

行业首份即时零售平台模式白皮书发布

本报讯 金志刚 近日,中国连锁经营协会(CCFA)联合达达集团及京东消费及产业发展研究院发布了《即时零售开放平台模式研究白皮书》(以下简称白皮书),这是即时零售行业首份针对平台模式的白皮书。

即时零售,指消费者线上交易平台下单商品,线下实体零售商通过三方或自有物流执行配送上门的服务,配送时效通常在30~60分钟。

白皮书内容显示,即时零售正在加快场景布局,线上线下渠道融合已成趋势。随着新型商业模式基础设施和城市配送服务网络的快速完善,以小时达、分钟达为特征的即时零售已经成为零售模式创新的新风口。

白皮书指出,O2O到家业务成为近年来零售行业的重要驱动力,2016—2021年的年复合增长率达到64%。作为O2O到家业务重要组成部分,即时零售风口已至,迎来快速增长。其中平台模式2016—2021年的年复合增长率为81%。预计到2025年,即时零售开放平台模式规模将突破万亿门槛,达到约1.2万亿元,引领并拉动O2O整体市场规模增长。即时零售和线下实体零售商联系紧密,能带动线下实体经济转型发展,对传统零售业态的提升效果显著。

白皮书首次对即时零售平台模式进行全景式研究,包含即时零售产业链分析、开放平台模式发展背景条件、现状分析及终局展望。结合达达和京东7年来与实体零售商、品牌商的即时零售合作实践经验沉淀,报告创新性总结出即时零售ACE制胜演进路线,包含能力即时化(Ability)、创新即时化(Creativity)和体验即时化(Experience)的业务能力,以及业务规划、组织与人才、数字化等管理支撑。目标是让零售商和品牌

商借助开放平台模式,实现即时零售导入,达成全渠道增长,最终提升企业业绩。

演进路线将即时零售分为三大发展阶段:导入期、发展期和突破期,从而能更有效地帮助商家和品牌评估自身所处阶段后“按图索骥”,识别对应业务能力和管理支撑的核心要素,指导经营实践。其中,导入期标志特征为“门店线上化”,初步形成即时零售导入,实现从0到1的突破;发展期主要标志为“仓库一体化”,即时零售与线下业务相互融合、运营效率提升,促进从1到10的发展;突破期主要标志为“模式创新化”,关注商业模式创新赋能,造就从10到100的增长裂变。

同时,总结并分享了沃尔玛、vivo、万宁、联合利华、金佰利等与开放平台的成功合作案例,为零售行业提供指引参考。

中国连锁经营协会会长裴亮认为,即时零售是一种很好的零售模式创新,“不是单纯依靠线上的流量,而是通过对现有线下资源的整合,使得平台和线下零售商的合作形成一种1+1>2的能力”,从而带来供给侧效率的提升和价值的挖掘。即时零售使零售门店在完成日常经营的同时扮演前置仓的角色,不仅赋予零售门店新的角色,更实现了零售门店在整个供应链中的价值再造。

达达集团创始人、董事会主席兼CEO蒯佳祺表示:“对于实体零售商,即时零售极大地拓宽了业务覆盖边界,提升门店的坪效和人效,并把顾客转变为数字化用户;对于品牌商,即时零售构建了打通线上线下的数字化营销和运营生态,实现了全渠道经营的降本增效,并带来更高速的销售增长。对消费者,即时零售服务意味着显著的时间、效率和体验的提升。目前,即时零售的渗透率加速增长,市场空间极为广阔。”

■相关新闻

无人机送餐、自动车跑腿……

美团探索即时零售自动配送体系

本报讯 刘潇潇 李冬阳 “当顾客早上起床时,用语音智能助手点了一份早餐,几分钟后,载着早餐的无人机起飞,10分钟后,当顾客还在刷牙洗漱时,无人机已经停在了家门口的外卖柜上。”日前,在2022年中国国际消费品博览会(以下简称消博会)的美团展位上,美团讲解员向现场观众介绍了未来城市消费的可能图景,“未来的城市低空物流很可能穿梭着无数的物流机器人,共同为顾客提供万物即时到家的购物体验”。

第二届消博会吸引来自60多个国家和地区的2800余个品牌参展,600多个全球新品将在展会期间首发首秀。此次消博会上,科技零售企业美团通过零售大屏等多种形式,全面直观地向外界展现了美团在未来“零售+科技”的思考和布局。

“我们探索的不只是配送飞行器本身,而是希望建设综合自主飞行无人机、自动化机场及无人机调度系统为一体的城市低空物流网络。”美团无人机业务负责人介绍,美团所展示的“城市低空物流网络”,是指通过飞行器、导航控制、AI

