

开夜市引新店 京通罗斯福竞逐梨园商圈

引入“夜市”

伴随着北京重大突发公共卫生事件应急响应等级下调,各类消费活动复苏,城市副中心的夜间经济发展也提上了日程。

北京商报记者走访京通罗斯福广场看到,该商场目前正处于调改期,负一层原有的单一餐饮业组合变为“拾味街”主题街区。该街区内引入了各类网红小吃,例如春卷玉米汁、茶悟茶、玩儿串串、周黑鸭等。同时,在餐饮的基础上,街区内融入了一些适合年轻人的零售及创意礼品店。此外,记者看到,位于负一层下沉广场位置,该商场目前正打造“夜市”主题街区。

京通罗斯福广场官方向北京商报记者表示,京通罗斯福广场将结合自身的未来规划打造具有罗斯福特色的“夜市经济”。京通罗斯福广场将通过街区改造,丰富通州梨园商圈居民的夜间文化生活,让消费者得到高品质的服务和感官体验。

作为社区购物中心,京通罗斯福广场主要面向年轻家庭客群。北京商报记者在走访时看到,除了负一层的街区改造外,京通罗斯福广场目前处于品牌调整阶段。根据京通罗斯福广场方面透露,该轮调整瞄准家庭及年轻时尚消费群体。餐饮方面将引入如绿茶、西贝、喜茶等连锁餐饮品牌;零售方面也将逐步升级品牌,未来还将有书店、照相馆、VR体验、展厅、市集等体验型零售品牌的加入。

而在调整之前,京通罗斯福广场的品牌层级多为大众、快时尚品牌。有消费者直言:“负一层重新调整之后,感觉京通罗斯福广场的档次整体提高了一些。但服装、零售方面还需要进一步调整。”该消费者称,虽然京通罗斯福广

疫情防疫进入新阶段,一些在上半年调整改造的商场逐渐露出“真容”。7月23日,北京商报记者走访通州京通罗斯福广场发现,该商场地下一层的美食街进行了品牌置换,同时下沉广场将打造成“夜市”,未来还将有连锁餐饮品牌进驻。不过,夜经济是通州消费的主要发力点,众多商场都在围绕夜经济做文章,京通罗斯福广场想要从梨园商圈中突围,仍需要作出更多努力。

场近几年在通州比较火,年轻人聚会、日常购物通常会选择这里,但是与大悦城、合生汇之类的大型商场比较,品牌上还稍有欠缺。北京商报记者通过商场内的导览看到,京通罗斯福广场的服饰品牌为C&A、Lily、松山棉店等。

竞争激烈

京通罗斯福广场位于通州区的核心区域梨园商圈,自2019年初正式由香港领展房地产投资信托基金收购后,该商场重新定位并开始进行升级调整。而梨园商圈最大的标签就是通州夜生活聚集地,所以京通罗斯福广场发力夜经济只是该商圈的缩影之一,同商圈中的各大项目都瞄准了夜经济消费。

除了京通罗斯福广场,华联天时名苑店也将部分餐饮品牌进行替换升级,打造以二

层为主、其他楼层为辅的街区型深夜食堂。同时,东郎电影创意产业园也在夜经济上下了不少功夫。北京消费季期间,东郎电影创意产业园推出了“夜京城”音乐啤酒嘉年华主题活动。东郎电影创意产业园战略顾问张磊介绍,东郎园区还将举办文化市集、儿童才艺比赛,结合运河夜航活动进行联合推广,把音乐啤酒嘉年华打造为通州区“文化+夜经济”的高端文化消费品牌,让该园区成为综合性商业文化聚集区,提升餐饮行业消费力。

据了解,东郎电影创意产业园目前拥有音乐餐吧、威士忌和雪茄主题酒吧、24小时书店和24小时健身房。张磊表示,接下来的招商方向会围绕文化、特色餐饮业态进行,规划集中更丰富的特色门店,从而带给消费者更多的一站式夜间体验选择。



