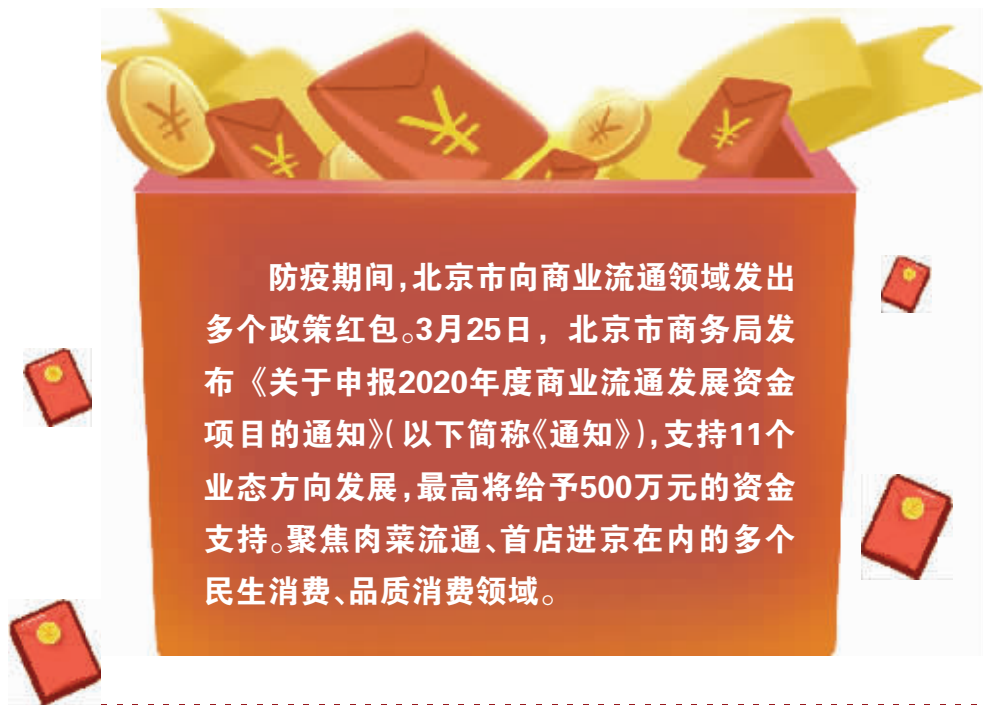


北京11个商业流通领域收补贴红包



防疫期间,北京市向商业流通领域发出多个政策红包。3月25日,北京市商务局发布《关于申报2020年度商业流通发展资金项目的通知》(以下简称《通知》),支持11个业态方向发展,最高将给予500万元的资金支持。聚焦肉菜流通、首店进京在内的多个民生消费、品质消费领域。

首店 品牌引力持续提升

“首店经济”在北京消费市场持续升温。《通知》提到,支持国际品牌(不含港澳台)企业和本土自主品牌(含港澳台)企业及授权代理商在本市开设亚洲首店、中国(内地)首店、北京首店、旗舰店。符合条件的国际品牌在北京开设亚洲首店将获得最高500万元的资金支持。

统计数据显示,2019年,有878家首店落户北京,其中全球首店12家,亚太首店9家,中国首店201家,华北首店115家,北京首店541家。北京引进“首店”,培育新的消费业态,借助网红地吸引人气,增加客流,进一步打造沉浸式、体验式的休闲目的地。

餐饮 实现多元便民

餐饮服务连着食安与助农两条线。《通知》中涉及到餐饮行业的主要包括推进连锁经营规范化发展项目、老字号传承发展项目、肉菜流通追溯项目以及商业品牌首店项目。

对此,北京华天相关负责人表示,《通知》的内容连续性强,精准施策,对老字号、连锁餐饮品牌以及搭建完善的供应链有积极作用,同时餐饮企业因受疫情影响,目前仍然处于比较困难的时期,能够获得政府项目的支持对于渡过难关将非常有利。同时今年的项目申报也主要围绕着大多连锁餐饮企业目前正在发展的方向展开,对指导企业发展也有一定的帮助。

传统商场 优化体验场景

北京传统商场转型初现成效。《通知》则为之护航。《通知》显示,北京对传统商场改造升级项目进行一次性贴息支持,企业使用银行贷款及自有资金进行投资的,以审定投资总额为基数。资金支持比例不超过4.35%,单家企业支持总额不超过500万元。

