

小型化成未来超市发展趋势

北京商报讯(记者 赵述评 赵驰)8月10日,沃尔玛购物广场北京知春路店贴出停业公告称,沃尔玛知春路店将于2020年8月17日起停止营业。据悉,沃尔玛知春路店于2005年开业,至今为止已有15年。作为区域内的大型商业综合体,附近有不少居民表示对关门非常遗憾。

北京商报记者针对沃尔玛知春路店向沃尔玛方面核实,沃尔玛方面表示,因租期届满,沃尔玛知春路店将于2020年8月17日起停止营业。同时,为了将停业对顾客和周边社区的影响降至最低,消费者可到其他门店或通过京东等线上平台,继续享受沃尔玛优质优价的商品和服务。

停业公告显示,知春路店关闭后,沃尔玛在北京还有7家门店,购物卡可继续在同城其他沃尔玛商场使用。此外,延保服务将不会受影响。

对于员工安置问题,沃尔玛方面表示,公司将妥善处理员工的安置问题。同时,沃尔玛会开放全国所有商场的空缺职位,愿意继续留在公司工作的员工,可以选择对等的岗位进行申请。如果员工选择其他工作机会,将尊重他们的决定,并将依照相关法律法规安排合理的解决方案。

对于沃尔玛此次停业,有业内人士认为,大卖场面临的租金、人力成本及水电、促销等费用支出持续高涨,市场竞争也愈发激烈等原因,对经营业绩形成较大压力。

值得注意的是,小业态逐渐成为零售企业推进的重点,尤其在疫情过后,围绕社区的小业态越来越受到重视。今年3月,

盒马宣布,盒马mini今年将大规模加速开店,并向全国复制。盒马mini将成为盒马进军社区服务和下沉市场的排头兵;一向以大卖场为主的大润发也在7月开出首家大润发mini店“小润发”,并在一个月之内开出3家门店。

事实上,在去年11月,在一年一度的发展大会上,沃尔玛中国宣布,未来5-7年计划在中国新开设500家门店和云仓,其中包括沃尔玛购物广场、山姆会员商店、沃尔玛社区店多个业态。除开设新店之外,未来三年,沃尔玛中国还将对200家现有门店进行升级改造。

对于北京新店计划,沃尔玛方面对北京商报记者表示,目前没有具体的计划。沃尔玛定期回顾零售业务的门店布局以及其业绩表现。中国是一个充满发展机遇的市场,沃尔玛对中国经济和市场充满信心,并致力于在中国的长期发展。

零售专家胡春才在接受北京商报记者采访时表示,在规模上,传统卖场都在8000-10000平方米左右,未来超市卖场应该要小型化,以此减少租金、运营上带来的压力。此外,以往的卖场辐射范围都在5公里左右,很容易被其他卖场、超市截流,如果实体店面积在3000-4000平方米,覆盖范围缩小至1-2公里左右,这样可在深耕附近消费群的同时,避免同行带来的竞争压力。

“随着消费变迁和消费群体行为习惯发生变化,越来越呈现出个性化、体验至上、注重精神消费的特点,因此超市卖场应该在消费环境打造、消费体验上进一步提升,营造良好的购物氛围,这将是未来实体店存活的关键。”胡春才说。

华熙LIVE品牌欲以轻资产模式复制

项目扩容是制造快乐需要

8月,华熙LIVE罕见地高调宣布,华熙LIVE·五棵松项目将进一步扩容,五棵松北区开启招商,将引入影院、跳楼机等沉浸式业态,预计在2021年5月1日前建成,加上已有南区和6月新开业的调调街,华熙LIVE·五棵松日客流量有望从目前高峰时期的10万人次扩充到20万人次。

华熙方面透露,2019年全年华熙LIVE·五棵松人流量超2000万人次,相当于整个北京市的人口总和,2019年全年带动消费十几亿元。

五棵松项目内热门的餐饮商家在高峰时段一座难求。“五棵松项目目前确实出现了饱和,这也是我们要扩容北区的核心原因。”赵燕自己也对实际状况并不讳言:“消费者等位时间长,体验感是不好的,这不符合我们希望给消费者带来快乐的初心,所以才要有调调街,并增加北区来承接,所有这些都是为了提供更多、更优体验的业态。”

商家受益华熙才受益

在赵燕看来,华熙LIVE模式中,华熙与商家间是相互赋能的关系:“华熙的理念是‘先利他再利己,利他才能利己’。”赵燕告诉记者,华熙LIVE模式如果分为前中后台,那么华熙作为业主方和运营方,负责前台和后台,商家负责中台;前台负责引流,要配置业态、打造环境、确定承载建筑形式;后台要做好支持服务,包括物业运营、线上系统、各类娱乐设施等;中台需要做好产品和服务,让消费者能够拥有很好的体验。“平台与商家携手,针对内容不断进行创新,才会有人