算法、航线管理、通讯系统五大自研技术结合,适应社区、商场、写字楼等多种场景,让无人机与骑手形成人机协同的配送。“其关键难度不在于单个无人机如何实现配送,而是当数万个无人机同时在热点区域提供服务时,多机协同和人机协同如何实现智能调度。”

围绕着提高零售效率的出发点,美团致力于建立密度最高、范围最广的即时配送网络,并通过调度系统与无人机协同系统,为实体商家带来全方位的高效配送服务。无人机、自动配送车,均为美团基于即时零售探索的自动配送体系一部分。美团一季度财报显示,将继续深入推进“零售+科技”战略,持续加大关键领域科技研发投入,单季研发支出同比增长40%、达到49亿元。

零售效率的提升,将直接为传统商超带来新的增长空间。“如果通过无人机等自动配送技术,为商户、消费者缩减配送时长,降低配送成本,那么省下来的将是实体店的新利润点。对于线下商铺来说,科技意味着更多订单和更低的履约成本。”美团相关负责人表示,“本地线下零售是最接地气的商业形态之一,通过数字和科技能力,让本地实体零售以低成本获得更多订单,将是中国零售行业未来的重要发展方向之一。”

每日优鲜暂关停
京津沪极速达业务

本报讯 王君 日前,“每日优鲜回应关闭30分钟极速达”的话题登上微博热搜。根据每日优鲜App首页的服务变更通知,原本30分钟送达的极速达改为次日达。

在股价持续低于1美元引退市猜测、被强制执行533万元等风波后,每日优鲜又在部分城市调整其赖以生存的前置仓模式。

7月28日晚间,有消息称,“每日优鲜融资未能交割成功,公司原地解散。”对此,每日优鲜相关负责人表示,“并非解散,而是暂时关停极速达业务,对人员也进行了调整。”

根据媒体报道,每日优鲜极速达业务在全国范围内关停,改为次日达服务。

对此,每日优鲜方面回应称,在实现盈利的大目标下,公司对前置仓业务进行了调整,次日达和其他业务不受影响。“目前只暂停了北京、上海、天津三地的极速达业务,何时恢复、是否在全国范围内对前置仓业务进行调整暂未可知。”

前置仓模式是由每日优鲜率先提出的。由于前置仓模式解决了生鲜配送面临的“最后一公里”难题,每日优鲜在生鲜电商赛道中脱颖而出。2021年,每日优鲜在纳斯达克上市,但上市后亏损问题一直未能解决。业绩压力下,每日优鲜试图通过在一线城市调整前置仓模式、进行人员调整的方式降低成本。

“关停极速达业务,不仅是因为前置仓的成本在总成本中占比较大,后端供应链支撑低效等因素也是重要原因。”网经社电子商务研究中心特约研究员陈虎东表示,这并不意味着前置仓业务模式的失败,目前前置仓的运营模式仍在探索中。

罗森中国门店总数
突破5000家

本报讯 多米 近日,罗森中国在成都举办第5000店达成庆典,成都荣华南路店正式成为罗森中国第5000家门店。

近年来,深耕中国20余年的罗森突然加快了拓展步伐。2020年,罗森中国首次实现全年盈利,这是国内第一家达成整体性盈利的日资便利店。2020年年底,罗森门店总数突破3000家,超越全家便利店,成为在华门店数第一的日资便利店。2021年7月16日,罗森中国区总裁三宅示修在25周年庆典上明确表示,罗森中国门店数将于2025年达到10000家。

7月7日,中国连锁经营协会发布的《2021年中国便利店TOP100》榜单显示,截至2021年年底,罗森中国门店总数为4466家。如今,仅仅半年多的时间,罗森中国门店总数就已突破5000家,净增534家。

在加速拓店的同时,罗森中国也加紧了并购步伐。2021年12月1日,罗森中国正式完成收购WOWO便利店。2021年12月29日,罗森以3.1亿元正式接盘天虹微喔便利店。2022年6月1日,罗森8家门店同时开业,正式入驻厦门。对于罗森来说,接盘天虹微喔能迅速打开华南市场。此外,为了进一步打开华南市场,罗森已启动在广州投资布局粤港澳大湾区总部项目,区域总部设于广州黄埔。

在区域授权与大加盟商并举的加盟模式下,罗森中国一路狂奔,加之积极的并购举措,在日系便利店三强中,罗森的门店规模已经一枝独秀了。

