

龙头商超抢位终结 新零售开启新棋局

华润万家入驻京东到家,这是华润集团和腾讯公司战略合作落地的第一步,也是全国性超市品牌新零售站队选择的剧终。阿里和腾讯的新零售超市板块基本定局,前者拥有联华超市、大润发、盒马鲜生,后者方阵里站着沃尔玛、家乐福、永辉超市、华润,不同于传统感官体验的大卖场将在未来几年里陆续出现,这也许是大卖场进入中国20多年来最大的一次变革。

华润万家进驻京东到家

华润万家与京东到家共同宣布,华润万家在杭州及南京的大卖场业态正式入驻京东到家,双方将共同打造线上线下一体化和数字化的服务能力。此前,华润万家和京东到家已经签署了全面合作协议,华润万家旗下各零售品牌都将入驻京东到家。除了首批入驻的杭州、南京大卖场业态外,还将陆续涵盖全国30多个主要城市的2000多家门店。

如果以规划中的2000多家华润万家门店入驻来看,这是目前京东到家平台上规模最大的零售品牌。华润万家是中国最具规模的零售连锁企业之一,在全国29个省、自治区、直辖市和特别行政区的242个城市拥有3162家自营门店,员工人数23万。2017年华润万家全国自营门店实现销售1036亿元,连续数年成为中国销售额最高的零售连锁企业。

华润万家和京东到家的合作机会来自于几天前刚刚签署战略合作协议的华润集团和腾讯公司。在2018年中国“互联网+”数字经济峰会高峰论坛上,华润集团与腾讯公司签署了战略合作协议,未来双方将联手在智慧

城市和物业管理、云和大数据、智慧零售等领域展开紧密合作,调动各方面资源,合力打造一整套场景数字化解决方案。

阿里和腾讯的线下布局

作为最后一个站队的全国性超市品牌,华润万家最终选择了腾讯,过去一年多风起云涌的新零售站队也随之画上了一个句号。腾讯公司董事会主席兼首席执行官马化腾在2018年中国“互联网+”数字经济峰会上表示,腾讯的目标不是要进入各行各业,取而代之,而是要成为各行各业的“数字化助手”。

只做“数字化助手”的腾讯凭借这一观点拉拢了不少新零售队友,从2017年底开始至今,永辉超市、家乐福、万达商业、海澜之家、步步高以及刚刚加入的华润万家,已经形成了规模庞大的京腾系新零售战队。永辉超市创始人、CEO张轩宁认为,腾讯的去中心化赋能连接了更多的合作伙伴,这也是永辉参与其中的原因之一。步步高集团董事长王填也表达过类似的观点,今年初,王填在一次公开演讲中表示,新零售时代以来,中国的规模零售企业几乎都被线上的几大流量运营商拜访过,自己和阿里、腾讯两边都有很多的交流。他将阿里和腾讯的新零售分别比喻为“苹果系统”和“安卓系统”,认为前者是一种帝国生态,后者是一种盟国生态。

阿里入股线下零售企业一般都会以控股为目的或者取得二股东的地位,比如阿里私有化高鑫零售,阿里通过易果生鲜获得了联华超市18%的股份,成为后者的二股东;阿里子公司阿里泽泰通过协议受让、认购定增股



票、认购可交换债等方式持有三江购物32%股权,成为其第二大股东。阿里的这一态度可以从今年初高鑫零售发布的公告中看出原因,高鑫零售2017财年年报发布的同时,也发布了高鑫零售董事会主席、同时也是阿里巴巴集团CEO张勇的股东信,张勇认为,“2016年阿里巴巴提出了‘新零售’,不是提出一个概念,更不是制造一个热点,而是我们真的相信,我们相信互联网的世界和实体的商业世界是一个世界”。既然是同一个世界,那么采购、营运、营销、客服及供应链等零售企业运转的每一个链条都将处于同一个掌控之下,而不是只做传统企业不擅长的部分。

数字化改造大战

高鑫零售、沃尔玛、家乐福、永辉超市、华润万家等全国性超市品牌和步步高、联华超市等规模性区域超市品牌已经全部完成

新零售站队,剩下的超市品牌对于想要在新零售中大干一场的阿里和腾讯来说价值不大。圈地运动已经完成,只得平地起高楼。

张勇在上述股东信中还表示,“我们有充足的信心和清晰的路径,在新的一年里,将‘新零售’开花结果”。同时承诺,“2018年,我们共同努力,把高鑫零售打造成全球新零售的明珠”。在新零售这一概念横空出世两年来,盒马鲜生、超级物种、掌鱼生鲜、无人便利店等各式各样的混合业态陆续出现在大众视野,但基于传统零售升级改造的新零售,目前还并未有可圈可点之处,而这才是新零售最广泛的组成部分。

传统零售品牌之所以接受阿里或者腾讯,不外乎对方拥有自己无法达到的资源。从最开始无视电商、对抗电商再到纷纷上马电商项目希望线上线下全渠道运营追赶电商,经过这三五年的折腾,零售企业在电商上花费

