



24小时便利店回归 成为城市经济发展新突破口

本报讯 自“夜间经济”的概念提出以来，繁荣夜间消费逐渐成为了全球范围内许多城市的一大发展目标，并在城市GDP中占据越来越高的比重。

在国内，夜间已成为居民消费的“黄金时段”。据商务部发布的《城市居民消费习惯调查报告》显示，中国60%的消费发生在夜间，大型商场每天18时至22时的消费额占比超过全天的一半，21时至22时电商成交量达到最高峰，22点至次日凌晨1点餐饮外卖的订单量出现明显增长……2021年全年夜间消费达到34.8万亿元，预计2022年突破40万亿元。

夜间经济繁荣之下，曾备受质疑的24小时便利店也大有回暖之势。

近年来，在一系列的通知、指南、措施中，总能看到24小时便利店的“身影”。

2021年，商务部门办公厅等11部门发布了《城市一刻钟便民生活圈建设指南》，提出重点发展品牌连锁店，支持养老、托育、便利店、药店、家政服务店、美容美发店等品牌连锁企业进社区，发展无人值守便利店、自助售卖机等智能社区商店，鼓励便利店、药店视情延长营业时间，有条件的可24小时营业。

2022年，北京国际消费中心城市领导小组办公室发布了《北京市促进夜间经济繁荣发展的若干措施》，重点突出“北京范”“时尚潮”“文化芯”“科技核”，鼓励便利店、药店等视情延长营业时间，有条件的可24小时营业。上海市出台了《激发创新动能 引领时尚潮流 加快国际消费中心城市建设的若干措施》，提出完善夜间经济的空间布局体系，点亮并建设具有引领性、高质量和可持续发展的24小时活力城市，推进上海国际消费中心城市建设的若干措施。

作为具备高网点密度、极其贴近人们工作和生活场所的零售业态，便

利店已然变得越来越不可或缺。尤其在打破了营业时间的限制后，无疑会凭借对即时性消费诉求的有效满足，进一步“升级”为都市生活的一大标配，在彰显都市文明、提升城市魅力、增强居民的幸福感和获得感外，刺激夜间消费、把握夜间增量，成为城市经济发展的新突破口。

据中国连锁经营协会发布的《2022中国城市便利店指数》显示，在其所调查的39个城市中，24小时营业比例高于50%的只有18个，区域之间存在较大差异。此前，《第一财经》曾对上海某便利店展开调查，发现该便利店在18点至次日早上6点间主要销售盒饭、饮料、酒类和小食，营业额可以占到全天的30.5%。

值得一提的是，便利店夜间的销售情况存在季节差异、南北城市差异、门店类型差异、消费习惯差异、经济水平差异等，与所在区域的“夜间灯光指数”基本呈正相关，但也不能完全保证。不难想象，天气暖和的地方夜间销售情况会比寒冷的地方更好，社区、交通枢纽等热闹的场景夜间销售情况又会比偏僻的场景更好……

便利店网点密度高，且极其贴近人们工作和生活场所，但这也意味着行业竞争大，仅着眼于门店所在区域内的流量“格局”太小、增长有限。打通外卖渠道，无疑能让便利店在投入夜间营业成本的基础上，挣脱地域限制及地域的客群限制，借助外卖平台的流量优势和履约优势，来进一步提升销量。

今年6月，美团外卖启动了“24小时便利店项目”，与之合作的便利店会在线下安装“小黄灯”，同时在线上上线外卖服务。目前，长沙的美宜佳、新佳宜，青岛的有客便利，武汉的美宜佳，成都的见福便利等都已与美团外卖达成合作，安装了“小黄灯”的便利店均可提供24小时外卖服务。此前，

罗森中国事业推进总部总经理吉田凉平也曾表示，“即时零售”（外卖）给实体店带来了很大增量，营业额占到整体的10%左右。或许，这种模式也有望成为便利店用于应对房租、用工等各项成本增长以及同质化竞争下均摊流量减少的有力“武器”。

而在畅想挣脱成本限制的方式时，无人零售又给经营者们提供了新的思路。虽然前期布局无人零售解决方案需要投入一定的资金，但据了解，在安装AI摄像头、闸机、货架、货柜等智能IoT设备后，门店就能实现自动化的管控。一方面，无需人工收银、无需人工值守，不仅不用增加夜间人力投入，也能减少日间店员招聘，轻松实现24小时营业。另一方面，门店灯光可根据人流、营业时间等及时调整明暗，节能减排，最大程度控制夜间电费增长。

