



电商巨头抢食折扣业态 以低价利器试图扭转线下市场份额

据悉,京东将在无锡落子首家线下奥莱门店,项目将于今年10月完成。从盒马NB奥莱折扣店开放加盟,到闲鱼布局线下,再到京东旗下华冠超市落地第一家全品类折扣商店,不难看出,电商巨头们再一次将眼光投向线下,以低价利器试图扭转线下市场的份额。只是,在门店重资产布局的过程当中,如何平衡规模化扩张和成本投入管理,营造更为健康的盈利曲线,仍然是电商巨头们需要思考的问题。

首次试水奥莱业态

京东在近日和海澜集团达成合作,将在位于江苏无锡江阴的海澜飞马水城开设全国首家京东奥莱线下门店,并在京东线上平台同步开设“京东奥莱自营专区”及“京东奥莱官方旗舰店”。

据悉,该项目将在今年10月落成,根据无锡市委宣传部官方公布的消息,该项目将为“消费者提供实惠便捷的时尚、运动大牌低价正品购物选择”。

尽管该项目是京东对线下奥莱业态的首次尝试,但在此之前,京东在实体商业领域的触角延伸至商超、零售商业综合体等多个领域。在今年“6·18”期间,广州、重庆、苏州三地的京东MALL正式开业,位于北京、青岛、大连、西安等城市的京东MALL也已在施工中。据了解,京东MALL店均营业面积在3万~5万平方米,全国已经开业的京东MALL达到了14家。

抢占实体低价市场

值得一提的是,就在6月底,京东旗下的第一家华冠折扣超市在北京房山区正式开业。据了解,这家华冠折扣超市为全品类折扣超市,经营面积为3000平方米。“在线下的零售布局倾向,其实和京东线上的低价心智一脉相承。”零售电商行业专家、百联咨询创始人庄帅说,当前用户对折扣业态的接受度较高,因此,电商巨头将手伸至线下布局时,低价依然是一个不错的抓手。

今年6月,盒马NB奥莱折扣店第110家分店在上海开业,而这也是盒马NB奥莱折扣店首个落地的加盟店。自2021年首店开设以来,盒马NB奥莱折扣店迅速成为盒马在低线下沉市场为门店快速引流钩子。而阿里系的二手电商平台闲鱼也在试图跑通线下模型。在最近的媒体采访中,闲鱼总裁季山透露,未来三年闲鱼会在线下店方面有“坚定的投入”。同时,季山称目前落地的两家门店已经实现了盈亏打平,今年会开新店,未来也会开放加盟的模式。

重新梳理线下板块

在消费决策趋于理性的经济环境下,以低价心智抢夺客流不排除是线下门店一套有用的招法。近年来,电商的奥莱店、折扣店、社区店等店型不绝于耳,“移山价”“击穿价”等营销噱头也频频上演。然而,低价的背面意味着企业被压缩的盈利空间,同时企业还得兼顾门店扩张、租金成本、供应链建设和线上线下协同运营等问题。经营实体商业对于平台来说,走低价路线相当考验企业在商品侧、供应侧等维度上的成本把控力。

转头进军低价业态之前,电商巨头麾下的实体业务板块已经压力巨大。今年年初,根据彭博社报道,阿里巴巴集团正在考虑出售旗下百货和购物中心运营商银泰商业。一位商业地产从业者介绍,阿里想要剥离银泰最直接的原因或许是银泰的回报率不及预期,“在当下的环境中,类似于银泰这样的传统购物中心,在高端百货商场的竞争中看不到什么竞争优势,因此被金主抛弃

另一边的京东也对已有的线下门店进行了折扣化改造的尝试。去年10月,在京东集团成立“创新零售部”后4个月,旗下的高端生鲜超市品牌七鲜超市就开始了低价活动。七鲜超市通过推出“击穿价”,对部分商品进行大幅度的降价以招揽更多的用户和获取更大的市场份额。而在2024年2月,京东宣布由于去年推出的“击穿价”活动受到消费者欢迎,今年会对活动进行升级,将折扣优惠覆盖面扩展至全品类。

电商平台在线下尝试折扣业态并非心血来潮。“除了线上战略的延伸,企业也能够进一步补足平台的生态内容。”庄帅表示,随着平台供应链发展的完善程度越来越高,线上和线下紧密合作的基础也逐渐完备。“以京东为例,自营模式下其本身具有较好的控货、控价能力,线下业态的补足也能够在保证现货销售的同时,降低库存风险。”庄帅表示,随着即时零售业务的增长,线上和线下业态的结合将会更为紧密。

