

盒马正式入局
工厂化养殖

本报讯 近日,盒马通过工厂化养虾基地养殖的“盒田虾”正式开售,这也是盒马入局新农业后,交出的首份答卷。

天眼查信息显示,上海盒马农业科技有限公司于2021年1月成立,从事农、林、牧、渔专业及辅助性活动。这家公司正是盒马农业的经营主体。相关负责人介绍,2019年开始,盒马花了3年多时间,由一支专业团队自主研发了三段式工厂化养殖系统,落地上海崇明。该基地一期项目的南美白对虾已经顺利出塘,在上海地区的部分盒马门店开卖。

这是盒马探索数字化、工厂化养殖的第一个项目,也是尝试运用生物技术自主养殖活鲜的项目,打造了活虾品类产、配、销全链路的闭环模式。

该项目负责人介绍,盒马自己养的南美白对虾更安全,全封闭管理,养殖过程不添加抗生素,且全链路可控;更环保,循环水养殖,耗水量是传统流水养殖模式的1/10;全年恒温养殖,打破季节和气温的影响,可全年稳定供应。在工厂环境中养出的虾,个头比普通虾更大,吃起来口味更鲜甜,虾壳更薄,出肉率更高。

工厂化养殖,改变了传统农业“看天吃饭”的难题,让活鲜可以像稳定的工业品一样稳定生产供应。同时通过数字化赋能、自动化投入,工厂化养殖的坪效和人效也显著提升。

“工厂化循环水养殖模式是水产养殖行业的新趋势,盒马入局并探索成功,对行业来说又是一轮新理念和新技术的冲击。”一位资深水产行业人士说。(环球网)

步步高超市推出
社区式服务

本报讯 人间烟火气,最抚凡人心。零售业寒冬之下,步步高超市踏上转型之路。面临社区团购等不利因素冲击,步步高超市主动关闭部分扭亏无望或物业无法续租的门店,转而聚焦优质存量门店,重构以“货、场、人”为核心的门店布局。同时,主打差异化战略,推出了具有“烟火气”的社区超市服务模式。

2021年,步步高超市业态选择了38家门店打样,利用高性价比、高颜值商品,打造出具有视觉美感和冲击力的商品陈列堆头,让门店焕然一新,留住中老年用户的同时,吸引更多年轻客群走进门店购物。

此外,步步高超市目前主打的差异化战略核心之一在于,推出具有“烟火气”的社区式服务。超市通过每周末的社区厨房活动,围绕超市所在地的习俗与价值理念,进行个性化选品与加工制作。这一差异化服务在实践中得到了当地顾客的较多好评。

“比如,湘潭当地的习俗是6月6日要吃水鱼炖羊肉,我们就安排现场制作。对于顾客而言,第一是解决他麻烦的问题,第二是解决他信任度的问题,综合下来就获得了客户的满意度。这一菜品在一家超市中,单日就卖出2000多份。”他表示。

事实上,零售业寒冬之下,除了采取差异化服务转型等措施外,步步高集团已获得湖南国资20亿元流动性支持。

下一步,步步高集团将进一步聚焦零售业务,以步步高超市为基础,围绕商品供应链、电商等领域,实现产品服务再升级,打开公司价值成长新空间。(咸宁新闻网)

北京便民商业设施建设由点到面,徐徐铺开。7月11日,北京市商务局发布的《加快建设一刻钟便民生活圈 促进生活服务业转型升级的若干措施》(以下简称《措施》)中提到,到2025年,全市实现一刻钟便民生活圈全覆盖,形成多元化、多样化、覆盖城乡的生活服务体系。实际上,北京早将“家门口消费”设施建设提上日程。不仅是数量,北京的便民商业也将高质量发展,实现高品质、多元化发展。

从便利店到生活圈

一刻钟便民服务
2025年全覆盖2025年一刻钟便民圈
城区全覆盖

从“网点”到“生活圈”,北京对便民商业的建设更加“立体”了。《措施》中提到,到2025年,全市实现一刻钟便民生活圈全覆盖,形成多元化、多样化、覆盖城乡的生活服务体系。

