

2019上半年又出现了哪些超市新“物种?”

2019年上半年国内超市仍在业态创新上不断加码,包括家家悦、天虹超市、盒马、家乐福、合力等均推出了各自全新的业态。

家家悦

新业态:家家悦生鲜市场
开业时间:1月25日
经营面积:2000平米
门店特色:整体规划分为超市区、集市区和便民服务区三大区域,超市区由家家悦集团独立经营,商品主要以杂货、食品、化洗、针纺等快消日用类目,满足顾客的日常生活需求;集市区采取联营形式,以传统市集摊位模

式,为社区居民提供生鲜食材,蔬菜水果、肉禽海产、杂粮鲜蛋等“菜篮子”商品;便民服务区为周边居民提供鲜花预定、美团外卖、法律咨询、旅游指导、衣物修补、干洗、理发等各种便民服务,以满足居民日常生活需求、便捷消费为目标,打造便民消费服务中心。

天虹超市

新业态:虹食汇
开业时间:2019年1月
经营面积:270平米
门店特色:餐厅设有88个餐位,提供中式简餐、意式pizza、谷饲牛排、现炒海鲜等多种特色

经营区域。菜品以中、西式简餐为主,辅以海鲜加工区域,各餐饮档口均进行品牌化包装。在堂食之外,引入相应教学类及智能烹饪厨具等场景体验元素。

盒马

新业态:盒马菜市
开业时间:3月28日
经营面积:1000~2000平米
门店特色:其蔬果产品都以散装形式出售,也不带有餐饮区。盒马菜市从产品结构上进行调整,提供了更多的选择空间。除了盒马鲜生店内常见的“日日鲜”、“盒马工坊”等已包装好的标品,其也引进了散装系

列,包括蔬菜、鲜禽、调味料等。

家乐福

新业态:小体量概念店
开业时间:4月23日
经营面积:720平米
门店特色:王府中环店面积只有720平方米左右,大小是正常家乐福门店的十分之一,该店是家乐福在中国的第一家概念门店。进口、有机商品是该店的特色,7000多种商品70%来自国外,甚至在这个不大的门店中还配有生鲜区,很明显,这个业态走的是精品超市路线。但和走高端路线的精品超市相比,这家店又比较“接地气”,除了健康轻

食和日料之外,这里还提供18元的普通快餐。

贵州合力

新业态:合力+
开业时间:5月30日
经营面积:17000平米
门店特色:“合力+”是合力超市集团推出的全新高端业态,将精品生活超市、高端食材体验结合在一起,在陈列设计上按照商品类型进行了区块划分,突出“场景式”购物环境,如“海鲜码头”“美食汇”等区域,不仅为顾客准备了新鲜的海鲜产品,同时,还可提供加工服务,推出堂食体验化餐饮。

(综合)

便利店多样玩法探索夜间新消费

24小时营业作为连锁、标准化的象征,一直被众多外资和本土便利店企业坚持。

伴随工作时间延长,越来越多上班族的消费时间也都集中在夜间。便利店作为最贴近消费者的业态,24小时提供应急商品和生鲜、鲜食,越来越受消费者欢迎。一些企业也尝试通过多种玩法来降低经营成本,增加销售,提高总体效益等。如便利蜂的自助收银机、好邻居的深夜食堂活动等。

便利店内人士表示,便利店的24小时经营更多是体现了这种业态作为民生设施的社会服务属性和现代都市文明的发育成熟度,以及品牌连锁企业服务标准的一致性,同时也可以摊薄时租,带来更好的品牌形象,是长远发展的必然选择。

深夜食堂聚人气

晚8点以后的好邻居便利店宏大店,在夜幕降临后反而迎来了一天当中的销售高峰。在鲜食产品与深夜食堂活动等拉动下,这家面积不足60平方米的便利店,平均日销售额可以达到1.9万元,远高于业内平均水平。

并且,值得注意的是,在好邻居宏大店中,晚8点至早8点的夜间时段,其来客数占比可达总来客数的40.8%,销售占比占总销售额的45.4%。这也意味着,这家小店面在创造高销售纪录的同时,其夜间销售额几乎贡献了总销售的一半成绩。好邻居相关负责人向北京商报记者透露,包括宏大店在内的几家门店从今年6月开始启动了深夜食堂活动。“很多便利店在夜间事实上就已经很少继续再售卖鲜食商品,而这几家参与深夜食堂活动的门店增加了更多餐食产品,而且在夜间会一直卖。”据悉,好邻居宏大店增加了煮玉米、豆浆等136个SKU的商品,夜间客单价比白天平均要高出3.7元。

据记者了解,目前好邻居已有8家店上线了深夜食堂项目,未来还将有更多好邻居门店上线深夜食堂项目。上

线深夜食堂的好邻居门店也受到了消费者的认可,实践效果颇为乐观。据悉,好邻居车西店在晚上9点后的销售额每天还能达到5000~7000元。

多样玩法平衡效益

便利店正从单一的零售店铺转向综合便民服务集合点。过去,大家对于便利店的印象主要是可以便利地购买到各种应急商品。现在,不少便利店门店经过改造后,增加了桌椅,可供消费者现场用餐、休息,同时还有充电插口、打印机等多种便利设备。

