

零售业改造升级迎来新指南 七部门联合印发 《零售业创新提升工程实施方案》

本报讯 王小月 日前,商务部等七部门联合印发《零售业创新提升工程实施方案》(以下简称《方案》)指出,按照“全面部署、试点探索”思路,聚焦零售商业设施改造提升,通过每年确定一批零售业创新提升试点城市,完成一批存量零售商业设施改造,推广一批经验成熟的典型案例。

《方案》显示,到2029年,初步形成供给丰富、布局均衡、渠道多元、服务优质、智慧便捷、绿色低碳的现代零售体系。实际上,在场景

化改造、品质化供给等方面,北京许多零售企业正进行探索,如传统百货启动改造,提升场内体验业态占比;超市卖场引进便民设施、做食堂等。零售企业正通过多种举措,进一步满足消费者全方位消费需求。

场景化改造是此次零售业创新提升工程的重要内容。《方案》指出,发挥运营主体作用,围绕强化功能定位、优化内外环境、增设人性化服务设施、提升风貌特色,在确保房屋质量安全的前提下,推动百货店和购物中心开展“一店一策”改造,向运营要效能。鼓励融合型商业,打造购物、餐饮、社交、娱乐等“一站式”服务的新地标,满足全方位消费需求。

近年来,北京一批商业项目迎来改造升级,打造体验、社交场景成为焕新的方向。老百货双安商场于今年10月开启不闭店改造,在对零售进行“瘦身”的同时,增加餐饮、健身、生活服务休闲体验业态比例。同时,物美超市、超市发等零售业态相继在经营中增加餐饮服务,进一步打造融合体验。

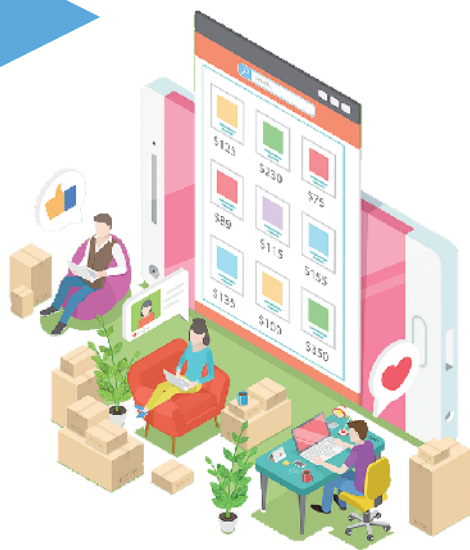
《方案》明确,打造创新时尚型商业,发展首发经济,引入全球知名品牌,支持首店、首展、首秀,培育“年轻力”“她经济”“文艺范”等。北京市商务局公布的数据显示,2024年前三季度,北京新开设717家品牌首店、旗舰店、创新概念店,其中,105家为国际品牌,较2023年同期增长40%。首店分布逐渐呈现出“多点开花”趋势,各区首店落地的均衡度进一步提升。

多元商业类型同样将有助于丰富消费场景。《方案》倡导策展型商业,创新演艺、展览、文化、动漫等多元体验场景,丰富消费内容;培育主题式商业,鼓励商业与科技、自然、艺术、体育、公园等联动,巧改造、微更新,形成特色空间,满足社交、亲子等消费需求。完善社区型商业,发展社区型购物中心、便民商业中心,丰富便利店、菜市场等基本保障类业态以及娱乐、健身等品质提升类业态,推进完整社区建设,加强适老化、适幼化改造,打造一刻钟便民生活圈,举办便民生活节。

随着消费习惯的不断变化,消

费者对商品的质价比有了更高要求。《方案》提出,要推动品质化供给,坚持以消费者为中心,诚信经营、品质当先、服务至上,优化商品和服务体验供给;鼓励汽车、家电、家装厨卫等传统消费品“以旧换新”,培育智能家居、数码产品、智能穿戴、大健康、美妆、宠物等新的消费增长点。在国货“潮品”方面,发展主题文创、特色非遗、旅游纪念产品,推动老字号增品种、提品质、强品牌,进商圈、进步行街、进交通枢纽、进景区。

