

超市巨头切入新业态

业内建议以城市为单位对实体零售业转型升级项目予以支持

疫情影响到店消费客流
到家服务订单大增

近年来,精品超市瞄准高端商品、高档环境、高收入市场,依靠其宣传的正规进口货源,以空运的进口牛羊肉、海鲜和有机蔬菜等高档商品,一度吸引大批中高端消费者。尽管门店价格较高,由于与传统超市、大卖场的大众化产品和服务形成了市场错位,因此也收获了一批较稳定的客户群。

随着跨境电商和生鲜电商平台兴起,消费者方女士从去高端超市扫货逐渐选择了网购替代,“盒马、京东也有菲力牛排、波士顿龙虾,一键下单可送到家,不用我舟车劳顿去线下采购,而且退换货后服务方便,如果买的有机蔬菜不新鲜可线上退款”。

近期广州地区因受到疫情影响,市民外出减少,多家超市线下客流锐减,但线上购物平台订单量反而有大幅提升。永旺超市、华润万家等多家超市线上销售实现了两倍增长。

中国连锁经营协会发布的《2021年网络零售百强报告》显示,数字化趋势下,消费新业态、新模式为行业注入活力,也受到更多投资者青睐。从投资金额来看,2020年,在疫情期间“无接触”的需求下,销量快速增加的生鲜类和社区类消费新业态获得了最多的关注,获投资金额分别为170亿元和145亿元,领先于其他细分领域。

商务部支持前置仓进社区
鼓励多元业态发展

5月底,商务部等12部门发布关于推进城市一刻钟便民生活圈建设的意见。据悉,一刻钟便民生活圈(以下简称便民生活圈),是服务半径为步行15分钟左右的范围内,以满足居民日常生活基本消费和品质消费等为目标,以多业态集聚形成的社区商圈。

针对近年来各地便民生活圈快速发展中存在的商业网点布局不均、设施老旧、新业态新技术新模式发展不平衡不充分等问题,《意见》提出了科学优化布局、补齐设施短板、丰富商业业态、壮大市场主体、创新能力、引导规范经营六大任务。

在商业业态的丰富方面,鼓励商业与物业、消费与生活、居家与社区等场景融合,实现业态多元化、集聚化、智慧化发展。特别是要优先配齐基本保障类业态,支持与居民日常生活密切相关的便利店、综合超市、菜市场、生鲜超市(菜店)、早餐店、美容美发店、药店、家政服务点、前置仓等进社区,在安全、合法的前提下采取“一点多用”、服务叠加等方式发展微利业态,保障生活必需。

从大卖场、高端精品店,到社区前置仓,超市业态的不断变迁,折射出零售行业激烈竞争的局面。疫情期间,各大商超线上平台一片火热,到家服务订单持续暴增。由此,许多线下商超着手加大布局线上业务,并纷纷开始试水切入仓储店等新模式、新业态。

近日,商务部等12部门也发文支持便利店、生鲜超市、前置仓等进社区,进一步丰富商业业态。业内人士认为,受疫情影响,线上线下正重新进入一个新的、生鲜存量市场的博弈中,建议以城市为单位,统一考虑对于实体零售业转型升级项目的投资支持。

线上线下进入新博弈 企业新业态发展需得到支持

步步高董事长王填此前表示,社区团购(热潮)的到来,以及今年疫情影响的叠加,把线上线下这个原本“脆弱”的平衡格局再次打破,线上线下正重新进入一个新的、生鲜存量市场的博弈中。

针对百货零售业加速转型的问题,王填建议,对于企业新业态发展的项目建设予以支持。“传统零售业向线上转型,进行到家O2O服务,需要大量投资兴建B2C配送中心以及大型门店附近的云仓。这些基础设施在建成后会对O2O的深化和发展,同时进一步完善城市配送。但在硬件设施如设备引进、系统建设、工程建设等方面,项目投入巨大,且周期长,回报慢。这些配送中心和云仓往往处在城市的不同区域,难以享受到区一级别的政策支持,建议以城市为单位,统一考虑对于实体零售业转型升级项目的投资支持。”

然而,也有业内人士为线下实体超市频频试水各种新业态而感到担忧。网经社电子商务研究中心特约研究员李礼表示,目前有的大卖场超市的转型升级不顺畅,从而“急病乱投医”,一下子要发展社区团购,又要发展仓储型超市,管理层处于迷茫状态。他认为,前置仓目前仍处于被低估的状态,未来具有发展机会。