的人力、物力、资金并不是小数目,然而截至目前也没有一个成功的项目值得讨论,即使侥幸存活,也并不如意,放弃与否都是艰难的选择。与此同时,电商企业在经过高速增长之后到了一个流量瓶颈期,而线下门店拥有天然的大流量,比如,步步高旗下数百家门店每天有300多万的客流,光长沙梅溪湖新天地店一年的客流量即达2700万人次。进军线下成为电商的生存路径之一,而接受电商企业也是线下零售止损并进一步发展的最好选择。

华润万家称,希望通过京东到家流量赋能、履约赋能、商品赋能、门店赋能和用户赋能五大赋能模块和华润万家覆盖全国的实体零售门店和高质量的供应链,双方将共同打造线上线下一体化和数字化的服务能力。张勇表示,2018年,高鑫零售在持续稳步拓展店铺的基础上,基于“新零售”升级有三大核心策略:门店数字化改造,多业态多渠道发展、重新定义大卖场。王填在此前接受媒体采访时表示,步步高与腾讯的合作,在存量挖掘之外,还将共同对实体店流量进行数字化资产管理和变现。可以看出,在合作中,传统零售商并未将简单的销量提升、转化率提高作为目的,而是直指更为深入的数字化服务。数字化是传统零售的当务之急,也是新零售的题中之义,一旦将店铺选址、人群触达、客群营销、动线分析、产品导购、支付到最后离店的整个流程全部实现数字化,那么实体门店将呈现出另一番价值,消费者、商品、场景关系重构,形成新的生态,这才是新零售“新”的所在。

(北京商报)

天津举办进口食品安全与贸易发展大会暨全球生鲜展

本报讯 4月17日,由天津检验检疫协会、中检集团溯源技术服务有限公司、中国检验检疫协会进出口食品化妆品工作委员会共同主办的2018年天津进口食品安全与贸易发展大会暨全球生鲜展在天津举行。旨在推介天津口岸良好的产业基础、便利的通关服务、开放的营商环境、完备的政策支持,充分利用天津港的物流优势,吸引国际知名企业落户天津。

天津市副市长康义在开幕式致辞时说,作为“一带一路”倡议的重要支点,天津的对外贸易必然在新时代出现新的飞跃。2017年,天津全市实现外贸进出口7647亿元,比2016年增长12.8%。

天津检验检疫局局长王智永表示,作为京津冀协同发展的重要门户,“一带一路”倡议的北方“桥头堡”,天津在食品产业、新型物流产业发展中动力不断增强。近年来,天津口岸的食品进口量不断增加,2017年共进口肉类产品136万吨,进口量占全国三分之一,连续六年位居全国首位;进口乳制品36.16万吨,进口量位居全国第

二;进口水产品、酒水饮料等产品的进口量也名列前茅。

世界肉类组织主席、法国猪业联盟会长胡儒通过视频致辞表示,多年来双方协会在法中肉类领域开展了许多有成效的交流互动,法国行业协会希望能保持这样务实互惠的合作机制,并通过加强追溯领域的合作,传递法国输华肉类及肉制品的品质,更好地保证消费者的食品安全。

法国、西班牙、新加坡、乌拉圭、立陶宛等多国使馆、商协会等,及丹麦皇冠、菲仕兰、美国嘉吉等300多家国内外知名企业以及电子商务平台、冷链物流企业、银行、大型超市等机构或行业代表逾500人参会。

此次大会为期两天,期间将组织安排主题演讲、高端对话、圆桌会议等各类特色专项活动。大会同期进行进口肉类、乳品及水产品生产、贸易和加工企业展示,并以“溯源美味·信享安全”为主题,结合市场热点和企业需求,促进企业间有效对接,建立合作关系,搭建政企对接平台。

河北24家超市获2017年度“放心肉菜示范超市”称号

本报讯 近日,河北省食品药品监督管理局印发文件,命名石家庄市北国商城股份有限公司超市裕华店、邯郸永年区广府镇南街等116家单位为2017年度“食品销售示范单位(街道)”,并授予河北保龙仓家乐福商业有限公司中山路店、河北永辉超市有限公司容辰广场分公司等24家超市2017年度“放心肉菜示范超市”称号。

4月17日,该局专门召开视频会议,对示范单位进行表彰,对下一阶段食品销售质量安全提升行动作出部署,会上发布了《关于在全省开展食品销售质量安全提升行动的指导意见》。

2015年以来,为落实《“食药安全 诚信河北”行动计划》,河北省组织开展了食品销售示范单位和“放心肉菜示范超市”创建活动,培树一批硬件达标、经营规范、消费者满意、示范引领作用强的大型商场超市、中小型超市和食品街道,全面带动和提升了流通环节食品安全水平。

未来,河北省食品药品监督管理局要求各地监管部门坚持源头严防、过程严管、风险严控,综合运用动态监管、抽检监测、信息发布等手段,督促示范单位不断完善提升,持续达到创建标准和要求;要求受表彰的示范单位诚信守法、规范经营,切实履行食品安全主体责任;每年11-12月份,示范单位属地的监管部门要开展复核工作,对发生食品安全事故或被市级以上媒体曝光、经核实存在违法违规行且造成不良影响的,予以撤销称号。