助力一刻钟便民生活圈建设

即时零售为小店经济勾勒新图景

本报讯 “叮咚！您有一个新的美团外卖订单。”这是经常出现在如今各地社区便利店、夫妻老婆店中的提示音。这意味着，又有消费者通过线上下单购买了各类零售商品。店员在收到提示信息后，将紧锣密鼓地完成拣货、打包等步骤，并交给前来取货的外卖小哥。

这是线下社区零售的线上化新模式——即时零售，即“线上即时下单，线下即时履约，依托本地零售供给，满足本地即时需求”。今年2月，中央一号文件首次提及即时零售；7月，商务部等13部门联合印发《全面推进城市一刻钟便民生活圈建设三年行动计划（2023—2025）》，明确提出“支持发展线上线下融合的即时零售模式（平台下单+就近门店配送、就近门店下单+即时配送），赋能实体门店，拓展服务半径”。企业对即时零售模式的有益探索，为一刻钟便民生活圈建设增添了新活力。

即时零售焕新邻里门店

在广州，作为一家非连锁的单仓便利店，时光里便利超市番禺奥园店服务周边10个社区，商品种类甚至比很多区域连锁便利店还要多出不少。

时光里便利超市这类“小店经济”是一刻钟便民生活圈最抚慰人心的“底色”，那么，时光里夫妻店是如何成为居民本地生活“一部分”的呢？一方面，时光里便利超市可以“一站式”满足消费需求，从卫生清洁用品、个人清洁用品，到化妆用品，再到床上用品等日用百货是其最核心的品类；另一方面，门店的库存和品类日益丰富，最小存货单位（SKU）数量比建店之初翻了一倍，商品品类翻了三倍。

同样在广州，成立于2020年4月的仓鼠便利于次年即打造了其线上超市门店——“仓鼠便利超市”。以仓鼠便利超市（南村店）为例，其服务周边至少16个社区，与附近的健身圈、购物圈一起共同构成了“圈圈融合”的本地生活业态。

仓鼠便利超市一方面通过精细化、数字化运营的方式提升供给新增量；另一方面发掘消费需求，不仅结合社区“消费者画像”开展差异化选品，而且在更加垂直的品类上，高效匹配居民日常需求，创造了美妆、宠物类商品的消费增量。

诞生于武汉的连锁便利超市吉慕超市，也是伴随着即时零售支持一刻钟便民生活圈建设而发展起来的新品牌。

一方面，吉慕超市以即时零售为特色，打造“一刻钟到家”的便民生活服务连锁品牌。即使如吉慕超市武汉丁字桥店所在地并不属于“黄金地段”，但其覆盖周边的大学、购物商圈，拥有超过5000多种最小存货单位的商品，且门店24小时营业，因此订单仍有增无减。另一方面，吉慕超市通过创新运营管理的方式打造了新连锁管理模式。在经营端，前置仓模式开店成本低、品类全，不受时间、空间限制；在管理端，采用“直营+联营”的经营模式，全程赋能门店运营管理。

“千城万仓”助力便民生活

以零售前置仓为主要线下仓店形态，仅通过线上门店开展线上经营的即时零售新业态，正在赋能一刻钟便民生活圈实现供给、消费等多维度建设。

商务部研究院日前发布的《即时零售行业发展报告（2023）》指出，即时零售打造“数实融合”的新场景、新模式，为本地零售带来新增量，是新供给带动新需求的典型模式。即时零售平台打破线下零售数据孤岛，通过数据驱动实现本地流量分发、零售数字化以及服务运营。

而上述超市的成功案例都有一个共同的特点，就是得到了2020年开创并推进的美团闪电仓的助力，解决了零售即时到家业态“供需错配”问题。

美团闪电仓由商家建仓，以快消、百货品类为主，200平方米左右仓均最小存货单位高达四五千，24小时营业，专做线上生意。美团闪购作为平台，则通过数字化工具和经营方法，从“选址、选品、运营指导”，以及美团牵牛花系统等层面，全链路帮助商家提效经营。截至目前，美团闪电仓全国门店数量已突破5000家，日均订单超过150万单。

“2024年，我们将开启‘千城万仓’仓网布局，以进一步创新消费场景，实现线上线下深度融合发展，持续助力城市一刻钟便民生活圈建设。”美团闪电仓业务相关负责人表示。

以美团闪电仓为代表的即时零售业态创新正在为一刻钟便民生活圈带来新供给、新需求和新增量。在支持建设布局合理、业态齐全、功能完善、服务优质、智慧高效、快捷便利的一刻钟便民生活圈过程中，美团闪电仓能够实现连锁便利、品牌门店不断下沉商品和服务；更重要的是，能够实现让中小商家扎根本地，为消费者提供更丰富、更精准、更高性价比的商品供应，让社区居民尽享便利生活。