2013年

香港长江实业集团之附属公司新加坡ARA资产管理有限公司以总价2.8亿美元收购金地中心,更名京通罗斯福广场

2014年

京通罗斯福广场重装开业

2019年

香港领展房地产投资信托基金以25.6亿元收购京通罗斯福广场

2020年

负一层进行改造品牌整体升级

在去年7月,通州区出台的《关于进一步繁荣夜间经济促进消费增长的工作方案》中提到,通州将以梨园地区为试点,逐步在全区范围内培养和打造夜间经济示范区。并从区内试点启动优化餐饮品牌,与购物中心的购物、电影、休闲、娱乐等消费业态融合发展,延长夜间经营时间。

梨园作为首批“夜京城”生活圈,如何整体提升基础设施和配套服务,便利居民夜间消费是商圈转型的方向。不过有商业人士指出,虽然各大项目都在发力夜间经济,但商圈内项目距离较远,门店较为分散,项目与项目之间也很难形成联动,区域特色难以显现。

聚合效应

京通罗斯福广场作为梨园商圈的知名项

目,如何在商圈内长久立足,带动商圈发展对该商场而言更为重要。北京商业经济学会常务副会长赖阳指出,通州居住人群多为CBD工作人群以及政府机关人群,对于生活质量要求较高,商场除了品牌提质外,还应增加文化、娱乐、艺术、时尚、体验等方面的活动,只有高品质的生活性服务业才能适应人口增加和新消费需求变化。

中国百货商业协会秘书长杨青松则认为,虽然各种主题街区在购物中心中十分常见,但照抄照搬的商业模式一定会遇到发展阻碍,所以京通罗斯福广场在调整过程中一定需要打造出属于自己的特色来吸引客群。而对于市场定位而言,要以项目周边精准客群为研究目标,引入真正适合此类客群的品牌才能更好地发展。

《2020年通州区促进消费提档升级工作措施》中指出,通州“夜间经济”将在年内推出2.0版。除了建设以东郎电影创意产业园为代表的夜间经济示范区,还要新发展一条以上“深夜食堂”特色餐饮街区;改造提升梨园夜间经济商圈,增加文化类、体验类业态;培育宋庄小堡、月亮河等夜间消费区域,通过提前策划和主题促销活动,在夜游、夜展、夜读、夜市等方面挖掘消费潜力,而不再是简单的“逛吃逛吃”。

对于区域夜经济的打造,赖阳同样认为,在政策规划和政府扶持的基础上,企业也应从长远发展进行规划。夜间消费的人群和需求是多元化的,不应该仅局限在餐饮上,还应该增加购物、娱乐、文化等各种功能,让区域形成24小时的商业活力氛围。

杨青松表示,如果能够让各大项目产生连带消费,互相刺激消费,更利于项目联动,从而带动商圈发展的效果更加明显。

北京商报记者 赵述评 刘卓澜

每日优鲜获行业最大规模融资

生鲜电商再度成为资本热推的风口。7月23日,每日优鲜宣布完成新一轮4.95亿美元融资,该轮融资也是生鲜到家行业目前的最大规模融资。本轮资金将投入到公司智慧连锁技术和产地供应链能力的打造中。事实上,在疫情影响下,生鲜到家业务进入快速成长阶段。万亿级的体量蕴含着极大的想象空间,经过一轮洗牌,生鲜市场已从群雄割据的草莽时代迈入新阶段。

4.95亿美元!

生鲜电商在疫情催化下再度成为风口。7月23日,每日优鲜宣布完成新一轮4.95亿美元融资,由中金资本旗下基金领投,工银国际、腾讯、阿布扎比资本集团、苏州常熟政府产业基金、Tiger Global、高盛资产管理旗下基金及其他数家机构联合出资,华兴资本担任独家财务顾问。该笔融资是生鲜到家行业迄今最大规模的融资。

每日优鲜合伙人兼CFO王■表示,生鲜到家已经从第一阶段的跑马圈地,进入到高用户渗透和经营质量并重的第二发展阶段,核心是要实现跨区域、跨品类的健康增长,而全价值链的数字化、智能化升级将有效保障扩张中用户体验的优化和经营效率的提升。本轮所融资金将投入到公司智慧连锁技术和产地供应链能力的打造,以此为核心能力,推动商业模式的持续进化。

