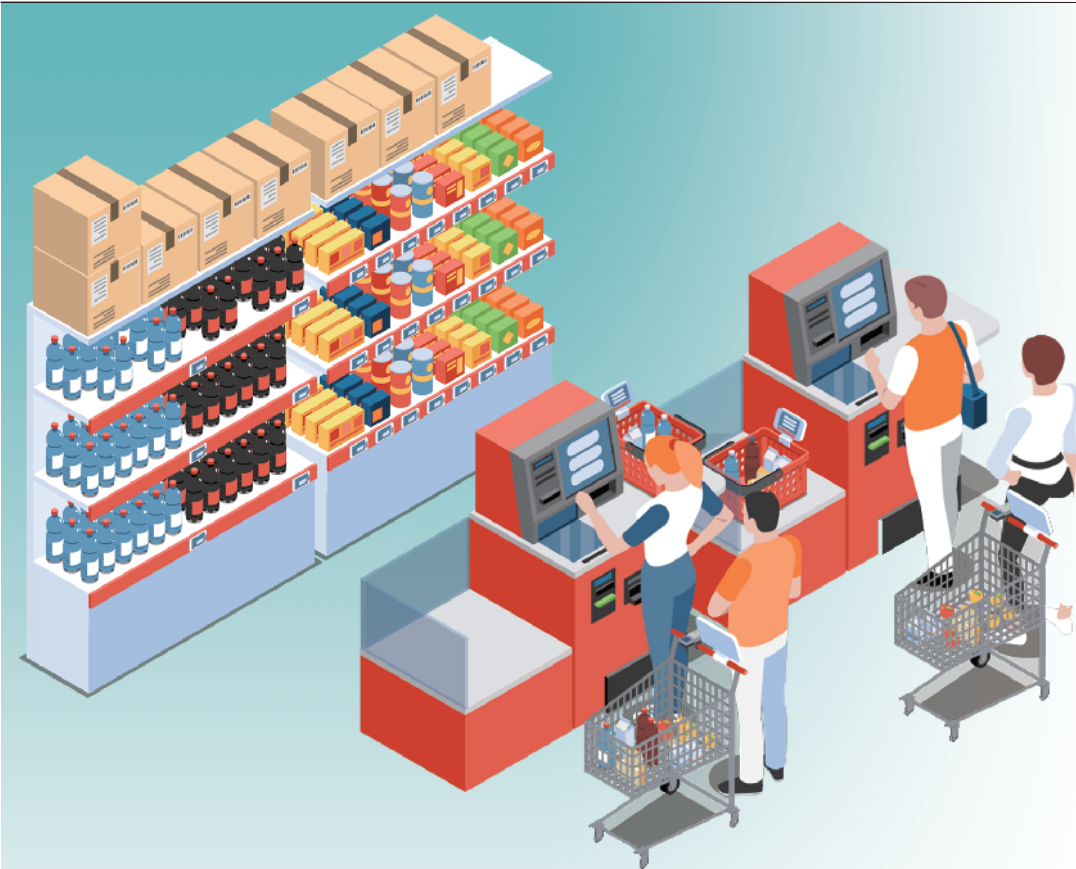




扫码开门

自助选购

一键结算

无人零售越来越受到青睐

扫码开门、自助选购、一键结算……无人售货机的出现方便了大家的生活,在商场、车站、地铁、公园、办公楼等人员密集的地方四处可见,货品逐渐多元,有饮料、食品、鲜花、水果、蔬菜、咖啡等,这样简单的购物方式受到了越来越多消费者的青睐。

即时满足需求

夜深人静,刚写完一篇论文的北京大学生小高心满意足地伸了个懒腰,到宿舍楼下的自助咖啡机购买一杯咖啡犒劳自己。深夜的一杯热咖啡,是小高繁忙而充实的大学生活中不折不扣的“小确幸”。

如今,无人售货机在人们的日常生活中随处可见:在车站候车厅为旅客出售饮料、面包、方便面等便民商品;在学校宿舍楼内为学生提供零食饮料;在写字楼下自动售货机为白领提供早餐;居民在小区楼下的生鲜自动售货机买到新鲜水果……在不少开店空间有限但又有较大消费需求的地方,都能看到无人售货机。