在建设一刻钟便民生活圈过程中,北京市的城市和农村将实现协同发展。打造一刻钟便民生活圈,2025年实现城区全覆盖。健全农村便民服务网络,新建或规范提升农村便民店,2025年推广覆盖全部千人以上行政村。

对此,政策在空间上给予支持。《措施》中指出,各区优化辖区内业态布局 and 空间利用,促进商居和谐。健全商业服务设施全过程监管机制,力争实现规划设计、建设、验收、销售、转让、后期使用等全链条监管。北京市还将结合城市更新行动利用腾退空间和地下空间,梳理国有产权或国有主体为第一承租人的空间资源,防止违规长租、层层转租。同时,建设过程中,还将挖掘交通场站、公园、园区等空间资源,布设便民服务设施。

值得关注的是,建设一刻钟便民生活圈时,北京也关注业态的丰富度。《措施》中提到,巩固提升基本保障类业态,支持多业态搭载早餐,将蔬菜零售、前置仓、药店等纳入资金支持范围。

北京便民商业也在精准补位。巩固基本便民服务功能全市社区全覆盖成果,结合实际需求,精准补建综合超市、药店、前置仓等基本保障类业态。同时,北京便民商业推进“一店多能”,搭载便民服务功能;丰富发展特色餐饮、蛋糕烘焙、茶饮咖啡、新式书店、养老康护等品质提升类业态。

店、区、街
立体化便民网成型

北京的便民商业网络为建设一刻钟便民生活圈打下基础。截至2021年年底,全市共有蔬菜零售、便利店(社区超市)、早餐、家政、美容美发、末端配送(快递柜)、洗染和便民维修等8类便民商业网点超过9万个,已实现基本便民商业服务功能社区全覆盖。另外,北京累计培育1万余家生活服务业标准化门店、12条示范街区、20条“深夜食堂”特色餐饮街区,东城区、石景山区入选全国首批一刻钟便民生活圈建设试点。

消费者对社区商业的依赖度增加,企业也乐于在确定的消费需求中找到商机,“开店”依旧在进行。去年年底,北京地铁站内新一批便利店开始营业。据介绍,北京地铁便利店、书屋、药店等将达到130个。今年4月,家乐福零售云全国第一百家店——北京五里坨店开启营业。

便利店企业也都有着自己的“万店计划”,便利蜂、罗森等品牌均在这一序列内。此前,七鲜总裁郑锋表示,将主要扎根在京津冀和大湾区两大区域,并重点开展供应链建设、效率提升和团队能力提升等重点举措。在北京地区,稳健节奏加快开业步伐,争取成为北京市民最喜爱的生鲜美食全渠道超市。在未来门店选址方面,七鲜以周边顾客消费能力和知名购物中心为重要参考,提升门店选址精准度。

据相关监测数据显示,2022年1—3月,14家超市企业(包括传统超市/生鲜食品超市/折扣超市)新开店数量共计28家。其中10家传统超市企业仅5家有新增门店,合计新开门店数20家,仅去年同期的一半,同时也是疫情三年来的最低(2021年同期为42家,2020年同期为28家)。

线上、线下便民渠道
无缝衔接

商业企业也在便民政策升级中享受红利。深圳市思其晟公司CEO伍岱麒指出,连锁便利店因满足消费者便利、快捷的需求,同时营业面积较小,可以广泛分布于各社区,与其他传统零售门店相比,受电商的冲击较小,当便利店形成品牌连锁效应,将有好的发展前景。

对于便民商业的建设,北京国际商贸中心研究基地首席专家赖阳表示,社区商业要以服务社区为目标,根据不同人群的不同需求,嵌入更多的商业业态,丰富门店的多元化场景,不仅在收益上增加新的来源,且通过多元化的消费场景来吸引更多的消费者,形成具有特色的社区商业,是社区商业未来发展的主要方向。

便民商业的“线上化”也成为不可逆趋势。商务部办公厅等11部门去年印发《城市一刻钟便民生活圈建设指南》指出,将探索平台化集成创新模式,鼓励专业运营主体整合商户资源,通过小程序App、综合服务信息平台等接入购物、餐饮、休闲、文化、养老、家政等线上功能,面向居民提供周边商品和服务搜索、信息查询、生活缴费、地理导航及线上发券、线下兑换等免费服务。

(王维伟)