据每日优鲜方面介绍,智慧连锁技术主要涉及到商品供应链端、前置仓交付端及用户交付端等三个方面。商品供应链端中包括智能选品及智能补货、订单农业、智能定价;前置仓交付端则是智能选址、智能仓储、智能派单;用户交互端包括智能推荐、智能搜索、智能促销等。此外,产地供应链主要包括丰富SKU、高性价比的商品、和战略合作伙伴关系、买手团队的建设等方面。

在每日优鲜创始人兼CEO徐正看来,未来五年,线上生鲜超市行业将进入快速成长阶段,用户覆盖会从早期人群向主流人群普及,用户渗透会从补充购买渠道向主要购买渠道升级,线上生鲜超市将成为主流人群的主要购买渠道。

每日优鲜已完成多轮融资。天眼查信息显示,每日优鲜于2014年12月-2018年9月共完成七轮融资,融资金额累计近9亿美元,投资方包括

腾讯投资、高盛、联想创投、元生资本等机构,其中腾讯共参与四轮投资。今年5月,市场曾传出每日优鲜完成新一轮融资、投前估值超过30亿美元,且投资方包括中金资本的消息。

竞争蔓延至供应链

资本不断向生鲜电商递出橄榄枝,除了每日优鲜,近几年杀出重围的国内头部生鲜电商们,已经获得了资本的持续认可。以叮咚买菜来说,天眼查资料显示,仅在2018年,叮咚买菜就获得了七轮融资,2019年获得两轮融资,投资方如今日资本、高榕资本均参与了数轮,而融资金额未曾向外披露。

相较之下,每日优鲜在2020年前的融资事件,时间还停留在2018年9月。而进入2020年后,生鲜玩家们均在加紧开店步伐。仅以北京市场来说,叮咚买菜当前每月的订单量以2倍速度增长,并计划开出超200家前置仓。而盒马鲜生也开始调整门店业态,以小店配大店的步伐,待盒马mini在北京模式成熟后进行快速复制。

布点的同时,生鲜玩家们也在持续挖掘供应链资源,与食品厂商、餐饮企业联合推陈出新,以新产品来提高平台商品的丰富度和差异化。据盒马于近日公布的数据显示,盒马工坊已覆盖全国23个城市,拥有1300多款商品,在销售额方面,盒马工坊占盒马自有品牌整体销售近40%。

同时布局供应链的还有每日优鲜。从今年4月开始,每日优鲜便公布了新五年“百亿俱乐部”计划,包括投入100亿、扶持100个亿级规模供应商、投资孵化100个生鲜新品牌。其中,第一个合作方为中国农业科学院饲料研究所,两者在4月2日推出了首批由每日优鲜定制、饲料所研发的

“聪明配方蛋”。

彼时,每日优鲜商品中台总经理Danny向北京商报记者介绍称,未来这100个亿将投入到产业链端的升级,无论是科技成果的转化,还是选品选种上的调整,每日优鲜会去做更多的生鲜新国货,根据用户的需求,来反推应该提供怎样的商品,这是未来五年供应链战略中的重要内容。

正如徐正所言:“行业格局正在从百亿级别短跑的小组赛到千亿级别长跑的淘汰赛,上游供应链生态和数字化连锁,将成为最终的胜负手。”

反向定制

可以预见的是,将触手深入供应链上游的生鲜电商,在给分布零散、经营粗放的农户、供应商等各方带去用户数据、农产品标准化需求等资源的同时,还需深度参与反向定制生鲜商品的操作流程。

在零售业专家胡春才看来,目前生鲜行业中,众多零售企业在供应链上进行探索,并整合资源。然而,从上游解决“三农”即农业、农村、农民的供给模式,到下游消费端保证生鲜品质,目前还只是一个开局,行业内还未出现能提供一整套解决方案的玩家。