对消费者来说,无人售货机满足了随机性、即时性的消费需求。比如,运动结束口渴难耐时,最近的便利店却在一公里外,近在咫尺的无人售货机自然成为大多数人的第一便捷选择。对于消费者来说,无人售货机迅速填补了生活中对快速购物的需求。

与传统零售相比,无人零售兼具“开源”和“节流”两个优势:无人售货机的体积小、占地面积少,24小时售卖,房租和人工成

本更低。其收益来源也不仅仅是商品,售货机自身同样是很好的传播媒介,在机身和屏幕上的广告也有收益。

“无接触经济”走红

无人零售近年的发展,离不开政策支持。2021年7月,商务部办公厅等印发《城市一刻钟便民生活圈建设指南》,鼓励发展智能社区商店、无人值守便利店、自助售卖机等;2021年12月,国务院印发《“十四五”数字经济发展规划》,支持实体消费场所建设数字化消费新场景,推广非接触式服务等应用,提升场景消费体验,培养全民数字消费意识和习惯;2022年8月,科技部等印发《关于加快场景创新以人工智能高水平应用促进经济高质量发展的指导意见》,提出消费领域需积极探索无人货柜零售、无人超市等新兴场景。

数字化建设被重视程度不断提高,为实体零售的数字化升级创造了有利的发展环境。无人零售行业在近年发展中“渗透”至更多城市、更多场景,“无接触经济”逐渐被消费者接受认可。

专家认为,未来发展无人零售是促进新型消费、扩大内需的重要措施,也是实体零售应对消费需求结构调整、网络零售快速发展变局的重要手段。有大城市已将无人零售作为城市发展的重要部分,积极创新推进,促进智慧城市建设。无人零售作为零售业与人工智能、物联网等技术相结合的新业态模式,在消费规模不断壮大的背景下,将迎来广阔市场。

“无感支付”拿了就走

2022年10月,上海罗森便利店引入AI无人零售解决方案,无感支付智能门店开业。通过无需排队自动结算的方式,消费者可以快速、便利地选购商品。当被问及无感支付带来的体验时,有顾客连连表示:“很方便!尤其早晨去上班时很多传统便利店非常拥挤,无人零售不用排队。”

顾客刷脸或扫码进店后,挑选完毕直接出店就能自动结算,整个过程只需短短数秒。消费者能在匆匆忙忙的工作日早晨快速买到一份营养早餐,快节奏的都市人群尽享日常购物的便利。

无人零售兴起的背后,技术进步为行业优化带来不少新气象。曾经困扰无人售货的识别不准确、承载客流有限等问题,在AI、5G、物联网等技术的快速发展中得到有效解决。例如,基于3D机器视觉等技术,门店可对线下物理空间进行三维重建,实时追踪顾客的逛店轨迹、关注商品,识别拿放姿态、商品信息及数量等,无需通过自助结算台操作,AI系统也能随时掌握消费者购物习惯。

传统便利店运营中,订货是个很“烧脑”的工作。经营者需要扫视所有栏位、了解销售情况、再逐一订货,对生鲜食品类还要分析过往几星期的销售数据并推测未来几天的订货量。现在,通过门店数智化管理系统,基于海量消费数据实现的顾客购物分析、商品销售分析、区域习惯分析、营销效果分析等,能帮助经营方高效、科学决策,轻松完成订货工作。

春日特色一步到“胃” 盒马推出多款春季预制菜

本报讯 李嵩楠 一年一度的春菜季已到,盒马推出了“咬春八鲜”系列商品,围绕刀鱼、香椿、春笋等8种时令食材,不仅上架了丰富的时鲜,还把它们做成了不同的预制菜,让消费者将春日特色一步到“胃”。

在盒马门店内看到,河豚、刀鱼、鲥鱼等“长江三鲜”再次上新,经过预处理,这些时令小众水产被制成预制菜,附赠汤汁料包,吸引不少市民购买。据介绍,自2019年起,盒马就联合江苏中洋集团让“长江三鲜”出现在了市民餐桌。但不少市民不知道如何处理和烹调,因此今年盒马尝试推出预制菜,降低尝鲜门槛。

