商,由此来掌控上百万计的零售重点。

山东欣和食品有限公司电商部总监蔡贝提出,新零售核心的概念是人、货、场,目前80后、90后已经成为主力消费群体,意味着调味品企业一定要迎合消费者对便利的需求,同时还应注意商超、电商等购买渠道和购买场景的变化。

针对新零售,蔡贝指出,其电商团队会根据数据存储对用户进行分析,从销售数据、用户基本属性、行为数据分析等调整产品、服务,甚至营销活动、设计等,与用户进行深层次交流。而数据应用带来的结果是,2014—2016年,欣和销量连续三年天猫双十一调味品类目第一。

餐饮新零售应对消费升级

如果说新零售的概念是人、货、场,

那么对到店消费的餐饮业而言,“场”的作用就尤为重要,即如何打通线上线下消费场景,实现全渠道售卖。

据了解,目前口碑智慧餐厅属行业领先。在这里,消费者无需去前台排队点餐,用口碑App、扫码点餐、自助点餐机就可完成。在点餐的一瞬间,系统能根据数据的智能算法自动识别出顾客的口味与喜好,并做出精准的菜品推荐。同时,线下的每一个消费数据都能够被系统沉淀、累积,商家的全链路数据得以顺利打通,实现门店的全面数据化运营,最终依靠数据反哺门店的运营优化,进一步满足用户消费体验升级的需求。

实际上,正如前百胜集团KFC运营管理负责人陈阳在第十八届国际餐饮加盟论坛上提出的,新零售介入餐饮行业后,表面上看去是更复杂了,实际上只是要求企业打造以消费者为中心、性价比为王的新餐饮。餐饮新零售,本质就是以消费者为中心。

以老字号五芳斋联手口碑推出的无人智慧餐厅为例,公开数据显示,开业仅一个月,其门店营业额同比增长超过40%,客单价增长了14.5%;人效增长3倍,点餐时间大幅缩短,用餐效率显著提升;通过大数据智能推荐的TOP10菜品中,用户点餐命中率为65%。

有分析认为,新零售+餐饮走向深度融合已经成为餐饮业的未来方向。从宏观上来讲,是餐饮业态融合零售品牌的发展模式;对单一的个体餐饮户来说,也可以理解为有迹可循的成长路径,其鲜明的商业模式将给餐饮行业带来一次大洗牌的运作机遇。牌的三方互动,最终形成市场动销、品牌落地与良好消费氛围的经营模式。

(新华网)

■ 行业信息

2017年中国保健食品产值约4000亿元

本报讯 3月28日从中国营养保健食品协会获悉,2017年我国保健食品产值约4000亿元,我国已拥有全球最大的特殊食品消费市场。

保健食品是特殊食品的一种,特殊食品包含保健食品、婴幼儿配方乳粉、特殊医学用途配方食品,及婴幼儿辅食、运动营养、益生菌食品等。我国的特殊食品消费市场在原料供应、产品加工等方面已成为全球供应链的重要组成部分。

中国营养保健食品协会秘书长刘学聪说,我国保健食品注册管理制度已经实行20年,约16000个产品获得批准,并在市场的选择中不断优化。现行注册与备案的双轨管理制度,将为产品准入、市场发展提供更大的活力。近五年来,中国特色的特殊食品管理制度,以及食品安全社会共治的监管体系已经建立,并在实践中不断完善。

刘学聪表示,在监管趋严的背景下,特殊食品企业应当加强行业监督,逐渐形成良性循环的市场环境。未来,中国特殊食品产业将在严格规范中谋求发展,婴幼儿配方乳粉的品牌价值进一步凸显,特殊医学用途配方食品将成为产业发展的新蓝海。

■ 企业动态

西安饮食去年净利下降191.11%

本报讯 3月27日,西安饮食发布的2017年年度报告显示,公司报告期内实现营业收入4.94亿元,同比下降1.35%。归属于上市公司股东的净利润-1125.29万元,同比下降191.11%。其中,餐饮服务业务营收达3.84亿元,占总营收的77.76%,生产制造业务营收约为5071万元,占总营收的10.27%。针对净利下滑,西安饮食表示,由于受市场大环境的冲击,加之场地租赁、历史原因和人员负担重等问题,公司所属老字号企业面对当前餐

饮市场及客源结构发生新变化,目前经营仍显艰难。

据了解,目前西安饮食的主要业务分别为餐饮服务和工业化食品生产及销售。其中餐饮服务业务是西北地区最大的餐饮企业,拥有西安饭庄、同盛祥饭庄、西安烤鸭店、大香港酒楼、大业食品公司等15家分公司,且多为具有百年历史的老店、特色店和“中华老字号”。而在食品工业方面,其控股子公司西安大业食品有限公司主要从事工业化食品生产及销售,产品主要

分为糕点烘焙类、肉制品类、速冻食品类、方便食品类、半成品类、饮品酿造类六大系列百余种老字号特色食品。

西安饮食表示,为了提振业绩,2017年该公司按照“文化+旅游+资本运营+特色产业”的战略发展,开展了特色产品创新,探索餐饮+旅游经营模式。食品方面,产品进驻商超便利连锁店,开展线上销售。现阶段公司正围绕“转型升级、提质增效”发展主线调整经营思路,加大团购营销力度,争取实现经济效益和社会效益双提升。

来伊份去年净利1.01亿元

休闲食品连锁企业来伊份于3月23日对外公布2017年年报,截至2017年12月31日,公司实现营业收入36.36亿元,同比增长12.35%,2017年公司推出并实施了限制性股票激励计划、捐赠千万元成立了来伊份社会公益基金,实现归属于上市股东的净利润为1.01亿元,同比下降了24.42%。

报告期内,公司直营零售收入为2.96亿元,较2016年同比增长8%,加

盟商批发收入为1.36亿元,较2016年同比增长18%。渠道开拓方面,公司去年成功进入高铁、机场、便利店、商超等渠道,实现线下多种渠道全触达的布局。报告期内,公司团购及经销商收入为10614万元,较2016年同比增长47%。

来伊份表示,公司目标在3~5年内,形成全渠道、立体化、差异化的“智慧零售”网络,将公司打造为承载消费

者各类生活场景需求的智慧商业平台。2018年公司“以客为本、智慧零售”的指导,以数字化、智能化等技术创新为驱动,将智慧零售策略融入到来伊份的经营实践中,并让智慧共赢生态圈建设迈上新的台阶。而对于2018年经营目标,来伊份表示,净利润将在不低于2017年的基础上,营业收入较2017年增长16%以上,门店总数不低于3300家。