更人性化、便民的服务也是零售企业长期吸引客流的“亮点”。《方案》中提到,支持设立老年服务和母婴用品专区专柜,丰富养老照护、日用辅助、健康促进、益智玩具等用品。鼓励提供去“皮”称重、送装一体等专业化、人性化的售前售后服务,以附加服务提升商品力和性价比。



盒马与北京同仁堂 联合推“药食同源”系列新品

本报讯 王惠绵 近日,盒马与主营滋补食品的北京同仁堂兴安保健合作,推出了一系列基于药食同源的养生下午茶新品,并上线了沙棘羊排、山楂牛排等药食同源系列菜肴,以满足冬季进补的消费需求。

此次盒马在北京发布的“药食同源”系列共推出了5款新品,既有适合做早餐的粥,也有适合做下午茶的甜品,每款商品中至少添加了一种药食同源食材,并且不再添加代糖和食品添加剂。

盒马即食部总经理宁强表示,“药食同源”正在成为消费市场的新趋势,越来越多的消费者也开始把养生融入到自己的日常生活中,盒马研发商品的逻辑,就是要在保证配料表干净的基础上,把适合做成日常饮食的食补配方做得更好吃、更便捷。

目前,市场上很多“药食同源”的商品以汤料、调料的形态出现,消费者购买后也多用作煲汤,制作耗时较长。“不少年轻的消费者都有‘健康焦虑’,但由于平时生活节奏快,很难抽出时间自己做养生餐,所以我们就直接替大家做好,既有开盖即食的甜品,也有只需简单加热的菜肴。”宁强说道。怎么把药食同源的商品做好吃,是盒马的研发采购着力最多的点。

“如果调味过重,大家会觉得不够健康。如果调味过少,这类食材的特殊味道

也有可能劝退消费者。所以我们会结合不同食材的味型特点,为它们找到适合的食材搭配。”盒马即食部研发负责人凯锐介绍。赶在冬至前,盒马还上线了山楂煨牛排、香烤沙棘羊排等药食同源的即食菜肴。

据了解,今年盒马在健康领域不断推出新品,包括500大卡暖沙拉系列、低GI米面食品、“养生水”等。其中,陈皮四神水、苹果黄芪水被热议,消费者一边讨论着“水果+中药”到底好不好喝,一边按捺不住尝新的冲动。11月,盒马“养生水”系列迎来爆发性增长,环比涨幅超100%。除此之外,盒马也一直在给配料表做“减法”:减糖、减油、减脂等。



沃尔玛与美团达成战略合作 全国门店全量入驻美团

本报讯 温婧 近日,沃尔玛中国与美团宣布达成战略合作,目前全国沃尔玛门店已经全面上线美团,并接入美团配送。

沃尔玛门店首席采购官祝骏表示,“沃尔玛与美团的合作体现了双方以顾客为中心的战略原点。沃尔玛始终坚守‘顾客第一’,通过高品质差异化商品、长期稳定的质价比以及以门店为核心的全渠道体验,实现让顾客‘花得少,过得好’的企业使命。我们围绕顾客购物习惯,构建线上线下融合、多场景、多种配送范围和时效的全渠道矩阵,持续开拓多元化的优质渠

道。本次合作是沃尔玛全渠道布局的有效补充,通过多触点购物,让我们的顾客享受更便利的购物体验。”

“这是头部全渠道零售企业和头部科技零售企业的一次全面、多元化生态合作。”美团副总裁、闪购事业部负责人肖昆表示,美团的使命是“帮大家吃得更好,生活更好”,两家企业对于用户创造的价值高度一致,即持续努力把最好的商品和服务交付给用户。美团闪购是一个“随时随地30分钟万物到家”的业务,从“餐”到“万物”,从“应急”到“高确定性的生活方式”,基于平台繁荣健康的商家生态、丰富的商品、稳定优质的履约服务,驱动用户生活方式的养成。

据介绍,加速全渠道转型,是沃尔玛门店变革的重要战略举措之一。目前,沃尔玛中国电商业务占比已接近一半,公私域并行发展。沃尔玛中国与美团表示,此次双方达成合作,可以帮助更多顾客享受多场景、多样化的购物体验。