

端午在即 北京商场处疫不惊

端午小长假即将来临,疫情却为之蒙上了一层阴影。6月21日,北京商报记者走访北京多家商场发现,疫情波动下,北京实体商场仍在正常运营。一面场内餐厅重点防控,外卖等人员亮码取餐或集中在固定区域交付餐品;另一面,线下活动转阵线上进行,直播不停。经过上半年的经验积累,商家对待疫情影响已具备完善的解决对策,在线下活动受限的同时,继续深耕线上渠道成为商场预期稳定增长的共识。

餐厅:重点防控外卖

此次疫情的小范围暴发,让北京商业中都捏了把汗。北京商报记者在上周末走访三里屯太古里、北京富力广场及朝阳合生汇等商场看到,中午12点左右的用餐时段,商场内的餐厅鲜少见到客人。同时,商场里也少了亲子类客群的身影,来逛的大多是年轻的潮男潮女们。

此前,3月底有部分商场逐渐恢复客流,此次疫情小范围波动后,客流明显减少。北京商报记者在三里屯太古里看到,外摆餐厅在午餐时段上座率约50%,一些平时较受欢迎的轻食餐厅也相似,如HULU by TRB、九龙冰室、新元素等。

值得注意的是,为了使少部分愿意出门的消费者能够安心就餐,一些餐厅贴出了“全员已接受核酸检测”的提示语。

尤其是日料、海鲜餐饮类门店,目前格外注意安全防护。北京商报记者在朝阳合生汇走访时看到,一家生蚝自助特色餐厅,在午餐时段接待了几桌消费者。店员向记者表示,现在店内还不会提供生蚝等海鲜产品,不过店里给前来就餐的消费者更多的折扣价格。该店员还强调,全店人员均已做过核酸检测,可以放心就餐。

多家商场正在将防控重点放到场内餐饮门店与取送外卖环节。

北京商报记者在北京富力广场看到,来商场的外卖人员均在餐厅外等候,同时需要出示北京健康码、测温、信息登记。相比前一阶段的到店取餐流程来看,更加严格了。

同时,北京商报记者从凯德集团了解到,凯德旗下北京地区的商场对所有进场人员都



北京三里屯地区人流量大幅减少

要查看健康码,包括外卖员、快递员。其中,个别项目自6月22日起,外卖及快递人员禁止进入商场,取餐、送餐、收寄快递等均需要在商场指定区域进行。

国贸商城的相关负责人向北京商报记者透露,疫情小幅波动对商场影响较大的业态是餐饮和亲子业态。根据猎豹移动发布的Aim商场机器人大数据显示,6月18日当天北京商场平均客流比6月11日下降38%。

商场:全员核酸检测

此次疫情的暴发,不仅体现出北京对疫

情突发的迅速反应,还折射出商场的果断应对。截至目前,绝大部分商场中的餐饮人员已完成核酸检测,零售服务业等相关人员也正在检测当中。

根据凯德集团相关负责人介绍,凯德在北京地区的7个购物中心中,所有餐饮从业人员均已接受核酸检测,且所有餐饮店铺停止接待群体性聚餐,并下架三文鱼商品;北京龙湖长安天街项目相关人员表示,场内500余名员工进行咽拭子核酸检测全部为阴性;三里屯太古里也要求所有餐饮租户进行核酸检测。

北京商报记者在北京富力广场多家门店

走访时了解到,除了餐饮之外,其余人员也正在分批做核酸检测。其中,丽家宝贝店员表示,为了保障门店正常运转,店员之间实行分工,错开时间去检测。

除了核酸检测外,加强环境卫生安全成为首要任务。

以凯德MALL·西直门为例,该商场工作人员介绍,在不影响消费者体验的前提下,商场加强通风,如每日营业前的7点半至8点半和闭店后晚10点至11点开启排风系统,让商场保持负压状态,形成空气流动,置换室内外空气。同时,增加消毒频次,如公共区域、卫生间每天消毒5次;扶梯扶手带、直梯按钮、大门把手每小时消毒1次。进入购物中心的所有员工、消费者均需接受体温监测、北京健康码及个人轨迹查询,保障场内人群安全。

对比来看,如在北京防控等级升至二级前,北京商报记者走访多家商场发现,当时大部分商场不再查看北京健康码,还有部分商场不再测温,只要求消费者戴好口罩,做好防护。如今,商场自身防控措施与对进店消费者的要求都明显加强。

在商场加强防护措施的同时,线下活动也陆续取消并采取线上模式进行,部分商场营业时间也有所缩短。北京财富购物中心“嗨翻618乐购享不停”团购活动和“财宝市集”及“会员沙龙”活动暂停举办。北京爱琴海购物公园发布通告显示,调整每日营业时间为11点至20点;花乡奥莱村营业时间调整为11点至19点。