据了解,申报资金支持的主体营业面积应大于5000平方米,实际产生升级改造投资在2000万元以上。

同时,申请资金扶持的传统商场升级改造后,能够保持经营稳定,业绩良好,日均客流量、销售额等主要经营业绩高于升级改造前。

连锁 个体店改造提上日程

北京消费市场品牌化、连锁化水平不断提高。《通知》提到,鼓励连锁超市和专业专卖店新建直营门店、连锁超市新建或改造配送中心及连锁零售企业创新转型等6个支持方向和内容。

值得注意的是,申报项目的连锁企业需在本市行政区域内至少拥有5家直营门店。申报新建或改造配送中心方向的企业,应在本市行政区域内至少拥有10家直营门店。新建直营门店项目的证照应为2019年1月1日(含)以后颁发。申报农超对接方向的企业,果蔬生鲜商品年直采量不低于2000万元,其中扶贫地区产品采购量同比增长15%以上。

肉菜流通 支持自建追溯体系

食品安全问题与百姓生活息息相关。《通知》提到,针对肉菜流通追溯项目提供一定的资金支持,资金支持比例不超过项目审定实际投资额的50%,最高不超过500万元。

具体来看,支持企业自建及升级改造猪肉蔬菜追溯体系,实现从产地到零售终端的全链条追溯,并对接至本市重要产品追溯统一平台;支持涉及猪肉及蔬菜产品的老字号企业建设从原材料采购到终端销售的全过程追溯体系,并对接至本市重要产品追溯统一平台;支持第三方追溯平台建设,实现猪肉、蔬菜及涉及猪肉与蔬菜的本市老字号产品的全链条追溯,并将追溯数据对接至本市重要产品追溯统一平台。

老字号 文化、技艺传承“实体化”

北京老字号的传承不再“内秀”,将有更多消费者沉浸其中。《通知》提到,支持传统技艺传承;支持博物馆、史料馆、品牌展览馆、非遗展厅等建设,鼓励挖掘、宣传、展示老字号文化、技艺;支持新建或改造老字号门店,鼓励恢复原店原貌,改善消费环境;支持创新经营方式和营销模式等。

北京商报记者了解到,六必居、内联升等企业已建立了博物馆,让文化传承更具归属感。

业内专家分析表示:“我们应该以市场为导向,激励老字号企业在销售、宣传、跨界合作等方面做更多加法,对企业制度、企业文化等进行传承中的创新”。

电商 挖掘智慧供应链优势

《通知》中关于“互联网+流通”及创新示范项目申报明确了5个支持方向。即鼓励发展智慧流通新业态、新模式,支持智慧流通服务平台建设,鼓励农村电子商务创新发展,鼓励发展绿色流通和鼓励发展末端配送新模式。

上述五大支持方向正是当下互联网企业的布局重点。

指南支持商贸流通企业应用大数据、云计算、人工智能、5G等新技术,新装备创新服务模式,拓展营销渠道,提升供应链效率,鼓励发展新零售、智能消费体验中心等新模式、新业态,打造线上线下融合的沉浸式、体验式消费场景。

农贸市场 优化空间布局

在农产品批发市场建设方面,北京市将进一步优化空间布局,升级改造,转变经营方式和交易模式,不断增强农产品日常供应保障能力,提升满足市民多样化需求的供给水平。《通知》指出,对2019年以来升级改造的农产品批发市场项目,资金支持比例不超过项目审定实际投资额的50%,最高不超过250万元。

与此同时,支持完善标准化交易专区、集配中心、冷藏冷冻、电子结算、信息化、电子商务平台、检验检测、废弃物循环利用与处理、安全监控等设施设备建设。

北京商报记者 王维祎 赵驰 郭诗卉 赵述评 刘卓渊 陈韵哲

Market focus

深圳试水线上买药走医保 结算骗保难题未破

线上购药只能自费的瓶颈正被打破。3月25日,北京商报记者获悉,医药新零售企业叮当快药在深圳率先推出医保在线支付服务,在该平台购买药品可直接医保结算。疫情下,医疗“触网”进一步清晰,相关政策红利不断释放,不少地方政府都积极和线上医疗平台试水线上医保。专家表示,互联网医疗+医保结算将是未来趋势,推广至全国只是时间问题,不过,在迎来政策突破的同时,这种模式也将面临多重考验。

医保“上网”

