生活服务连锁企业预期向好

本报讯 王小月 2024年,中国连锁经营协会(CCCA)联合美团丽人、58同城、高德地图等机构共同开展“2023年生活服务连锁企业TOP100”统计调查工作,并根据调查统计结果在5月30日召开的2024中国特许加盟大会及生活服务业发展大会上正式发布了“2023年生活服务业连锁企业TOP100”。

据了解,该项统计调查工作旨在了解生活服务业年度经营状况,挖掘行业连锁化发展潜力,助力生活服务业高质量发展。参与本年度行业统计调查的企业主要来自酒店住宿、汽车养护维修、家庭服务、房屋服务、美容美体、美发与养发、健康服务、休闲娱乐、教育服务等九大行业的19个细分行业。

统计显示,2023年生活服务业连锁TOP100企业营收规模达2970.6亿元,较2022年上榜企业营收规模增长67%,门店总数为19.7万个,较2022年上榜企业门店总数下降了5%。对调查数据有效样本进行的分析可以看到,2023年生活服务业呈现三个发展特征。

1

消费者逐渐回归,企业预期向好。

从消费者到店情况看,到店客流增长的企业占到66%;客流情况与2022年基本持平的企业占到16%;也有3%的企业到店客流发生了下降。从成本和利润变化情况看,2023年企业房租成本相较2022年平均下降了6%。而榜单中反馈净利润增长的企业占到69%。同时,94%的企业预期2024年营收会实现增长。97%的企业表示会持续开店,其中,预计开店率超过10%的企业占比过半数。

2

线上销售占比进一步提升,超八成企业数字化投入继续加大。

调查数据显示,企业线上销售占比从2022年的19%增长到了2023年的22%。从企业在数字化和新技术上的投入情况看,投入上升的企业占到83%,其余17%的企业投入与2022年持平。

3

企业吸纳就业能力进一步增强。

企业就业人数2023年比2022年增长近8%。其中,灵活用工人数占比与2022年基本持平,维持在平均14%的水平。

盒马北京新店开业 消费市场火热

本报讯 温婧 近日,盒马在北京、杭州同日开出新店。北京新店位于海淀区西北旺万象汇,面积超过3000平方米,周边超过100个社区晋级盒区房。开业初期将为周边3公里范围提供手机点单、30分钟送达服务,这也是盒马五月份在北京开出的第三家新店。

盒马鲜生西北旺店长孙诚介绍,开业当天,来自大别山的现烤肉串、严选太湖糯米的手工鲜粽、盒马工坊现包的馄饨饺子,都排起了长龙。一天更是开出了1500多个榴莲、30多条三文鱼。

这背后是盒马不断优化深耕供应链,以夏天大热的烧烤为例,不仅有海外直采进口的高端M级和牛、安格斯牛肉、法式小羊排等,还充分挖掘盒马村产地优势,开发了山东淄博、宁夏盐池、湖北大别山、内蒙古、四川、福建等全国各地的特色牛羊肉及家禽类烤肉。

店内为小朋友们还布置了“六一”主题区,可以搭积木的糖果、毛绒小熊的斜挎包、装在鲨鱼嘴巴里的饼干……上线了二十余款独家零食礼包。盒马数据显示,5月最后一周,饼干、糖果、巧克力等零食礼盒的销量增长了近3倍。

开业第一天,盒马社群收到了大量来自天阅西山、韩家川大院等周边居民留言,希望扩大线上配送范围。孙诚也表示,将尽快测算配送距离,尽最大能力为大家做好服务。

物美开启“天天低价”与智能导购双驱动

本报讯 王小月 近日,物美集团在北京举办“中国流通产业变革与创新暨物美三十年”发布会,宣布全面深入推进“天天低价”,并发布了创新的“AI智能导购”服务,为消费者带来更加智能化、个性化的购物体验,真正做到“天天价廉,永远物美”。

物美集团创始人张文中表示,物美坚持用科技改造转化升级传统零售产业的梦想,坚持以消费者为中心。在多点DMALL赋能下,物美拥抱最新数字化、智能化技术,接地气地创新,“真的更好地为人民服务”。