这不仅意味着玩家们供应链投放的精力和资源除了需要以充裕的资本来支撑,新产品何时能获得商业成效,也需要等待较长时间去试错和论证。资料显示,盒马孵化了盒马工坊三年,才获得了上述成绩,而由盒马自主研发的商品占比约60%,其余则是与全国各地的餐饮、食品企业联合开发。

在精益零售理论创始人龚胤全看来,受到疫情影响,消费者的生鲜需求得到大幅度的提升,也让资本再度看到生鲜市场的潜力。生鲜市场的竞争将会更加激烈。比如说叮咚买菜、钱大妈、谊品生鲜、生鲜传奇都开始加速自己的扩张:“未来生鲜到家模式不会是单一模式获胜,而是像当前的线上、线下各占半壁江山,并且长期存在。同时,生鲜供应链竞争主要核心还是消费者的体验。”

北京商报记者 赵述评 何倩 赵驰

中通回应“假人”事件:将自查自纠

北京商报讯(记者 赵述评 何倩)7月23日,中通快递为用假人安检致歉“被顶上微博热搜,阅读量达到1.4亿,4621人讨论。7月22日晚间,河南省周口市邮政管理局针对鹿邑县中通快递一级网点用假人充当安检员数月,并强制要求基层网点违规二次收费的调查结果进行公示。其显示,假人冒充安检员一事属实,而关于末端二次收费问题暂未发现。

对于该情况,中通向北京商报记者回应称,本次事件暴露出中通在网店安全管理上存在严重的短板漏洞,将深入自查自纠,全面加强和规范网店管理。

据悉,中通快递河南省管理中心已于7月20日要求鹿邑县快递网点停止营业。此外,中通将在河南省开展为期一周的安全隐患排查整改和寄递安全三项制度培训。

对于上述事件,周口市邮政管理局解释到,经调阅企业分拣处理场所视频监控资料,并分别询问举报人、企业负责人、当班员工等,认为鹿邑县中通快递服务有限公司使用假人充当安检员进行过机安检情况属实。针对“基层网点违规二次收费”一事,经走访鹿邑县2个乡镇7处快递网点,询问网点负责人、走访消费者、调阅收费账单、随机电话回访等,暂未发现存在末端二次收费问题。

周口市邮政管理局表示,对鹿邑县中通快递服务有限公司使用假人实施快件安检违法行为,依据《邮政法》《反恐怖主义法》等相关法律法规,已于7月21日向其送达了行政处罚告知书。

对于该事件,中通发布声明,表示充分尊重邮政管理局的处罚决定,并要求河南鹿邑县快递网点坚决执行。同时,鹿邑县快递网点已经停止营业。停业期间,将按照邮政管理部门的要求做好鹿邑县中通客户

的服务工作,中通快递河南省管理中心将妥善安排相关网点一线员工的工作。

7月19日晚间,据相关媒体爆料,鹿邑县中通快递9个乡镇基层网点负责人联名举报鹿邑县中通快递一级网点负责人吕某用假人充当安检员数月。

除此之外,联名举报信还指出,中通快递鹿邑一级网点不给乡镇网点派费,纵容网点二次收取派费,严重损害客户利益。同时,吕某强制要求19个乡镇网点同吕某注册的好便

加盟制

中通以假人冒充安检员,不仅违反了国家对快递安全的要求,对头部企业形象来说也是很大的伤害。当前加盟制快递企业面临管理的变革,企业规模越大,越需要提高管理水平,同时可以运用技术手段来监督末端网点的运营场景和情况。

利服务有限公司签署第三方服务协议。在乡镇网点负责人拍摄的一张好便利服务有限公司海报图片中,信息显示:“本公司定于4月13日开始代收派件服务费,每票2元,请大家积极配合,自觉遵守”。

一位资深物流专家向北京商报记者表示,中通以假人冒充安检员,不仅违反了国家对快递安全的要求,对头部企业形象来说也是很大的伤害。当前加盟制快递企业面临管理的变革,企业规模越大,越需要提高管理水平,同时可以运用技术手段来监督末端网点的运营场景和情况。