以河豚为例,内有两条河豚,生态养殖,专业加工,全程可溯源。河豚鱼骨熬制成白汤,再制作成料包随赠。简单炖煮就能做成美食,鱼肉入口弹韧,鱼皮Q弹润口。通过手工鲜做,食材新鲜、口感细腻的刀鱼小馄饨也颇受欢迎,

内有18只小馄饨,馅料中的海刀鱼肉含量超50%。

香椿苗、马兰头、芦蒿等春菜早已上线,用它们制成的特色预制菜不容错过。冷藏货架上,天目山雷笋腌笃鲜、春笋炒腊肉、春笋咸肉煨柴火豆腐等均已琳琅满目。

腌笃鲜是南方一道经典春菜,把它做成预制菜并不难,难的是用新鲜的当季雷笋做。盒马这道腌笃鲜,选用来自浙江临安的天目山雷笋,从挖笋到制成预制菜摆上货架,整个流程不超过3天,内有雷笋、猪肋排、百叶结、咸肉等,加热即可食用,汤浓味鲜。

盒马预制菜负责人陈慧芳表示,依托盒马在全国建起的300条鲜食供应链,盒马预制菜供应体系兼具覆盖面广、运输链路短的特点,这也让盒马能够跟随时令快速切换菜单,为消费者提供又新鲜又应季的鲜品预制菜。从2月中旬到4月,盒马陆续会有近40款预制春菜上新。

推动老字号企业复兴 永辉助力石屏北门豆腐发展

本报讯 近年来,不少诞生于中国本土的“老字号”企业和传统技艺正在面临失传的风险。随着市场的裂变式发展,许多老字号企业由于观念滞后、产品创新能力不足、固守传统营销模式等原因,在日趋激烈的市场竞争中败下阵来。

为保护老字号这一传承中国传统文化的重要载体,多地政府和企业纷纷细化措施促进老字号的改革创新。

作为国内零售企业巨头之一的永辉超市,近年来也聚焦老字号品牌,为乡村振兴贡献力量。据了解,永辉旗下一村一品项目针对全国各地多个老字号品牌,不仅推出多项扶持政策,为老字号品牌开通绿色通道,还与多个省市的地方老字号合作,助力其打造标准化、品牌化产品,帮助老字号企业拓宽地域边界。

2022年,永辉“一村一品”项目来到云南省石屏县,与当地的北门豆腐厂达成合作。作为石屏县知名的农副产品,石屏豆腐是中国国家地理标志产品。其中,北门豆腐厂生产的石屏豆腐,自1956年诞生以来,凭借细腻的结构、富有层次的口感为当地人所喜爱。由于建址较早,北门豆腐厂一直位于一栋明末清初的老宅之中,而更为特别的是,老宅中的一口老井,井水酸涩不适合饮用,但用来点豆腐,却能让豆腐很快凝固,这使北门豆腐

厂生产的石屏豆腐,既不使用盐卤(氯化镁)点制,也不用石膏(硫酸钙)点制,原料更为天然,也造就了产品不能为外人复制的独特性。

但在当地,北门豆腐厂的产品大多直供于本地餐饮门店,在全国渠道上销售的产品并不多。

永辉通过多年来深耕零售行业的经验,洞察消费市场趋势,与北门豆腐厂共同研发迭代了云南北门软心豆腐、云南石屏北门玉乳豆腐两款速冻豆腐产品,既保留了北门豆腐传统制作工艺,又为其融入了网红商品的属性。该产品在永辉线上线下全渠道上线后,立即获得了全国范围内消费者的好评。

如今,在永辉等新渠道的助力下,石屏北门豆腐已经走出了石屏县,走向了福建、北京、重庆等省市,北门豆腐厂也成为了当地老字号复兴的典型企业。而除了北门豆腐之外,永辉“一村一品”项目也支持了多个老字号品牌的复兴,如福州的同利肉燕等等。

未来,永辉“一村一品”项目也将持续以“村”为切入点,以“品”为突破口,积极发展健康、优质、高性价比的特色产品,通过“特色农业+新零售”的模式,助力把产业优势转变为经济优势,为农户、商家及品牌赋能,有助于推进特色农业产业规模化、标准化、品牌化,助力乡村振兴。

(据《中国经济时报》)