

社区团购、生鲜电商等线上零售新业态快速发展,正在逐渐吞噬线下传统实体零售的存量,面对来自线上的冲击,传统零售企业是否还有机会?线上线下融合又该走什么路径?近日,由北京市连锁经营协会主办的“数字驱动 融合共生 促京津冀协同共谋发展主题论坛”在京召开,来自科技商、零售企业、行业协会等领域的代表围绕这些话题展开了深度讨论。

线上线下融合在即
传统零售企业「路在何方」



传统零售企业面临压力

北京市商务局流通发展处处长于文对论坛给予了很大的肯定。他表示,此次论坛是新冠肺炎疫情常态化下北京市连锁企业的一次盛会。北京市连锁经营协会是商业领域重要的行业组织,在搭建对接平台、促进资源共享和优势互补、推动行业发展、特别是新冠肺炎疫情期间保供稳价方面发挥了不可或缺的作用。于文表示,希望京津冀三地的零售业能够迸发出新的活力,在高质量发展的路途上步步登高。

的确,这次论坛的召开很及时也很必要,此时的传统零售企业正面临巨大的生存挑战。

中国连锁经营协会秘书长彭建真介绍,现在线下传统零售企业的日子不是很好过。从中国连锁经营协会监测的数据看,今年一季度,在购物中心、便利店、超市三类线下实体零售业态中,除了便利店保持着二次增长的态势外,购物中心与超市业态压力都比较大。其实传统零售面临的挑战在2020年表现的就比较明显,超市的压力主要来自社区团购。

“社区团购在未来三年应该会持续对传统零售行业造成影响,打击的主要是超市业态,并且会对低线城市的超市影响很大。部分地区的社区团购的销售规模很大,而很多都是从超市切掉的。我们了解到,一些低线城市的超市因受社区团购的影响,一季度的销售下降了百分之二三十。”彭建真认为,如今,社区团购企业在不断升级发展,也在关注供应链,品类也越来越丰富,社区团购的快速发展应该引起行业的关注。

彭建真还表示,也许今天社区团购、网络直播等新型的消费渠道还只是传统零售的补充,但是在技术的发展下,社区团购还会有更大的发展空间。“我们零售企业一定要关注零售新势力的崛起,它们会改变中国零售的版图。”

未来的机会在哪儿

那么,如今的传统零售企业还有没有机会?出路又在哪儿?参会企业代表给出的答案中最多的就是数字化转型、线上线下融合。

作为新零售的代表,在数字化中尝到甜头的盒马最有发言权。北京盒马网络科技有限公司公共事务部总经理张欣宇介绍,数字化已经成为社会经济发展中不可或缺的重要内容,盒马一直很重视数字化建设,去年新冠肺炎疫情期间,在盒马的运营发展中,数字化发挥了非常大的作用。

另外,盒马一直坚持的线上线下共同发展,让其在疫情期间有了不一样的收获。张欣宇介绍,无论是盒马的各类线下店,还是盒马的线上平台,包括天猫的入口,都是盒马基于消费者需求的全方位打通。“在新冠肺炎疫情期间盒马线上销售突飞猛进,我们所做的努力让我们一次又一次地打破了天花板。如果说我们的新零售是线上加线下加上现代化的物流体系的一个整合,那么我们认为未来的零售趋势一定不是说需要卖什么样的产品,而是为消费者提供什么样的服务。”张欣宇表示。

线上线下融合发展的潜力也给线下零售企业带来了机会。每日优鲜合伙人兼CFO王珺表示,线上消费市场还很大,未开发的市场未必会是在线玩家获得,而很有可能是线下玩家拥抱了在线化,实现了转型,催生出市场在线化的新变化。“我们预计到2025年线上消费市场可能会达到7.5万亿元的规模,社区团购至少会有1.3万-1.5万亿元,传统电商大概会吃掉3.5万亿元市场,接下来就会倒逼出来一个2.5万亿元左右的商超在线化市场。”

对于传统零售企业来说,迎接挑战的同时更存在着机遇。会上,北京市连锁经营协会会长李燕川提出,2020年不容易、不平凡;2021年不确定、不一样。零售企业要成为消费者生活提案的设计者、提供者,不断提升自身,用好实体店的空间、场景、服务客户的能力。要采用新技术,满足顾客的个性化需求,优选品牌商,与有共同价值观的品牌商共同成长。

数字化如何避免踩坑

众所周知,零售业日子不好过,销售下降、毛利下降,但是做数字化就要投入,就要增加成本,投资巨大的数字化转型对零售企业来说会不会是一种成本陷阱?