“鲜食产品对于门店总体销售的拉动作用特别明显。”上述好邻居负责人透露,好邻居在深夜增加鲜食速食饭、关东煮、煮玉米、茶叶蛋、馅饼等便利店在深夜极少会售卖的产品,夜间周围其他餐饮饭馆都关门后,下班晚的消费者还是能在好邻居门店里买到热食餐品,并可以直接在店里食用。

深夜食堂餐品带来高销售,显然也能帮助便利店提高夜间盈利。据北京商报记者了解,上线深夜食堂项目,增加鲜食产品品类和售卖时间以后,好邻居宏大店的平均日商同比增长了29%,速食类日商同比增长了247%。

除好邻居外,7-11也推出夜间限定活动吸引消费者夜间进店。如在下午4点至晚上0点之间,推出多款夜间限定款面包购买立减2元的活动等,刺激消费。7-11北京副总经理朱赤兵在接受北京商报记者采访时表示,便利店夜间营业可以提高品牌黏性,更好地满足顾客需求。像北京这样的城市夜间消费需求还是不小的,尤其在凌晨12点之前的前半夜,很多人会买面包、牛奶等为第二天早餐做准备。

另外,除推出夜间促消费活动外,还有一些便利店尝试利用新技术来提高夜间运营效率,降低人工成本等。如便利蜂几乎所有门店都已经配备了无人支付设备,夜间值守店员的工作主要为接货、补货、理货等,而收银工作则由智能技术设备取代。

夜间营业生意经

事实上,在深夜时分,当社区周边的银行、餐馆都打烊时,便利店的灯光是唯一的亮处。“任何时间都在营业”、“任何需求都能解决”一直以来都是便利店深入人心的两个关键。从便利店品牌效益、个人消费满足、城市夜经济发展等方面考虑,便利店夜间营业都十分必要。联华快客便利店前总经理、朗然资本创始合伙人潘育新表示,便利店要不要24小时营业的问题不能简单去计算夜间销售,而应该从更长远的角度去考虑问题。对于企业来说,需要做的是进一步提高网点密度摊薄成本,平衡收益,并思考和探索用新技术提高效率的可行性。

北京24小时便利店的密度也在不断增加。根据中国连锁经营协会发布的数据显示,北京市2017年的24小时便利店所占比例为44.4%,低于上海、广州、深圳等城市。近年来,北京市商务局也出台了一系列促进夜经济和24小时便利店发展的政策。鼓励有条件的商场、超市、便利店适当延长营业时间,并提出到2020年,实现北京中心城区社区便利店全覆盖,24小时便利店占比达50%以上。

不过,24小时中总会存在销售高峰和低谷,无法保证每个时间段都有较高的盈利水平。商务部研究院流通与消费研究所副主任关利欣表示,便利店是零售业的重要业态之一,随着城市的迅速扩张和生活节奏的加快,位于城市中心的零售店铺向小型化发展,网点多、密度大的便利店网络成为满足居民便利消费的重要渠道。24小时营业的便利店能够在夜间满足消费者的应急需求,更体现了服务民生的重要性。为了更好地服务民生、满足消费,同时也平衡自身的成本与盈利,便利店企业需要在选址前期做好市场调查,统筹规划网点布局,充分发挥规模效应,通过即时配送、自主品牌开发、加载多元服务等方式,更好地实现盈利和可持续发展。

(北京商报)

喜茶即将完成新一轮融资?

最近有消息称,喜茶即将完成新一轮新融资,由腾讯、红杉资本领投,估值达90亿元。对此,《每日经济新闻》记者第一时间向喜茶方面求证,对方回复称“目前没有进一步消息”。

实际上,数月之前,就有消息称,喜茶已获得新一轮融资,投资方包括腾讯、红杉资本,估值超80亿元,对此,今年5月,《每日经济新闻》记者曾向喜茶方面求证,彼时对方称,“并没有得到相关消息,有消息会第一时间告诉大家。”

公开资料显示,喜茶运营主体为深圳美西西餐饮管理有限公司,目前已披露两轮融资,其中不乏IDG资本、今日投资、龙珠资本等知名机构,融资总金额过5亿元。

过去几年,包括喜茶、奈雪的茶在内的一众新茶饮品牌,跑马圈地式地迅速铺开店面。据奈雪的茶创始人彭心此前向记者透露,到2018年年底,成立三年多的奈雪的茶有望开出200家,且均为直营。

而根据喜茶此前给出的数据,2018年,喜茶门店数量达到163家,一年时间内,新增近百家门店,预计2019年可完全覆盖一线/新一线城市。

(每日经济新闻)