线上:直播不停

此前刚刚放开不久的线下活动一定程度上激活了消费者的购物欲,此时,商家们开始琢磨新方式延续这一波复苏的机会。线上平台成为最佳选择。

国贸商城的相关负责人表示,目前,国贸商城正积极准备线上平台开发,配合租户店铺开展云购物。凯德集团在上周末也开启了全国联动的直播活动,在6月20日至7月12日,

凯德北区首次联合10家购物中心发起跨城直播大促。

凯德集团相关负责人表示,疫情期间,线上购物能为消费者带来便利的服务,这也加速了凯德集团的数字化布局。通过丰富线上商城的功能性,能够增加消费者与商城间的黏性,这对于解除疫情后实体商城恢复有巨大作用。

北京商报记者发现,凯德集团旗下的数字化平台凯德星商城在不久前上线了“星直播”功能,以实体店为背书,将直播与电商打通。商城上线了每日秒杀、平台券、积分抵现、直播等各种功能。

当下,数字化的发展对实体商城尤显重要。和奕咨询创始人、和君商业零售研究中心负责人丁昀表示,零售数字化早期是基于商品数据的信息化,目的是提高运营效率。步入第二阶段后,需要面向核心会员和顾客,实现线上线下互动融合,提供全体验过程。在目前,商城数字化需要形成零售商家和消费者之间的双向互动关系,不仅是商家能够了解顾客,也可以让顾客了解商家,并完成大量数据沉淀,包括过程数据和结果数据,这是数字化的核心本质,而恰恰疫情加速了这一过程。

数字化正在成为商城的基本配套,但重点仍在业态布局上。北京商业经济学会常务副会长赖阳指出,数字化是实体商城不可缺少的部分,但数字化并不能完全解决商业模式和对消费者吸引力的问题。所以,实体商城在现阶段还应专注于业态布局的调整和品牌的筛选,这样能够在疫情过去之后,快速吸引消费者到店。

北京商报记者 王晓然 刘卓澜/文并摄



你的“6·18”快递收到了吗

“6·18”买买买后,你的包裹已经收到了吗?一组来自国家邮政局的数据显示,6月11日-20日,北京地区揽收包裹快递6809万,同比增长22.86%。投递快递包裹8245万,同比增长25.57%。然而,一部分包裹顺利抵京,还有部分可能还停在仓库里。部分消费者向北京商报记者反映,接到卖家的提示,称暂停往北京方向发货。

派送时效延长

“6·18”期间,一位在洋码头购买益生菌小熊糖的消费者收到了商家的短信。商家称,受疫情影响,北京丰台区全区暂停收发快递,希望对方能尽快申请退款,正常发货时,依然按照活动价结算。

另外,北京商报记者尝试在淘宝上下一款霸蛮米粉时,也经历了类似的情况。客服表示,在6月初的时候,便接到了快递企业的通知,北京地区目前只能发顺丰,但时效还不能保证,如有延迟请耐心等待。

此外一品一格食品专营店的客服告诉北京商报记者,现在北京方向的快递大部分还不能发货,正在等快递公司通知。

对此,多数消费者表示,确实出现了部分包裹比之前晚到,但考虑到安全第一,是可以接受的。并且部分实际时效超出了预估。

6月18日上午10点半左右,北京商报记者在京东平台下单时,发现订单页面已设置相关提示语,表示时效会有所延迟。不过,6月19日晚上9点左右,记者收到了包裹。从物流信息上看,商品在北京大兴分拣中心分拣完成,并抵达北京华纺易城营业部,花费了6小时左右。而按照以往,该时间大致在4小时。

因此可见,受大促订单激增,以及疫情小范围波动的双重影响,北京的快递时效和往日相比确实有一定的延长。

部分地区停止派件

对于暂时不能发货的情况,据部分商家的解释,是因为北京少部分地区营业点受疫情影响暂停了派件服务。

社交平台上,一些快递企业流出的暂停部分区域服务的截图被转发。在一组名为“疫情影响网点停发区域表”中,北京商报记者浏览发现,涉及区域集中在大兴区和丰台区,新发地、京深海鲜市场、花乡地区、南苑街道等。此外,部分小区例如丰台区大红门街道久敬家园、和义街道和义东里小区等也列入了这些区域。

不过,快递企业对部分区域网点是否真的暂停了派件服务呢?

北京商报记者向部分快递企业询问后得知,在部分疫情安全防控区域中,部分韵达、百世、申通网点的派件服务确实受到了不同程度的影响,为了保障安全,有的暂停,有的派送延迟。

申通北京丰台区的花乡分公司客服介绍,目前收件服务一切正常,快递员能上门取件,但无法保证投递,需要客户向商家咨询。

中通相关负责人表示,当前丰台区的派件情况正常,但暂时不能保证时效与往日一致。

对此,一位业内人士告诉北京商报记者,每逢“6·18”期间,客户在时效方面的投诉次数就会上升,就算临时增加人手也较难缓解这样的现状。“今年大促中,北京部分地区预计派送时效会受到影响,希望消费者能多多理解。”