根据叮当快药推出的医保在线支付服务,深圳市民可享受线上购药实时医保结算,在微信上登录叮当快药微信小程序选购药品进入结算页面后,会看到“医保支付”选项,绑定医保卡后即可使用。

叮当快药人士表示,深圳是国内医药O2O医保在线支付、本地药店即时配送首个试点。目前在线医保支付仅限于非处方药,医保处方的流转对接正在推进中。

据了解,叮当快药医保到家服务,是由深圳市医保局指导完成,目前已实现与医保系统数据打通、实时同步。叮当快药“医保到家”项目重点解决了医保资金安全和用户用药安全两个问题,将医保刷卡规则中原来需要人为审核的部分,用代码方式写入线上程序,确保市民完全合规使用医保。

疫情期间,由于大部分医院门诊关闭,患者无法进行医保结算,许多地方政府开始对线上医保“松绑”。据了解,今年2月以来,上海、四川、广东、江苏等地都明确将互联网+医疗服务纳入医保结算体系。2月26日,核心疫区武汉也联合线上医疗平台微医开通了医保支付,覆盖高血压、糖尿病、帕金森、恶性肿瘤等10个重症慢病病种,提供线上复诊开方,线下药店开药。

与此同时,在政策层面,也释放出更多

利好信号。3月2日和5日,国家先后发布了《关于推进新冠肺炎疫情防控期间开展“互联网+”医保服务的指导意见》和《关于深化医疗保障制度改革的意见》,其中都明确提到,支持“互联网+医疗”等服务模式的创新发展,对互联网医疗机构开具电子处方、诊疗费和药费医保在线直接结算“开绿灯”。

在业内人士看来,这是互联网医疗借疫情契机,迎来政策突破的标志。北京中医药大学国家中医药发展与战略研究院副研究员邓勇表示,开通线上医保无论对平台还是广大患者来说都是利好。

进展缓慢

一直以来,处方流转、线上医保结算都是横亘在互联网医疗产业面前的两道“铜墙铁壁”,线上医保始终没有完全“松绑”。

据了解,早在2016年,国家人力资源和社会保障部就发布了《关于印发“互联网+人社”2020行动计划的通知》,该文件被业内人士视为推动医保线上支付的有利信号。

可以看到,近年来特别是2019年后,互联网医疗+医保模式逐渐在部分试点城市和互联网机构间展开。2019年1月,京东互联网医院宿迁分院正式成立,并与宿迁医保局打通了医保支付,持当地医保卡的患者可以在京东线上购买处方药。2019年10月,阿里健康也与浙江衢州市医保局共建了慢病处方流转平台试点,推行诊疗、处方在线流转、医保在线支付、药品配送到家等服务。

“在线医保支付的推进对行业发展利好,会进一步推动行业快速发展。”平安好医生相关负责人表示:“不过,目前平台在接入医保方面没有更多的消息披露。”阿里健康方面也表示,目前线上医保除了衢州,其他地方暂时没有相关业务布局。

推广困难

事实上,医保在线支付或许并没有想象中那么简单。有互联网医疗业内人士坦言,目前平台和各地医保对接仍存在较大难度。“医保涉及的部门太多,每个地区的政策都不一样,需要打通各地的医保电子系统,沟通协调难度都比较大。”

在邓勇看来,互联网医疗+医保结算将是大势所趋,推广至全国只是时间问题,但是在现有阶段下,这种模式也将面临多重考验。最重要的一点就是监管。

邓勇表示,线下医保欺诈骗保行为依然较为猖獗,现有的医保监管力量、手段和执法能力尚且很难去应对这些违法行为,一旦互联网医疗和医保全面对接,面对面交易将变为线上实时交易,这个过程中,如何确保医保资金的交易安全和真实性,医保部门如何履行好医保资金的监管职责,防范线上医保报销欺诈骗保,都是亟待解决的问题。

一些互联网平台试图通过技术来解决上述问题。据了解,为防止医保资金滥用,阿里健康与支付宝、阿里云共同通过利用阿里巴巴的人脸识别、阿里云安全攻防系统、医保资金流与信息流隔离等技术手段,确保医保基金安全。

对于开药量、开药频次的把控,阿里健康与衢州人民医院、衢化医院系统对接,只有两家医院复诊开方后才能配药,因此不存在超额和多次开药情况,且后台都会留存患者问诊记录。

在确保医保资金合规使用、降低风险方面,叮当快药也采取用户实名认证及AI、大数据、云计算等信息技术,针对系统采集到的多维度数据综合评估,精准判定用户身份真实性和用户与所购药品的匹配性。

