

传统零售企业纷纷转型 主攻“到家”市场

近日,又有一家本土传统零售企业转型新经济。据了解,“心蓝天”推出“517新鲜网”。事实上,近年来,传统零售企业的转型升级,“线上+线下”以及“超市+餐饮”无疑成为当下最流行的商业模式。

业内人士表示,新零售已成为各城市促进新消费,打造新生活方式的关键动能。但是,传统零售企业在向新零售转型的过程中,不应一味追求“形似”,而应抓住新零售的核心点,即:充分发挥“线上”功能,在满足用户需求的同时,既能提高效率,又能降低成本,从而实现双赢。

重构超市业态 向新零售转型

在消费升级的大背景下,新零售是大家喜闻乐见的业态之一,而在全国,福州则是率先提出打造“新零售之都”的城市。为了加速福州打造“新零售之都”的步伐,今年“5·18”期间,福州市商务局分别与阿里巴巴集团、永辉超市签署了零售创新领域战略合作协议。

在终端市场,从去年起,福州零售业便刮起了“新零售之风”,以“线上+线下”“超市+餐饮”为主要特点。如,超级物种、盒马鲜生的到来。如今,作为福



建省第一批“农改超”超市和国家农超对接试点企业,“心蓝天”也推出了“517新鲜网”。

随着商业环境以及消费习惯的改变,传统零售企业一方面在销售模式上做出转变,另一方面则不断优化线下门店结构。据了解,为进一步优化商业布局,沃尔玛将于本月中旬关闭福州五里亭店和联信店。不过,沃尔玛方面表示,仍将在福建投资新建25家新店。而根据永辉公告,永辉生活2018年计划开出1000家门店。超级物种2018年计划开100家门店。

“新零售早已成为各城市促进新消费、打造新生活方式的关键动能。”福建农林大学教授、福建省东南商务管理研究院院长许安心认为,以盒马鲜生和超级物种为代表的新零售

业态综合运用大数据、移动互联网、智能物联网、自动化等技术及先进设备,实现了人、货、场三者之间的最优化匹配,对于网红品牌店的商圈而言,其他商家也应该借势“虹吸效应”,尽快完成线上线下融合发展的转型升级,分享“新零售之都”建设所带来的红利。

广推“到家”服务 争夺线上客源

记者注意到,虽都在强调线上销售,但目前福州出现的各种商业模式依然略有不同。盒马鲜生、超级物种以线下门店为依托,在传统超市功能中嵌入餐饮服务,在强调线下体验的同时,带动线上销售,其生鲜产品以中高端为主。而“517新鲜网”

则以“快消+生鲜”等平民化商品为主,结合线下社区生态园的发展,全力主攻线上销售。在配送范围上,“517新鲜网”则不设置3公里配送门槛,目标是实现全福州范围内配送。未来,“517新鲜网”还将发展成一家全国性的电商平台。

事实上,传统超市、便利店还要大力推广“到家”服务,想方设法在线上争夺客源。据了解,目前,永辉、沃尔玛、兴福兴、六意等都接入了京东到家的1小时快送服务。除了借助第三方平台发展“到家”服务,永辉还自主研发了永辉生活APP。

“竞争的加剧及成本的上升,迫使传统超市必须升级转型。”福建心蓝天董事长陈永庄坦言,数字化时代的到来一方面冲击了实体经济,另一方面也给零售经济带来了新的机遇。陈永庄分析说,线上销售有诸多优点。实体店所售产品品类相对固定,但线上可展示更多商品。同时,由于销售模式的改变,线上销售还可降低货品库存压力、货品周转天数、企业运营成本等,进而降低商品售价,最终让利给消费者。

盒马鲜生福建区域总经理李锡春介绍,盒马鲜生将据阿里巴巴共享的淘宝、支付宝及门店大数据来判断用户喜好,进而不断调整经营品类。

新零售看似“无敌” 但盈利不易

传统零售企业纷纷向新零售转型,旨在希望得到各方赋能,如利用人工智能、大数据等能力为零售助力。但是,如今红遍半边天的新零售模式并不是“万能药”。

“新零售重在线上结合线下,依靠线下体验带动线上销售。但是,如果企业管控不到位,线下客流无法向线上转移,那么,想通过新零售模式盈利也并非易事。而且,大多新零售企业由于前期投入巨大,所以在短期内基本难以实现扭亏为盈。”一本土零售商坦言。

大润发董事长黄明端也曾直言,大润发在2013年至2017年间试水电商平台飞牛网时,第一年收入1亿多元,但亏损1亿多元;第二年营收10亿多元,却亏损4亿多元;第三年营收达到20多亿元,亏损5亿多元。