另一位快递从业者则向北京商报记者建议道,如果购买的东西很急需,如口罩等,可以填写受疫情影响较小的区域,例如公司的地址,或是家人、朋友的地址,让他们帮忙取件。

在收件方面,北京商报记者将收件地址定于花乡地区附近,使用京东快递、中通等小

程序,均可以下单。为了让消费者放心使用收寄服务,中通相关负责人表示,目前对于所有进入北京的车辆和快件,中通会在北京转运中心进行消毒,网点派送前也会做消毒处理。

10万快递员进行核酸检测

目前,北京市各区正在动员快递等从业人员进行核酸检测。

北京商报记者从通州区方面了解到,6月19日,通州区对全区物流企业、快递(外卖)企业从业人员进行核酸检测。其中之一的马驹桥镇采样点,其辖区从事物流的司乘人员就达到上千名。顺丰、德邦等企业快递人员也于19日陆续抵达各区检测指定地点进行检查。

同时,企业也在自行组织员工并提供免费的检测服务。京东物流表示,为全部在京快递员、货车司机和生鲜仓储人员提供免费核酸检测,目前已经有超过2000名员工完成了检测。

菜鸟也提出,将在有关部门指导下,为旗下丹鸟北京网点的所有配送员提供免费核酸检测。据了解,目前核酸检测已经开始,正在分批进行。

据国家邮政局于6月20日公布的信息,在6月19日,根据北京市统一要求,北京市的17家邮政、快递企业的10.3万名一线从业人员,计划于6月22日24点之前完成全部核酸检测采样工作。截至目前,北京市邮政快递从业人员未报告确诊和疑似病例。

国家邮政局表示,为进一步做好北京地区新冠肺炎疫情防控工作,在疫情导致用工紧张、递送难度增加的情况下,将组织企业通过统筹各类资源、优化网络路由、鼓励临时用工、采用智能箱投递、快递服务站投递等方式应对,尤其是对于实施封闭管理小区,要求各家企业增加人力物力投入。

北京商报记者 王晓然 何倩

Market focus

茅台新签22家直销商能否解渴市场

北京商报讯(记者 刘一博 魏茹) 6月21日,贵州茅台总市值突破1.8万亿元,股价最高已触及1445.2元。然而“股王”盛名之下,依旧难掩茅台渠道顽疾。为解决渠道供需问题,茅台于日前签约了22家直销渠道商,以进一步平抑市场价格,推进营销渠道扁平化改革。

针对茅台签约直销渠道商一事,北京商报记者向茅台相关负责人发去采访提纲,但截至记者发稿,暂未收到相关回复。

据悉,此次茅台签约的22家渠道商中,涉及16家区域KA卖场、4家酒类垂直电商和2家烟草零售连锁。这也是茅台首次与酒类垂直电商和烟草零售连锁签约直销渠道商。同时,此次签约将首次引入例如廉洁自律协议,并从6月开始为此次签约的渠道商送货,要求渠道商收到货后立即开始销售,确保全国、区域渠道商每日有货可售。

不难看出,茅台不断推进直营化是为了平衡“一瓶难求”和“价格高涨”这架天平。茅台方面在签约仪式上表示,完成签约后,公司将陆续投放茅台酒到直销渠道,与社会、自营渠道互为补充,进一步推进营销渠道扁平化改革,打造价格标杆,增强市场调控能力,平抑价格解决买酒难买酒贵等问题。

实际上,飞天茅台在全国市场缺货已是常态。公开资料显示,北京市场的茅台直营店早已于5月就完成了全年销售计划的一半,53度飞天茅台

在6月已处于缺货状态。

北京白酒经销商张先生告诉北京商报记者,很多客户都想来买茅台作为收藏,但很难抢到。而飞天茅台的市场投放也一直为茅台高层所头疼。据媒体报道,茅台一高管曾表示,“货发多了怕市场存货多,不发货价格却猛涨”。

对此,白酒营销专家蔡学飞告诉北京商报记者,由于茅台酒具有很强的金融属性,叠加中间商的炒作,导致茅台失去市场掌控力。通过加大直营渠道的开发,茅台可以减少销售层级,在加强产品价格和完善市场把控的同时,进一步完善企业直营系统。同时,茅台的直营化扩张,将进一步缩短销售链条,提升企业对产品流向的监控能力。

为了改善渠道营销状态,茅台也动作不断。据悉,茅台于2019年开始便以商超、电商、团购客户为核心,拓展直销渠道。同时,今年1月,茅台签约19家区域性KA卖场服务商,进一步扩张国内实体店销售网络。

但茅台的直营化能否为市场“解渴”还是未知数。蔡学飞坦言,茅台的直营化,对茅台的价格平抑只能缓解,很难根治市场。而茅台股价的一路高涨,或将引发舆论负面反弹和经营风险加大。茅台股价过快的增长并没有给消费者带来实际利益,反而在一定程度上助长了炒作的风气,这也不利于茅台酒的长期价格稳定。