



多家超市相继启动店仓一体化

物美超市相关负责人表示,2015年物美集团成立多点Dmall时便开始推行店仓一体化运营,目的在于实现实体超市的线上线下的全渠道运营。截至目前,店仓一体化已覆盖物美的全国门店。永辉超市方面表示,为推动线上业务,永辉超市近年开始推行“仓店合一”模式,提升包括商品供应链、履约效率与质量、仓端改造等基础能力。

“简单来讲,店仓一体化是零售企业实现线上线下全渠道运营的方式,互联网的发展带动了线上零售的发展,对于实体超市来讲,门店不仅要满足线下社区购物的便利性,还要增加线上即时零售能力。”在北京经营一家传统连锁超市的相关负责人说。

除了上述传统商超之外,仓储会员店也进行线上线下一体化运营。麦德龙方面介绍,2020年,物美集团成为麦德龙中国的主要股权方,很多地方对麦德龙有所助力,“近两年来,麦德龙线上销售发展迅速,销售占比从百分之零点几提升至百分之十几,有的店面接近30%。”

据悉,由于麦德龙在进入中国时很长一段时期服务于B端商户,因此均为大仓储门店。在2021年10月,麦德龙宣布全面布局仓储会员店后,麦德龙迅速在全国20家会员店内实施线上线下一体化运营,依靠多点Dmall的后台系统,麦德龙的店仓一体化运营服务范围也扩大至全城配送,另有部分门店实现5~7公里配送。

另据沃尔玛2023财年第二季度业绩报告显示,沃尔玛中国2022年第二季度电商净销售额增长77%,2021年、2022年两年叠加增长率为

在超市相继入局线上线下全渠道运营的背景下,推行店仓一体化成为超市的一个方向。但在实际运营过程中,店仓一体化盈利周期却相对较长。2015年物美集团成立多点Dmall时便开始推行店仓一体化运营,今年4月份该项目实现盈利。据悉,店仓一体化运营需要长时间试错、调整,在实践过程中对人员成本、场地、实体门店不断优化,多家超市在运营店仓一体化多年后才得以维持盈亏平衡。

业内观点认为,店仓一体化即为线上线下全渠道运营,虽然多家连锁超市的线上营收连年增长,但距盈利仍有一段距离,店仓一体化改造涉及超市系统化的转型,并非一蹴而就。

线上销售持续增长 商超店仓一体化 离盈利有多远?

152%。沃尔玛中国现任CEO朱晓静表示,线上的发展在给消费者带来便利的同时,也给企业带来了盈利的巨大挑战,所以沃尔玛一直强调线上线下一体化发展,强调线上渠道盈利的可持续增长。

和君咨询合伙人、连锁经营负责人文志宏认为,店仓一体化的本质是传统零售商超全渠道化,也是零售企业发展的趋势。事实上,全渠道化是10年以前中国的零售企业研讨的话题,随着线上零售业务的快速发展,全渠道化成为零售企业日益迫切解决的命题,而店仓一体化顺利推行的关键在于商品与物流的结合。

盈利周期长

“虽然企业的线上占比、销售额连年增长,但距实现盈利仍有一段距离”上述传统超市负责人感慨称。该负责人透露,全渠道运营的趋势不可避免,线上商品的营收还未能分摊人力、物流配送、平台成本,经营的超市还需系统化调整。据悉,今年4月份,物美的多点Dmall实现了店仓一体化盈利,即多点Dmall业务实现盈利。从成立到盈利,多点Dmall用了近7年时间。物美方面表示,早在2015年多点Dmall成立时便开始推动

店仓一体化业务,在2020年物美实现全部门店铺设店仓一体化。物美表示店仓一体化首要考验的是后台系统,对人员、场地、物流等成本控制要求较高,成熟的后台系统需要多次试错、调整。

今年9月份,永辉超市CEO李松峰对外表示,线上线下“仓店合一”的形式是最有希望实现盈利的。据永辉2022年中报显示,2022年上半年,永辉营收487.31亿元,同比增长4.07%。其中,线上业务上半年营收75.9亿元,同比增长11.5%,占全渠道主营收入15.7%。李松峰表示,今年上半年到家业务已从原来7.9%亏损率下降到1.6%,实现大幅度亏损下降的主要原因为门店优势、物流、供应链与科技投入。

针对到家业务,永辉将在部分核心城市推进“仓店合一”模式,提升包括商品供应链、履约效率与质量、服务与体验等在内的基础能力。据悉,永辉的“仓店合一”即为店仓一体化运营,该模式已在福州实现盈亏平衡。