深耕零售业多年的北京港佳好邻居连锁便利店有限责任公司总经理陶冶对此有着独到的见解。陶冶认为,零售企业进行数字化转型本身没错,只不过有的企业在早些年该做的时候没有做,今天遇到困难再来做,搞不好可能会损害企业利益。“确实有很多企业会进入这个坑,这些企业很多是因为自己意识到遇到困难,没有去思考问题在哪,然后就跟着别人跑,很有可能被拖死。”陶冶认为,很多企业应该要认真思考这个问题。

对此,北京京客隆商业集团股份有限公司副总经理张红波也表示,零售企业搞数字化要一步一个脚印,要结合企业自身情况,从基础做起。“很多企业都在讲数字化,其实这个角度太高了。京客隆就根据自己的情况,将店铺、生鲜配送、基地全部归到一张网,淘汰服务器搬上云,打通各个环节的数据,解决数据孤岛问题,等等。我们是做好三年到五年的这样一个规划,一步一步走,必须把它走扎实了。”

除了数字化外,社区团购业务零售企业也不要盲目跟风。彭建真表示,社区团购是流量思维,零售企业盲目追随有可能掉坑里,零售企业要守住阵地,尤其是守住毛利率,这是根本。

(据《中国商报》)

每日优鲜上线京东到家 首批400多家门店及前置仓

本报讯 近日,每日优鲜正式在京东到家上线,并通过“物竞天择”项目同步上线京东。据介绍,每日优鲜首批上线400多家门店及前置仓,覆盖北京、上海、广州、深圳、杭州等上百个县区市,其余店仓后续也将分批完成全量上线。

值得一提的是,京东到家首页的超市、买菜和水果频道,均设有直达每日优鲜门店的入口。同时,除了京东首页里京东到家的入口外,消费者也可通过京东超市或京东生鲜的“1小时达”频道进入每日优鲜门店页面。

数据显示,上线半个月,每日优鲜在京东到家平台的销售增长迅速。销量最高TOP5品类分别为:水果、蔬菜、乳品、肉品、粮油调味。其中,最热卖的生鲜是鸡蛋、小龙虾和鸡翅中;最畅销的水果是圣女果、香蕉和苹果;最受欢迎的蔬菜则是金针菇、西红柿和娃娃菜。

每日优鲜用户中心负责人王成表示,每日优鲜已实现生鲜100%批次检测,为消费者带来更加安全、放心的生鲜产品。

据了解,京东到家目前已有超10万家零售门店入驻,覆盖全国约1400个县区市,且还在不断拓展、深化平台的商品类型。

(据《电商报》)

物美超市拟1亿美元 入股社区团购橙心优选

本报讯 陈绮琪 近日获悉,物美计划斥资最多1亿美元(约合6.6亿元人民币),认购滴滴旗下社区团购平台橙心优选不超过2%的股权。以此估算,橙心优选的投后估值将达到约50亿美元(约合330亿元人民币)。对此,滴滴方面暂无回应,物美表示目前的全部信息均以联交所网站披露的信息为准。

3月29日晚间,物美向港交所递交招股书,计划赴港二次上市。据招股书披露,3月26日,物美与Chengxin Technology Inc.签订认购协议,物美同意以最高1亿美元的对价认购后者不超过2%的股权,第一批认购在2021年3月底前完成。据悉,Chengxin Technology Inc.主要从事社区团购业务,属独立第三方。

据了解,在入股橙心优选之前,物美在社区团购领域已有布局。2018年12月,物美与多点Dmall合作推出社区拼团业务。据物美招股书显示,多点为零售软件服务及电商数字化服务供应商,张文中在多点持股超过30%。

据橙心优选官网显示,“橙心优选社区电商”微信小程序于2020年6月正式上线,首站落户成都;9月25日,橙心优选独立APP正式上线,用户可选择微信小程序或者下载APP进行,目前已覆盖四川、重庆、陕西、山东、广西、重庆、贵州、云南、河南、福建等地。

此外,橙心优选还持续加码线下渠道,落地“橙心优选超市”、“仓储量贩店”、“橙心小店”等实体店,其中橙心优选仓储量贩店采用仓库一体化模式,主要售卖果蔬肉类、粮油干副、日用百货、酒水饮料等,也有进口产品等商品,聚焦下沉市场。