作为零售行业的领军企业,物美始终秉持着“顾客至上”的服务理念,致力于为消费者提供高品质、低价格的商品。发布会上,物美联合各大品牌商启动“好生活”联盟,共同承诺践行“物美经济学”,以“天天低价”作为新的发展方向。为了确保“天天低价”的顺利实施,物美在发布会上宣布将首批超500款商品纳入“天天低价”商品的行列。这些商品涵盖了日常所需的多个品类,如食品、日用品、家居用品等。

除了商品价格的调整外,物美还注重提升消费者的购物体验。发布会上,物美联合多点DMALL发布了全新的“AI智能导购”服务。

“AI智能导购”服务的推出,不仅为消费者带来了更加便捷、智能的购物方式,也进一步提升了物美在零售行业的竞争力。通过智能化的商品推荐和购物建议,消费者能够更加轻松地找到心仪的商品,节省购物时间。同时,多点App还具备食谱查询、商品一键加购等便捷功能,让消费者的购物过程更加丰富多彩。

便利店竞速即时零售 前置仓模式或成重要增量

本报讯 商务部近日印发的《关于实施数字消费提升行动的通知》提出,鼓励即时电商与履约一体化体系建设,创新发展基于前置仓的前店后仓、便利店前置仓、无人前置仓等多种即时零售业态。业内人士指出,随着即时零售快速发展,越来越多便利店“试水”前置仓模式,前置仓模式或成为便利店的重要增量。

即时零售行业迅速发展推动前置仓便利店发展

商务部国际贸易经济合作研究院在《即时零售行业发展报告》中指出,近年来,即时零售一直保持50%以上的年均增速,2022年市场规模达到5042.86亿元。预计2025年,即时零售市场规模将达到2022年的3倍。艾瑞咨询近日发布的《中国即时配送行业研究报告》也显示,未来五年,即时配送行业规模将翻番,2023年约3410亿元,2028年或将超过8100亿元,成为少有的持续年均两位数增长的亮点赛道。

前置仓是伴随即时零售发展起来的零售运营模式,特点是主要服务于线上订单,选址要求相对较低。据了解,当前

越来越多便利店“试水”前置仓模式。

“我们做了20多年便利店,做前置仓也是尝到即时零售甜头后,看看能不能在市场中找到更多可能性。”2023年6月,天福在东莞开出首家前置仓,开业当日交易额近五万。

“当时我们看了很多即时零售数据,发现供给和用户需求不匹配,才萌生了要做一家前置仓便利店的想法。”成都海豚购门店有关负责人程成介绍。2019年10月,程成在成都牛市口开出第一家海豚购门店。据其介绍,海豚购的诞生依托于美团等平台推出的闪电仓业务,定位之初就是要满足年轻人日常中的即时需求。

主动拥抱前置仓的入局者中,还有不少是嗅觉敏锐的社区便利店从业者。“零售二代”桂安强从19岁开始便跟着父母在北京开便利超市。发现线上即时需求的庞大市场后,2020年8月,他主动找到美团,合作的第一家前置仓在北京五道口落地。开店第一个月,门店的销量就超过了一万单。

商务部流通产业促进中心近日发布的《即时零售前置仓创新发展报告》指出,从市场规模增长情况看,2022年和2023年前置仓市场规模年均增速均超50%;从

仓库数量增长情况看,2022年和2023年前置仓数量的年均增速超过100%,尤其是平台仓数量的年均增速超过250%。

前置仓模式差异化优势明显

与传统便利店相比,专供线上订单的前置仓不需要临街旺铺,商家会选择租金较低的店面,也无需对门店进行精装修,这就节约了房租水电等经营成本。程成表示,海豚购的租金成本会控制在2%至3%,远低于传统店动辄10%的租金。

零售平台也为前置仓商家们提供一整套的选品、运营、数字化经营等方面的指导。如,京东便利店专门组建前置仓团队,为商家提供选址、选品梳理、供应链筛选、到店指导等全流程服务。除了开仓、选址、营销外,美团还为商家提供牵牛花系统,可以实现商品、财务、履约、供应链等全链条的数字化管理。

上述便利店从业者表示,得益于房租成本低、商品选择和物流链路灵活、数字化程度更高等因素,前置仓在周转效率、商品构成、供应链和物流成本、获客渠道等方面与传统便利店形成差异化优势。

(新华财经)