社区小店、仓储式会员店兴起 线下超市加速布局线上

“一刻钟便民生活圈”正成为各大商家的重点布局之一。近日,永辉超市旗下首家仓储店日前在福州市低调开业,该店由原来的永辉精致超市“Bravo YH”升级改造而来。还将在重庆落地两家仓储店,同样也将由原来的永辉超市门店改造而成。

去年,永旺在广州江燕南路开设了首家生鲜便利店,线上覆盖周边1公里居民;今年3月,又在广州昌岗中路开设一家社区便利食品超市,线上覆盖周边3公里居民,两家店都能到店自提或线上下单送货到家。

“大型商超公司本身有强大物流供应链、商品配送基础做支持,也是布局社区生鲜店的优势之一。”永旺有关负责人介绍说,如果类似社区生鲜小店试水成功,还会集中在中心城区大量开店,并向其他城市拓展。

受疫情影响,看到社区消费习惯有望拉动mini店释放增长空间,近期永辉、大润发等大型商超均加速布局小店业态,阿里、京东、拼多多也通过多方面生活服务进入社区团购赛道。

与此同时,许多线下商家也开始对线上业务制定长远的目标。华润万家总经理徐辉曾表示,未来还将加快数字化能力建设,加速全渠道获客,把握住消费者快速形成通过O2O到家服务购买超市商品的新趋势,充分利用既有的全业态运营经验和规模优势,多方位构建线上线下一体化的服务模式。

(据《广州日报》)

每日优鲜多维布局 迈向社区零售数字化

本报讯 在当今社会,经济的发展带动生活水平和用户需求的提高,每日优鲜已经成为提高用户生活水平的重要服务者,而一成不变的企业运营模式早已不能满足日益增长的用户需求。每日优鲜就是时代发展的产物,其将社区零售的改造延伸到更广泛的领域,为消费者带来更优质的购物体验。

每日优鲜作为生鲜电商的领头者,前置仓的创建可谓是核心所在,通过建立前置仓,以及基于其上的冷链物流体系,构建了行业壁垒,成为了行业中的典范。到了2021年,每日优鲜又启动了零售云业务,在“自己做”的同时,将技术核心能力平台化,以在社区零售行业合纵连横,赋能更多行业玩家。提高整体意识,带动全局发展,带动相关产业的发展,不断提升满意度。

每日优鲜的零售云主要面向中国社区零售长尾市场中的诸多商超,旨在通过智能全渠道营销、智能供应链管理和门店到家能力,在运营全流程帮助商家做出更精准的智能决策,解决其在获客、运营、供应链管理等多方面的问题,从而帮助商家快速实现数字升级,降本增收增效。这正好应对了产业互联网浪潮中,社区零售领域众多商超的数字化升级需求。

每日优鲜的做法使得社区零售数字化,显然成了中国未来增量最大、增速最快的线上化市场之一,开启了一场不断拓展边界的“无限游戏”。

以自身发展带动行业发展,这不仅仅是自我的成功意识,更是团队双赢的精神状态,每日优鲜在“无限游戏”中蓄势待发,现已得到众多用户信赖。未来,每日优鲜依旧会不忘初心,不断升级,为更多消费者提供更好的服务。

(中国青年网)

盒马本月将在京 新开3家门店

本报讯 欧阳晓娟 近日从盒马鲜生获悉,盒马X会员店北京首店、盒马鲜生通州首店、盒马鲜生大钟寺店3家门店均于6月18日开业。至此,盒马在京门店将扩至37家。

据了解,北京首家盒马X会员店占地面积约17000平方米,全部采用仓储式货架。X会员店SKU数量约3000个,其中自有商品占比超过40%,并推出自有品牌“盒马MAX”。北京的盒马X会员店在商品、配送等多方面将对北京消费者需求进行本地化改良;盒马鲜生通州首店落户在新华东街,购物空间达4900平方米;盒马鲜生大钟寺店则位于海淀四道口。

盒马鲜生官网显示,截至目前,盒马在北京共有34家门店,其中32家盒马鲜生店,2家盒马迷你店。上述3家门店开业后,盒马在北京则拥有37家门店。目前,盒马加码布局线下门店,以盒马X会员店为例,今年将在全国范围内开出10家。