在上海陆家嘴的wepickAI超市，据其介绍，基于人工智能、大数据、边缘计算等前沿技术，系统可对线下门店进行三维重建，轻松识别拿放动作以及拿放商品。如此一来，顾客只需扫码/刷脸进店，挑选完毕直接出店就能自动结算，即使外包装极为相似也能被准确区分。而得益于自动结算、远程管控、缺货提醒等数智化能力，相较传统便利店，wepickAI超市至少能节省50%的人力。

如果说，政策的大力支持给便利店的24小时营业提供了良好的外部环境，那么新模式、新技术的不断出现赋予了便利店得以抓住外部环境变化机遇、轻松实现24小时营业、挖掘夜间增量业绩的能力。

不难预见，不久的将来，越来越多24小时便利店会出现在社区、街角、交通枢纽、办公大楼、园区……从提供消费服务的便利店，演变为都市群体的能量“充电站”与精神“庇护所”，并在每个深夜亮起一盏盏灯，静静等候、温暖每位夜归人。（中国经营网）

买菜平台订单激增 多家商超积极补充运力

本报讯 谢艺观“一打开App就是已经约满。”“每天起床打开买菜软件，就显示运力不足。”近日，北京不少居民表示，在北京的盒马、七鲜、多点、美团买菜、叮咚买菜等多个线上平台显示运力不足，无法正常配送。除了线上买菜运力紧张，亦有不少人表示，外卖、电商等配送也出现延时情况。

针对上述情况，多家线上零售平台纷纷作出回应。“目前更多用户选择线上下单，带来了订单的激增。同时，部分快递员、分拣员不能正常出勤，导致运力吃紧。”盒马方面称。

物美相关负责人亦表示，疫情下配送的人员变少，因此出现了运力不足的情况。目前相关企业平台正采取措施，保障线上订单的配送。“支援包括兄弟门店支援和总部下店支援，以调集运力。‘变阵’则是将一些线下员工转到线上去工作，进行分拣、打包等。”物美相关负责人说。

盒马方面也表示，目前北京总部的文职人员已经有半数支援拣货、打包等岗位，盒马门店员工主动兼职配送员，此外也通过“共享用工”最大程度补充人手。

日前，北京市商务局表示，为满足市民线上消费需求，鼓励重点电商平台按照日常3~5倍加大备货量，要求前置仓等保供场所应开尽开，涉疫关停的原则上24小时内处理完毕、重新开放，多措并举保障货品供应充足。多渠道恢复外卖配送运力，支持北京市重点电商平台通过设置拉新、跑单奖励以及“共享用工”等方式补充运力。

盒马发布《盒区房消费洞察报告》

本报讯 王惠绵 2022年“双十二”，美食专业公司盒马和最懂年轻人的小红书联合发布《2022年盒区房消费洞察报告》（以下简称《报告》），揭秘懂“吃”青年的最新潮流。

坐地日行八万里，美食“跨区热”席卷全国。《报告》显示，今年盒马各类美食新品种中，小众地方特色美食“跨区”爆火趋势明显。海南的糟粕醋锅底在北京等内陆城市成为“顶流”，来自新疆的缸子肉销量前三则为合肥、郑州、昆明。盒马研发团队奔赴全国各地挖掘特色美食，打破地理隔阂，为盒区房餐桌加菜。

Z世代吃货消费观：传统要创新，认真地糊弄。盒马最新推出的芋泥麻薯八宝饭已经成为吃货们争相打卡的对象。此外，用粗粮代替传统糯米的青稞八宝饭、加入了人参的药膳八宝饭在盒马悉数登场。创新、颜值、健康，让一度略显老气的传统点心，重新回到年轻人的视野中。

在快节奏的生活里，方便速食是人们不得已的“将就”。《报告》显示，同时购买速食商品、高档海鲜食材的盒区房消费者同比增长超20%，用户买了泡面之后，最喜欢捎上一份三文鱼。

下厨房成精致生活风向标。2022年面世的盒马自有品牌匠酱好，陆续推出川式椒麻汁、蒸鱼料、盐焗卤料等，迅速成为盒区房消费者的首选。

“小众的需求不代表不存在。市场的良好反馈，也坚定了我们研发、挖掘小众产品的信心。”盒马匠酱好系列负责人珊瑚认为，在厨房这方天地，这届年轻人不只要吃得饱，更要吃得好，还要享受下厨的乐趣。