

政策推动店仓一体新模式 即时零售迎来发展春天

本报讯 沈钊 2024年中央经济工作会议提出,明年要抓好的重点任务中,首位就是大力提振消费、提高投资效益,全方位扩大国内需求。在这一背景下,与之息息相关的零售行业应当如何发力?近日,商务部等7部门联合印发的《零售业创新提升工程实施方案》(以下简称《方案》)为零零售业的发展指明了方向。

《方案》提出,聚焦百货店、购物中心、超市、社区商业中心等零售商业设施改造提升;支持到店与到家协同发展,推广线上线下融合的即时零售(平台下单+就近配送,门店下单+即时配送),探索“店仓一体”“预售+集采集配”等新模式。可以观察到,当下传统零售业正加速转型升级,互联网基础设施加速下沉县域,这与《方案》提出的方向不谋而合。

品质消费崛起 服务零售升级

近年来,消费市场经历热火朝天的报复性反弹、单纯追求性价比的审慎后,逐渐形成一种更为平稳的新常态和新秩序。消费者的购物心智如何,永远是零售行业最关心的话题。

“品质觉醒是2025年消费市场的首要趋势。”知萌咨询机构近日发布的《2025中国消费趋势报告》显示,消费者在选择产品时,更加注重产品的品质与性能,愿意为高品质的产品支付更高的溢价。这一现象在健康食品、耐用品等领域尤为明显。

国家市场监督管理总局发展研究中心近日发布的《2024年国内消费品第三季度品类消费与用户情绪数据监测报告》则显示,当前消费市场呈现出理性与个性化并存的趋势。消费者在追求品质的同时,更加注重性价比与理性消费;随着个性化需求的增长,消费者对能够满足自身独特需求和喜好的产品和服务也保持高度关注。

人民网研究院发布的《2024年度服务消费热点趋势观察报告》称,品质消费趋势显著,居民人均教育文化娱乐消费支出、交通通信消费支出同比分别增长10.10%和10%。

综合多份报告来看,中国的品质消费正在觉醒,且这种趋势正从“衣、食、住、用、行”等传统消费逐渐向追求品质的服务型消费拓展。

这与中国零售界的神话——胖东来备受热捧的原因一致。过去一两年中,在传统卖场关店减亏的时候,胖东来2024年的营收预计突破150亿元,同比增长40%。

究其原因,胖东来从不追求同类商品的最低价格,而是用特色自营产品以及细致入微的服务作出差异化,进而构筑起品牌的护城河。其中,自营品牌产品是当下商超的必选项。但胖东来显著区别于山姆、Costco等同行之处,在于将渠道生意做成了带有强服务属性的“超市界的海底捞”。

而在今年,胖东来在全国商超业掀起调改潮。借助“拜师”胖东来,上市商超企业步步高、永辉超市、中百集团纷纷开启调改之路,取得单店业绩的显著提升。这也给一度被电商冲击、被外资会员制超市挤压的零售圈带来了“活水”。

以永辉超市为例,调改后的永辉郑州首店首日销售额达到188万元,是调改前的14倍,日均客流量是调改前5.3倍;

调改后的永辉北京首店首日该家门店迎来了1.4万人次的支付客流,超5万人进入超市,单日销售额达到170万元,是调改前日均销售的6倍。

据了解,在胖东来帮扶调改了永辉超市河南郑州部分门店后,今年下半年,永辉又通过派遣员工前往河南跟岗学习的方式,吸收胖东来的优秀文化和管理经验,从门店环境、商品品质、服务品质、员工状态等方面创新优化,向品质零售转型。

而在广州地区,永辉超市首家“学习胖东来”自主调改店于2024年12月27日在南沙万达广场开业。考虑到粤港澳消费者的消费喜好,门店将进口商品占比提升到25%,数量约为调改前的3倍。此外,该店的大多数鲜食都有严格的销售时限控制,卖场叶菜、肉禽、水产等部分商品,也会根据当天实际情况坚持日清折价,保障品质新鲜,安全卫生。永辉超市副总裁兼全国调改项目组负责人王守诚表示:“我们还会扩大调改范围,从品质创新、服务创新、场景创新等方面入手,逐步完善我们品质与幸福的商业模式,向品质零售转型。”

店仓一体新趋势 零售创新显活力

永辉超市的转型动作不仅仅是学习胖东来。以南沙万达店为例,该店还将实体零售与数字经济深度融合,上线外卖平台,实现周边居民线上下单,便可以买到门店的商品。

这恰好也是《方案》指出的,推动零售业多元化创新是主要任务之一,支持到店与到家协同发展,推广线上线下融合的即时零售,探索“店仓一体”“预售+集采集配”等新模式。

“店仓一体”指的是一种将仓库与线下门店融合的新型零售模式,主要以品牌连锁商家布局的城市前置仓为代表。在这种模式下,门店不仅是商品展示和销售的地方,同时也是货物存储和调配的仓库。“预售+集采集配”则是通过集中采购和配送的方式,优化供应链中的采购和配送环节。在即时零售需求和带动下,不断有新业态在零售业涌现。

商务部数据显示,2023年国内即时零售规模达到6500亿元,同比增长28.89%,预计2030年将超过2万亿元。美团数据则显示,今年三季度,美团平台即时配送订单量达71亿笔,同比增长14.5%;其中,美团闪购日均单量突破1000万单,交易用户数和交易频次均实现两位数增长。即时零售的创新模式加快、优质供给扩大,更好满足了居民多场