永辉方面介绍,福州是永辉较早试点到家业务新模式的城市。截至目前,永辉在福州试点已完成35个高标仓的改建,其经营面积均在800平方米到1000平方米之间。仓

内产品涵盖生鲜、日化、加工食品等品类,产品SKU达7000个至8000个。从覆盖范围来看,每个仓可辐射周边3公里,且多数仓的选址靠近门店,能与门店形成协同效应。截至目前,永辉福州地区部分仓峰值单量为7000单至8000单。整个福州地区日均单量达10万单,仓端业务基本实现盈亏平衡。

上述传统超市负责人透露,对生鲜电商、传统大卖场来说,实现线上盈利首先要建立后台系统,需要后台具有从B端调货、C端零售等方面的调度能力。比如在货品成本损耗上,后台系统可以估算进货量、应急储备等,很多传统大卖场、便利店不能实现一体化的盈利与没有持续调整、升级后台系统也有一定关系。“后台系统的不断试错、调整是导致店仓一体化盈利周期长的关键原因,多数连锁超市店仓一体化的盈利周期均超过5年,国内店仓一体化的概念虽然很早提出,但是实践并坚持下来的企业很少,所以实现盈利的企业更为稀少”。

另有观点认为,店仓一体化主要的运营难点在于线上,超市线上运营商品主要是生鲜,生鲜零售主要特点是薄利多销,而且对即时调度、成本控制要求更为严格,这对大部分生鲜电商、超市的后台系统要求更为苛刻。

文志宏认为,店仓一体化是系统化转型,并非简单的加法,不是简单地在门店基础上加上仓库,线下的基础上加上线上。店仓一体化需要超市进行重构,卖场运营模式的重构、商品的重构、到家和到店业务的组合重构、门店组织管理的重构、供应链体系的重构,店仓一体化是看似简单实则复杂的转型、升级。

(据《新京报》)

美团优选启动品牌升级 定位“明日达超市”

本报讯 秦胜南 近日,据美团方面消息,美团优选已将品牌定位升级为“明日达超市”,未来将通过覆盖城乡的自提点网络,改善“最后一公里”消费体验。

当前,便捷度与幸福感成为消费需求升级的重要体现,即时零售、社区电商等新业态不断涌现,零售平台等市场力量也加快改善“最后一公里”消费体验。为迎合新的消费趋势,美团优选将品牌定位升级为“明日达超市”,满足城乡消费者“省+便利”需求。

截至目前,美团优选平台“今日下单、次日自提”服务模式已覆盖全国2000余市县。平台上超过一半的自提点位于乡镇,不但让农民购物变得更便捷,还带动了分拣员、司机、自提点店长等多种就业岗位。

未来,美团优选将通过覆盖城乡的自提点网络,连接本地优质供给与消费需求,满足用户对“省+便利”的需求。“我们将不断发挥平台优势,搭建覆盖全国的物流体系和自提点网络,促进线上线下融合。”美团优选相关负责人说。

物美在北京试点 超市场景直播业务

本报讯 于桂桂 近日,从物美了解到,物美集团在北京试点超市场景直播业务,通过抖音物美卖场旗舰店将商品首次发往全国,未来或将利用物美旗下多点Dmall的后台处理系统及配送体系,推行直播间即时配送业务。

在物美大卖场双井店了解到,物美在该店直播布景,通过抖音平台进行全天6~8小时的直播,从9月16日至今,直播累计销售额超300万元。物美新媒体部负责人卢珊表示,通过超市实景直播,物美向全国消费者售卖米面粮油、日化等生活必需品。十一期间,物美直播融合了脱口秀形式,邀请脱口秀演员一同直播,带来可观流量,10月7日全天直播实现销售额超100万元。

据了解,物美正考虑将铺设直播版的即时达业务,即在直播平台实现商品即时配送。物美将利用多点Dmall的后台处理系统及配送体系,通过直播带货的形式,将物美大卖场的商品进行全国即时配送。

业内人士分析认为,物美在抖音平台的即时达业务戳中了抖音在即时零售方面的拓展意向,随着即时零售的交易规模不断攀升,抖音也在寻找切入点入局即时零售。物美、抖音双方的合作有利于双方利用本地生活流量、商品供应链实现即时零售在直播方面的探索实践。

公开资料显示,2022年8月19日,抖音宣布与饿了么达成合作,饿了么以小程序的形式入驻抖音,为抖音用户提供从内容种草、在线下单到即时配送的本地生活服务新体验。有观点认为,抖音的意向并非仅仅是外卖,而是即时零售,以生活服务电商切入即时零售,符合抖音的互联网基因和优势,与物美的合作也为抖音与其他商超等生活服务企业在线上零售方面的合作提供了商业思路。