

最近,北京物美中关村店多了家自营的便民食堂,号称19.9元就能吃到一份可以无限续餐的自助餐,吸引了不少附近工作的白领。而这并非个例,如今,越来越多超市品牌开始刮起“食堂风”。例如永辉超市在福建、浙江等地开设了自助快餐形式的食堂;盒马在广州全市门店推出平价快餐服务;在北京,除了物美,华联超市等其他连锁品牌也盯上了平价食堂这个赛道。当超市开始做便民食堂,又将擦出怎样的火花?



北京物美中关村店便民食堂19.9元的一份自助餐,吸引了不少消费者专门来打卡。

商超入局便民食堂新业态寻求新效益

商超推出低价快餐

在物美中关村店的便民食堂,餐区入口处标着自助餐分两档:一档是13元的碳水自助餐,提供炸酱面、西红柿鸡蛋面等面食;一档是19.9元的自助正餐,包含60多种菜品。消费者扫码付款后,会收到相应的餐具,随后就可以自助打菜。此时是工作日的中午,不少消费者已经在店内就餐,覆盖多个年龄段,透过玻璃窗还可以看到厨师现场烹饪的场景。

为了防止食物浪费,用餐区还贴有消费指南,其中写明付款时食堂会额外收取顾客5元押金,就餐结束顾客返还餐具时,如果没有产生浪费就能扫码领取押金,但如果有剩餐则要按每两3元扣除一定费用。

在附近上班的白领张女士说:“听说这里19.9元就可以吃到一份自助餐,还有蛋糕和水果,就和同事来尝尝鲜,没想到来的人出乎意料

的多。”除了在附近工作的上班族,还有一些消费者是专门前来打卡,体验下19.9元无限畅吃。

不只是物美在做便民食堂的生意,位于北京太阳宫凯德MALL内的华联超市也设立了快餐档口,有二三十种现炒菜品可供选择。不过,华联超市里的快餐档口是由店员负责打菜盛饭,消费者可以选择一荤两素、两荤一素等搭配。

实际上,早在今年年初,一些城市的超市里就出现了便民食堂服务,例如永辉超市在福建福州开的店,快餐主打现炒现做、自助自选,大概有20多个菜品,约15元即可管饱;而在浙江等地开的店,主打“论斤称重”,其中尝鲜价为每两1.98元。在广州市的盒马门店,同样可以看到平价快餐服务,据了解,盒马总共上线近百款平价快餐,每天推出20多款平价菜品,每个星期滚动一次。

商超多元转型尝试

其实早在2017年,就有不少商超跨界引入过餐饮业态。比如盒马鲜生当时就选择将餐饮服务嵌套在门店中,采用了“超市+生鲜餐饮+O2O”的商业模式。同一时间,永辉超市对标盒马鲜生也推出了“超级物种”,向消费者提供食材现场烹饪的餐饮服务。超级物种的门店数量曾一度增长,2018年年底更是达到73家,然而其归属的永辉云创业务板块却是出现9.45亿元亏损,于是永辉同年将云创业务剥离,在那之后,超级物种闭店的消息接连不断。

业内人士指出,“超级物种”这类几十平方米的小店,在永辉原有商超的组织架构和流程下很难兼管,店内运营及供应链也很难直接复用。在全新的组织流程以及店内和供应链体系下,短期内很难实现盈利。作为上市公司,永辉很难承担太长周期的投入。

与此前不同的是,如今新亮相的超市平价食堂更接地气,客单价相比于曾经也明显下降。

在星图金融研究院高级研究员付一夫看来,目前传统超市大卖

场模式正在呈现疲态,很多传统超市都在尝试优化线下门店的消费场景,融合多种业态。近几年大卖场转型,着力线上业务、推动品类专业店、做大生鲜、推动店仓一体化等创新。但目前尚没有一家企业能称得上转型成功。而引入平价食堂,则是超市品牌转型升级的另一种尝试。

中国商业联合会专家委员会委员赖阳表示:“快餐属于高频消费品类,消费者进店购买快餐可以促进店内其他商品的销售,特别是饮料酒水、零食等关联商品。同时,电商平台很难售卖现制快餐商品,商超可以与电商平台形成差异化竞争。”

国家统计局数据显示,2023年上半年,我国社会消费品零售总额227588亿元,同比增长8.2%。其中,全国网上零售额71621亿元,同比增长13.1%。具体到零售细分业态,超市零售额同比下降0.4%。相比之下,红餐大数据显示,2023年小吃快餐市场规模较2022年增长12.6%。显然,餐饮的回暖优势对于超市卖场极具吸引力。

商超多元转型尝试

当前,更多年轻人追求高性价比餐饮,食堂业态也正好切中刚需,顺应了这一趋势。超市增加食堂业务在一定程度上能够增加客流,为门店带来额外收入,从而提高超市整体营收。但品牌超市们竞相跟风布局平价食堂,未来能坚持下去的又会有多少?