景、多业态的即时需求。

商务部流通产业促进中心主任王斌表示,近年来,即时零售行业快速发展,市场规模持续扩大,消费品类不断丰富,客群规模显著增长,闪电仓模式快速发展。即时零售依托互联网交易平台,线上下单、线下配送、即时履约,开创了零售业发展的新模式,在畅流通、促消费、保民生等方面发挥重要作用。

多部门和地方也连续出台各项政策,鼓励“线上+线下”深度融合的即时零售新业态发展。如深圳市商务局12月发布的《深圳市推动即时零售高质量发展行动方案(2024—2026年)》提出,鼓励建设城市前置仓等“最后一公里”基础设施、创新即时零售消费场景,并明确到2026年全市要建设500个以上即时零售前置仓。

更重要的是,随着城乡融合加快、居民消费能力升级,在闪电仓等新型供给业态的带动下,即时零售也在加快向县乡市场下沉。美团数据显示,今年1月至8月,在县域等下沉市场,美团即时零售订单量同比增长54%;便利店闪电仓在县域等下沉市场开出1866家,向广大县域消费者提供更快、更多、更好的线上消费体验。

作为典型的前置仓类即时零售新供给业态,今年以来,覆盖生活便利、日用百货、水果食材等民生领域的美团闪电仓业态在县域市场快速发展,助力即时零售在促进县域商业消费、便利百姓生活等方面发挥更积极作用。

以惠州博罗为例,最近两年,当地越来越多的新型便利店如雨后春笋般冒出,小小的店面“五脏俱全”,货架上琳琅满目,商品种类多达数千种。本地人林志伟就开了一间闪电仓模式24小时经营的新型便利店,一个月超市外卖订单可以超过7000单,骑手袋里装的,既有零食、饮料、纸巾等热销商品,也有化妆品、帐篷、雨具等小众商品。

而潮汕地区,作为县域新业态的典型代表,当地的本土新茶饮品牌英歌魂、茶鲜堂等也均尝到了即时零售的“头啖汤”。茶鲜堂一上市就做了外送模式,但一直局限在小范围,商家自配成本也高。试着上线外卖平台后,门店竟打开了新销路,高峰时期一天送出1000单。其主理人陈裕鑫认为,外卖是堂食场景的补充,变成了第二经营主场,“只要门店做得出,可以不断增加桌子”。而英歌魂不仅上线了外卖平台,还积极运营大众点评等种草平台,与游客、粉丝进行互动,目前有百多家门店,线上收入占比也超过50%。



东方甄选持续 布局自营产品

本报讯 孙蔚 日前,东方甄选在三周年之际公布了“东方甄选十大自营爆品”,烤肠、鸡蛋、牛奶、吐司、果冻橙、鸡胸肉、青虾仁、意面、披萨、蓝莓花色甘叶黄素酯软糖累计销量位居前十名。

健康、美味、高性价比,是东方甄选打造自营产品的标准和特色。例如,东方甄选自营烤肠已实现累计销售超2.3亿根。作为东方甄选自有工厂生产的产品,为了确保用肉安全,东方甄选建立了原料肉供应商筛选、肉品验收、生产管控、成品检测等体系。

另外,家庭用户回购率较高的农产品、生鲜,也是东方甄选受欢迎的产品品类。东方甄选推出的可生食级别谷物鲜鸡蛋全网累计销售已超过2亿颗,自营青虾仁截至今年12月已销售超过500万斤。东方甄选推出的自营红颜草莓、阿克苏苹果等在岁末新年之际也成为家人、朋友互送礼物的热门选择。

持续布局自营产品,已成为东方甄选的发展重心和增长支柱。东方甄选在2024财年年报中表示,将坚持产品品质,并突出产品优势,以消费者的利益、用户需求及体验为中心。同时,东方甄选将持续严格控制产品质量,确保产品的安全及质量,向客户提供安全优质的产品保障。

永辉北京第二家商品 环境服务全面提升

本报讯 王小月 近日,永辉在北京第二家学习胖东来的自主调改店在北京市房山区印象城亮相。经过一个月改造,这家老店焕然一新,不仅超市卖场重新规划商品结构、打造友好型消费环境,超市外租区也引入各类生活服务业态,助力建设一刻钟便民生活圈。

超市相关负责人介绍,此次改造下架了大量同质化商品,增加了许多高品质商品,商品种类更加丰富,进口产品占比达20%以上。根据北京首家调改店的经验,烘焙区和熟食区是门店客流最为集中的区域,因此第二家调改店特别将烘焙区和熟食区分设不同区域,从而减少拥挤。

除了超市整体提升外,超市外租区也实现了全新升级,餐饮、美容、洗衣等生活服务业态入驻外租区,让居民能在家门口就能享受一刻钟便民生活圈。

据北京永辉超市副总经理刘姝涵介绍,由于超市新增现制烘焙、凉菜、熟食等业务,经营范围较以往有所增加,涉及多个经营许可证的变更调整。对此,市场监管部门提前介入,为企业提供专业、精准的指导意见,为保障外租区与卖场区域实现同步开业开通绿色通道,极大减少了企业的时间成本和人力成本。

根据客流数据分析,永辉调改后的门店客流构成变化明显,更多年轻群体回归线下。相比改造前,客流、销售额和客单价都明显提升,有力激发了消费潜力。