也是意料之中的事情”。

而与此同时,作为新零售样本的盒马也在近两年频频传出被出售的消息,高鑫零售旗下社区超市品牌小润发也再次被曝出已经停止了小程序、公众号等多个渠道的运营。高鑫零售新任CEO的沈辉在业绩发布会中坦言“2024财年确实碰到了困难”。作为阿里新零售的试验田,不管是盒马,高鑫零售还是大润发的诞生、改造升级,都是过去电商发展势头红火时的产物,如今不得不顺势调整。

特别是当前各个渠道价格透明度变高,消费者在作决策时倾向于线上线下比价,线下生意的获客成本也会一定程度攀升。在庄帅看来,京东的自营网络或许能够成为其在线下布局的关键,“京东应当利用自身的现货和价格优势,优化自身控货、控价方面的能力,从而让消费者在线下实体消费的过程中也能更直观地感受到性价比”。

(乔心怡)

盒马“水八仙” 系列产品集中上市

本报讯 桑雪骐“茨菇削皮洗净切片,生姜小火炒香,放五花肉煸炒,料酒去腥,将茨菇放入锅中,加调料翻炒,加水小火焖8分钟出锅。”在北京十里堡盒马鲜生门店,消费者刘女士一边挑选货架上的茨菇,一边翻阅旁边放着的“水八仙”食用指南。在近10种“水八仙”商品旁,放着一张张带着精美插画的烹饪菜谱,供消费者取阅带走。

在江南地区,茭白、莲藕、菱角、芡实、莼菜、荸荠、茨菇、水芹等8种水生食物,被称为“水八仙”。近年来,盒马通过候鸟式布局基地、包装服务升级等方式,将这些江南时蔬的尝鲜时间、食用地域无限拓展。盒马数据显示,今年,西安地区莲蓬莲子销售同比增长190%,郑州门店茭白同比增长46.7%,在北京,“水八仙”系列商品连续两年增长超过50%,其中莲子莲蓬、藕类等增幅明显。

所谓“尝鲜正当时”,如何让贯穿于四季的“水八仙”在这个夏天集中出现在货架上?盒马“水八仙”采购负责人陆辰焯表示,这有赖于我国地大物博和现代农业的蓬勃发展。以莲蓬为例,盒马采购跑遍全国,在海南、江西、湖北、浙江分别找到不同的基地,由于地理条件和种植环境差异,莲蓬上市时间不同,在盒马的货架期也从5月延长到8月。

每年4月开始大量上市的水生茭白,会在6到9月间出现自然生长周期的断茬情况,在此期间,则由江西景德镇盒马村的有机茭白“顶上”。盒马村负责人、陆一生态农业总经理郑义六介绍,今年茭白长势喜人,加之种植面积扩大了七成多,预计总产量可以翻一倍,计划扩大供应到杭州、南京等地盒马门店。

新希望美好食品 新品首发山姆

本报讯 近日,新希望美好食品蒜泥白肉新品上线,并在山姆首发,为“苦夏”又“馋肉”的消费者提供了一个新的美味选项,也让这道经典的川菜以更便捷的形式轻松走进日常饮食,为夏日餐桌加道“硬菜”。

作为川渝地区饮食瑰宝,蒜泥白肉既迎合了麻辣鲜香的味觉偏好,又以清凉爽口的口感完美适配夏季饮食需求,在炎炎夏日里尤为受到食客们的青睐。美好蒜泥白肉延续并且发扬着对食材与烹饪的匠心独运。泥白肉的绝佳口味。不仅在选材和制作上严格遵循传统工艺,美好蒜泥白肉的品鉴方式,也融入了独特的仪式感。“一夹二甩三蘸四品”的步骤,更能让人充分领略到这道美食的精髓。

山姆会员的定位属性与美好蒜泥白肉目标群体的高度契合,也是本次美好蒜泥白肉选择山姆首发的重要原因。对于喜欢接受新鲜事物、有生活品质追求、注重便捷高效、倾向家庭批量采购的山姆会员而言,美好蒜泥白肉“横空出世”,凭借口感“佳”、出餐“快”、菜品“硬”,完美匹配着他们对于健康、美味、便捷的饮食需求。无论是追求新鲜口味、却“厨艺不精”的年轻人,还是时常有家庭聚餐、朋友聚会需求的消费者,既能当“凉菜”又能当“硬菜”的美好蒜泥白肉,能够满足多种用餐需求,让人们在忙碌生活中也能享受到高品质的美食体验。

同时,山姆对于品控的严格标准与美好食品一贯的优秀品质相得益彰。美好蒜泥白肉精细的选材、严格的加工流程和独特的烹饪技艺,确保消费者能够享受到安全、健康、美味的饮食体验。而山姆也以其高品质选款,在其会员群体中深受信任,二者携手,能够充分发挥山姆的广泛影响力,为美好蒜泥白肉带来更多的曝光和认可,更是为消费者带来了更加美好的食品选择和购物体验。

(东方网)