食堂的新业态让消费者耳目一新,但能否具有持续的吸引力,十分考验商家的研发能力。“消费者不仅追求性价比,也追求口味和品种,食堂需持续研发新菜品,而这需要很大的投入。”赖阳认为,超市便民食堂要充分评估自己的盈利能力,才能持久经营。

艾媒咨询CEO兼首席分析师张毅表示,当前商超的生意并不好做,除了线上的冲击,也有来自于商超自身的故步自封。但超市配套平价食堂的模式还是比较吸引人的,能够满足消费者的多元化选择,还是值得期待的。

张毅认为,超市仅靠平价食堂产生的拉动作用是远远不够的。因为成本的考验,不少平价食堂在营业过程中逐渐变味。因此,持续做好平价食堂的相关产品、服务以及保持价格优势尤为重要。当前消费者的需求多元化,消费者对产品和服务的要求也在提高,超市不仅要创新,还要回归超市的本质,找到消费者需要的产品服务。(王小月)



盒马门店同样可以看到平价快餐服务。

三伏期间京东七鲜超市超多好物上新

本报讯 7月15日正式入伏,8月23日末伏才结束。为了帮助消费者消暑养生,轻松度过三伏天,京东七鲜超市精心准备多款食品、饮品、蔬果、海鲜等健康好物。

自古以来,北方就有头伏吃饺子的习俗,饺子形似元宝,“伏”与“福”谐音,因此在北方头伏吃饺子寓意着“元宝藏福”、平安度夏。京东七鲜超市匠心制作的深海鲑鱼水饺皮薄馅大,鲜味十足;喜欢吃猪肉馅的话还可以选择黑猪肉芥菜水饺,选用的是300天黑猪前腿肉、出口级芥菜和河套小麦粉,不添加任何添加剂、防腐剂、人工香精,吃着更放心。

都知道炎热天气应该多补水,京东七鲜超市这款轻谷美人水百合绿豆饮配料表干净,除了东北有机绿豆和兰州甜百合再无其他,大口喝也没负担,随时随地为身体补充水分。还有豆沙绵密、豆香浓郁的百合绿豆沙也是不错的选择,冷藏保存,开盖即食,味道更加浓郁。除了即开即饮的绿豆饮品,京东七鲜超市还准备了产自辽宁朝阳的十月稻田绿豆,产地直采品质更放心,作为消暑美食,无论是煮汤做粥还是做成绿豆糕,都可以帮助人们清热解暑。

民间流传吃“苦”开胃的说法,三伏天容易食欲不振,多吃一些苦味食物可以帮助人们清心火,苦瓜是首选。京东七鲜超市产地直采四川米易苦瓜,肉质脆嫩,苦味适中,焯水后清炒、凉拌均可。

三伏已至,养生正当时,不妨就从日常饮食开始。京东七鲜超市已经准备好各类解暑又养生的饮品和食品,即刻前往家门口的京东七鲜超市,或者打开七鲜App,选购所需商品,为这个酷热难耐的夏季带来一丝清凉吧。

(北青网)

盒马“瘦身鱼”系列上市“绝食”75天减重去腥

本报讯 王鑫 近日,盒马成都门店推出了来自云南澜沧江的“瘦身鱼”,该鱼在上市前,会经历75天的禁食瘦身,让肉质变得紧实,没有泥腥味,不少用户评价“白水煮也好吃”。

盒马水产采购王婷表示,与高端餐饮动辄百元一斤的“瘦身鱼”相比,盒马通过基地直采、二次运输等方式,降低采购成本,让高品质“瘦身鱼”走进普通人家。

鱼养肥了还要主动减重?在水产行业,这怎么看来都是一门亏本的买卖。但近年来,主动给鱼瘦身的养殖户越来越多,因为经过自然减肥的鱼,肉质会变得更紧实、爽滑,无泥腥味,颇受餐饮渠道的喜爱。王婷表示,因为养殖成本高,正宗的“瘦身鱼”更多出现在中高端餐饮渠道,直接面向家庭用户的零售渠道屈指可数。为此,盒马专门找到了养殖“瘦身鱼”多年的国企合作,在云南澜沧江的天然水域,定向培育“瘦身鱼”。定制的草鱼、江团只有2斤左右,适合三口之家。

为减少鱼在长途运输过程中的应激反应,盒马还联动供应商,在四川宜宾打造二次瘦身基地。基地负责人牟思远介绍,二次瘦身、暂养,能让鱼更好适应四川的天气和水温,提升鱼的活度。经过75天在江水、山泉水中的禁食,自然瘦掉25%的自身体重。这样养出来的鱼,肉质细嫩而富有弹性,无泥腥味,入口即化。更主要的是,经过二次暂养,鱼的存活率和货架期大大提升,减少损耗,降低了成本。目前,盒马“瘦身草鱼”价格只要餐饮店的五分之一,吸引不少用户尝鲜。

王婷表示,后期盒马还推出瘦身黄辣丁、鲶鱼等系列,并逐步辐射重庆、昆明等盒区用户。随着规模增大,终端价格有望进一步下探。