（据《国际商报》）

盒马推出家常版帝王蟹速食年菜

本报讯 原本稀奇不多见的帝王蟹，如今已成了国内消费者餐桌上的“常客”，但由于帝王蟹的身形庞大且身上带刺，让其成为最难处理的海鲜之一。盒马数据显示，超九成购买帝王蟹的消费者会选择“代加工”服务，线下消费者通常会直接堂食，线上消费者则会选择宰杀、分割后再配送到家。

于是，盒马预制菜部门开始琢磨“整治”帝王蟹的好办法——采购蔡玉贵想到将帝王蟹处理到加热即食的程度，帮用户彻底解决吃大海鲜难的问题。近日，盒马帝王蟹系列新品已陆续上线，首批上线了3道硬菜：蒜蓉帝王蟹腿、港式蒜香风味帝王蟹块、黑松露芝士帝王蟹腿，价格从188～269元不等，比整只活鲜帝王蟹更亲民。

2016年盒马首店开业，首次将鲜活的帝王蟹引入商超，自此帝王蟹便成为盒马的代表商品，有网友将其称为是“盒马的大堂经理”。今年，帝王蟹又因为被网友目睹吃海鲜缸里的波龙、鲍鱼、八爪鱼等“同事”，迅速蹿红网络，再次吸引大众的关注，也带动了新一轮的销售热潮。

蔡玉贵介绍说，由于帝王蟹在运输过程中不能进食，所以经历过长途运输的帝王蟹相比刚捕捞的时候要瘦。为了保证大家能吃到满肉的帝王蟹腿、蟹块，盒马此次上线的商品都是捕捞后直接在船上做好预煮和急冻，锁住帝王蟹的肥美和鲜味。经过预处理的帝王蟹再送到青岛的工厂进行分割、调味、包装，再经由冷链配送至全国的盒马门店，让消费者买到超高性价比的帝王蟹大菜。

（中国商报网）

“美团买菜”升级为“小象超市”

本报讯 李文瑶 近日，美团旗下自营零售品牌“美团买菜”升级为全新品牌“小象超市”。据了解，“小象超市”坚持美团自营零售模式，通过在社区设立的集存储、分拣、配送为一体的便民服务站，为社区居民提供生鲜食杂日用及配送服务，定位为“30分钟快送超市”。

“曾经的‘美团买菜’是美团自营零售业务，定位为社区居民的‘30分钟快送超市’，采用‘手机App+线下服务站’的模式，通过在社区设立的集存储、分拣、配送为一体的便民服务站，为社区居民提供生鲜食杂日用及配送服务。”小象超市业务负责人介绍说，“小象超市”的新Logo是一头昂首向上的小象，下方标明“美团自营”，代表着在坚持美团自营零售模式下，为消费者带来更多严选、直采的品质好商品。

品牌升级后，小象超市丰富多彩的商品已经达到线下大型超市水平。目前，小象超市已在北京、上海、深圳、广州、武汉、苏州等多个城市上线。在美团“零售+科技”战略聚焦下，小象超市将通过更稳定、更便利、更丰富的商品零售，帮大家吃得更好、生活更好。

在背后支持这一切的，是小象超市持续在零售科技上的努力。据了解，小象超市打造了一套从选品、物流、运营、履约全链路的数字化系统，最终实现了选品数字化、供应链敏捷化、仓储标准化、履约弹性化。

以低温鲜奶为例，小象超市依托体系化的冷链物流、标准化的商品管理，以及实时化配送体系，让低温鲜奶最快24小时送到消费者手中。光明乳业加入小象超市合作阵营后，旗下的优倍有机高品质鲜奶销量激增，从每日不过数百瓶到超两万瓶。用户得以按每盒10元左右的价格，享受到优质的低温鲜奶。

截至此次品牌升级，小象超市已经与数千个品牌实现了直接合作，既包括类似蒙牛、伊利、青岛啤酒这样的成熟品牌，也包括月盛斋、燕塘、三元这样的区域名品，还包括类似陶陶居、眉州东坡、广州酒家这样的餐饮品牌。

小象超市业务负责人透露，启用新品牌“小象超市”，是美团向本地零售领域进阶的战略举措。小象超市品牌升级后，将进一步通过建设本地仓储和物流，将用户所需的商品即时配送到家，促进本地消费。