反观本土零售巨头永辉集团旗下永辉云创各业务,同样逃不开亏损的命运。根据永辉2017年财报显示,永辉云创2017年营收5.66亿元,净亏损接近2.67亿元。

“传统零售企业向新零售转型,并不是要复制出一个具备新零售特点的外壳,而是要真正领会到新零售的内涵,构建基础组网工作,做好民生消费基础大数据分析。”陈永庄坦言。(联商网)

西城区“放心超市”到期食品就地销毁

本报讯 为防止过期食品回流卖场,西城区“放心肉菜示范超市”的临期、到期食品将不再返厂退货,不仅就地销毁,还会通过视频查阅方式向社会公开。近日,西城区食品药品监督管理局披露,两年内西城规模以上超市不仅要全部达到本市“放心肉菜超市”的标准,还将高于国家标准。

目前,华联综合超市西直门店、沃尔玛宣武门店、家乐福马连道店已获批成为本市首批“放心肉菜示范超市”。在这几家超市,肉菜天天都要做“体检”,每日进入卖场的食用农产品自检数量不少于20个,区级快检数量每月不少于10个,监督抽检每

月不少于5个品种;“放心肉菜”全程可追溯;卖场还设置了无公害农产品、绿色食品、有机农产品等优质专柜。

“用最严格的管理标准才能赢得广大消费者的认同,广泛接受社会监督,才能倒逼食安水平提升。”西城区食品药品监督管理局相关负责人介绍,这些超市现在已把肉类产品检验检疫证明、检测检验结果等在卖场和网站进行了公示。下一步,进货查验快速检测、到期食品报损销毁等市民关心的热点,将通过视频查阅方式向社会公开。

随着疏解非首都功能工作深入推进,本市农副产品供应方式发生了

深刻变化,农贸市场业态逐步退出历史舞台。如西城的农贸市场数量从2013年的38家减少到现在的12家,超市已成为居民菜篮子、米袋子、主食、早餐乃至简餐服务的主渠道。

西城区食品药品监督管理局通过风险监测、监督抽检、快速检测等方式发现,目前食用农产品质量安全问题仍然存在。从该局上半年以来的数据看,抽检了1298件样品,不合格样品54个,不合格率达4.2%,问题食品主要集中在畜肉类、水产品、鲜蛋、蔬菜、水果等食用农产品。着力培养一批“放心肉菜示范超市”,对于提升食用农产品质量安全水平极为关键。

外资零售企业单店销售下滑明显

7大外资去年关39家

本报讯 6月21日,在第十三届中国零售商大会暨展会全体会议上,中国商业联合会和中华全国商业信息中心联合发布了2017年度中国零售百强榜单。

2017年进入百强的外资零售企业共有21家(非电商),数量比上年度增加2家,21家外资零售企业实现销售额4858.18亿元,占百强销售总额的比重为8.0%,较2016年下滑1个百分点,降幅较上年略有扩大。21家外资零售企业销售额同比增长4.6%,增速较2016年放缓1.3个百分点。

此外,外资零售企业单店销售额下滑明显。根据中华全国商业信息中心统计,21家外资零售企业单店平均销售规模为6089万元,与2016年相比,单店平均销售额下降4.7%,其门店数量则同比增长17.2%。

根据主要外资零售巨头公布的数据,2017年7个主要外资零售企业新开店数合计77家,较上年增加5家,关店数39家,较上年增加14家。

开店方面,沃尔玛、卜蜂莲花和永旺2017年新开门店数多于2016年,其他外资零售巨头新开门店数均少于2016年。其中,欧尚2017年新开门店数仅1家,大润发2017年新开门店数相比2016年减少了7家,是新开门店数下滑最快的外资企业。

关店方面,除大润发和卜蜂莲花外,其他外资零售巨头2017年关店数均高于2016年。其中,沃尔玛关闭24家门店,较上年增加11家,综合新开店情况,沃尔玛2017年门店调整力度最大。

超市发获评“2018中国十佳商业品牌”

本报讯 6月20日,由中国零售商大会暨展会组委会主办的“2017-2018中国零售业年度人物”和“2018中国十佳商业品牌”评选结果在第十三届中国零售商大会暨展会上隆重揭晓,超市发获评“2018中国十佳商业品牌”。

品牌是企业参与市场竞争的重要资源,也是衡量国家经济实力的重

要指标。对于零售企业而言,随着人们消费需求的升级,如何提升自己的品牌形象和独特的品牌文化成为了他们发展的重点。

超市发目前已经拥有150余家门店,线上线下零售企业增速乏力的大环境下,其2017年可比门店实现销售增长7.6%,利润增长13%。在CCFA发布2017年中国连锁百强和

2017年中国快速消费品连锁百强排名中,超市发分别位居84名与39名。

“家文化”是北京超市发连锁股份有限公司的核心理念。超市发以“家文化”为依托,通过品牌结构、业态功能、消费环境的持续改进与创新,引领社区生活方式,传递现代消费理念,打造社区商业的超市发品牌。