北京商报记者 王晓然 孔瑶瑶

叮咚买菜扩招北上 生鲜电商空间有多大

北京商报讯(记者 王晓然 何倩)盘踞上海已久的叮咚买菜终于大力北上。3月25日,北京商报记者在招聘网站浏览发现,生鲜电商叮咚买菜正在大力扩招在京食品品质检员、仓管员、理货组长、仓库数据员等,部分工作地点围绕大兴、顺义和通州等地。其实,早在上周,叮咚买菜就已经在Boss直聘上低调招募北京招聘主管、前置仓装修主管等岗位。

对此,叮咚买菜回复称,目前招聘的大多是总仓的工作人员,总仓一般在五环外。前置仓会分布在中离社区近、离市民更近的地方,保障最快29分钟送达。生鲜电商最后考验的还是供应链能力、服务品质,所以我们还是会延续和复制在长三角、深圳地区的优势。”叮咚买菜方面说道。

事实上,密集布点一直是叮咚买菜在上海的主要策略。截至2019年12月,叮咚买菜在上海已经拥有254个前置仓,用时两年基本实现区域全覆盖。凭借一仓跑通、快速复制的策略,2019年8月,叮咚买菜进入深圳。同年春节左右,陆续进入杭州、苏州、宁波、无锡等城市。据了解,目前叮咚买菜在全国已经拥有550个前置仓。

对于进京一事,叮咚买菜表示,买菜是一个特别大的市场,即使是做得很好的生鲜电商,占整个北京人民的消费比例其实还是很小,所以市场机遇很大。“我们认为竞争是很好的事情,促进大家共同进步”。

此次叮咚买菜北上,与去年6月每日优鲜进军华东市场颇有你来我往的味道。两者同以前置仓模式进行快速复制落点,品类宽度、单仓单量、单仓面积、配送时效均有相似之处。

相比之下,叮咚买菜作为后来者,或将面临扩张压力。每日优鲜在华南是以前置仓加盟的模式进行布局,叮咚买菜如果在北京全部自营前置仓,战线太长很危险;竞争之下,加盟或许是一条捷径”。

而对于如何拓宽品类、提升客单价和复购率等方面,叮咚买菜与每日优鲜也在各自给出答案。叮咚买菜创始人梁昌霖曾表示,

公司经营一年以上的前置仓,日均单量在1000单左右,客单价未到65元。2020年,叮咚买菜的核心任务是每用户月均单量达6.5次以上。而每日优鲜则在与品牌餐企的合作中填补品类,促进客单价与利润点的提升。

对于同行进京一事,每日优鲜相关负责人表示:“市场欢迎更多玩家加入赛道,同时注重用户留存和企业长期健康增长的重要性”。他认为,生鲜电商只有在获客成本、履约效率、商品结构的共振中找到平衡,跑通经济模型,才能在市场竞争中立于不败之地,为用户和供应商伙伴带来更大价值。

此外,在融资方面,业内对于叮咚买菜进京也存在猜测。上述业内人士认为,在战略上叮咚买菜想和每日优鲜速战速决,直接较量拼估值,拿下一轮融资。

据天眼查资料显示,叮咚买菜于2019年7月获得了来自星界资本、龙湖资本、CMC资本等B轮融资。而每日优鲜最近的融资事件发生在2018年9月,获得了来自高盛、腾讯、时代资本4.5亿美元的D轮融资。

除了与生鲜到家服务平台过招,在京城生鲜擂台,叮咚买菜还将面对盒马、京东7FRESH、永辉等以到店模式为主的实力玩家,一场到店与前置仓模式的探索将迎来更多可能。

就在最近,盒马生鲜总裁侯毅决定舍弃前置仓模式。侯毅认为,前置仓难以克服品类宽度、客单价、毛利率和损耗等问题,mini店才是盒马的“终极目标”。每日优鲜合伙人兼CFO王■则隔空回应,前置仓需要在获客效率、履约成本、商品结构等多种因素相互作用下,实现健康地盈利性增长,背后需要企业围绕上游供应链、精准获客和智能化连锁运营打造核心竞争力。

对于经营模式,梁昌霖曾表示,要看哪个地方适合什么样的模式,只要供应链能力强,未来各种形态、各种模式都是可以的。

在电商分析师鲁振旺看来,在疫情之后,行业还是面临一个生存问题,而降低成本依旧是竞争的不变核心。