品牌或始于一念,但终成于坚持。缘起于奥运场馆运营的华熙LIVE品牌,十几年来不断以文化体育、文化娱乐、文化艺术、文化教育、文化生活五大文化业态的融合充实自己,终于迎来了其品牌自觉的时刻。

近日,华熙国际投资集团有限公司董事长赵燕在接受北京商报记者采访时表达了她对华熙LIVE品牌的系统性总结和思考。在她看来,华熙LIVE的内容创新能力和前后台运营能力是品牌的杀手锏,而“快乐”则是品牌为消费者带来的核心价值。

流的汇聚,才能形成华熙LIVE这种新商业模式,才会为双方带来收益。”

华熙方面提供的数据显示,五棵松项目80家商家的租售比在10%以内,即七成华熙LIVE商家的销售额是租金的10倍,全部商家的租售比控制在20%以内。

赵燕认为华熙LIVE的核心内涵是“五位一体”,即融合文化体育、文化娱乐、文化艺术、文化教育、文化生活五大文化业态,让年轻人来参与、来体验、来感受。“在这个充满活力的地方能够待至少5小时,有获得感和幸福感,开启全新的生活。”赵燕说“运营能力是我们的核心能力,除了赋能商家外,华熙还坚持核心业态自持自营,或参与投资,以确保华熙LIVE调性不变。”

提供沉浸式互动体验

除了2017年最早启动的五棵松项目正在扩容外,华熙LIVE也已经在其他城市展开了品牌输出,华熙LIVE·528、华熙LIVE·鱼洞于2018年在成都、重庆相继开业。

未来,华熙LIVE品牌有望在江西上

饶信江等多座城市落地。赵燕还希望以轻资产的方式,不断复刻华熙LIVE项目,与有意愿的地方展开合作,当然华熙LIVE的品牌输出也有自己的“门槛”。

赵燕表示,首先是对城市人口的要求,必须选择人口在500万以上的城市,且人口构成以年轻人为主;其次是选择基础设施较为完善的经济发达城市,如附近必须有地铁来疏导人流;第三,合作伙伴必须和华熙LIVE理念和价值观趋同,双方都必须能够做到“坚持坚守创新担当”,且都要具备做实业、做产业的思维。

另外,在谈到华熙LIVE品牌输出的核心竞争力时,赵燕表示:“一是我们有结合当地情况的内容创新能力,比如在五棵松北区会引入剧场‘德云社’,而在成都邀请李宇春参加超级音乐盛典;二是运营能力,涉及核心业态的运营能力、物业的运营能力、商业的招商运营能力,因此在项目前期规划设计阶段,就需要从产业的角度去参与,提供咨询服务”。

赵燕表示,未来的华熙LIVE将建设成一个线上线下互动、为城市年轻人打造的社交平台,为年轻人提供沉浸式互动体验项目,吸引更大的客群,带来广泛的影响。北京商报记者 赵述评 刘卓澜

美团联合北京烹协开启“嗨吃龙虾节” 外卖到店双场景成北京餐饮消费复苏新引擎

北京消费季全面重启,美团点评也进一步升级促消费活动。8月8日晚,大众点评App上的小龙虾直播活动,开启了“玩转京城美食 嗨吃龙虾节”活动,这是美团与北京烹饪协会联手推出针对暑期和周末场景的优惠活动。美团相关负责人向北京商报记者介绍,美团作为线上平台支持此次活动。用户不仅可以到线下体验美食,还可在线上体验秒杀代金券、直播探店等活动,通过美团外卖享受小龙虾等各种夏季热销美食。

美团数据显示,有高达53.3%的小龙虾订单下单于晚上7点之后,也有诸多用户通过美团到店业务下单小龙虾。此次大众点评App直播活动,就是从外卖和到店两个角度给消费者带来多种优惠。

“外卖经济”促进消费复苏

8月8日晚8点,美团外卖在华熙LIVE·五棵松举办了“嗨吃龙虾节”主场直播活动,北京电视台主持人李然作为主播,与北京烹饪协会会长云程、餐饮商户代表共同介绍小龙虾美食文化,并为消费者发放外卖消费券等福利。

活动期间,华熙LIVE·五棵松将推出各种消暑餐饮优惠措施,结合深夜食堂、部分小龙虾菜品8折,免费试吃、啤酒免费试喝,节目表演助阵,延长营业时间至24点后自然闭店等举措,助燃商圈餐饮深夜食堂

烟火气,点亮城市夜经济独特风景线。

北京烹饪协会会长云程表示,疫情期间,餐饮行业受到较大影响,很多企业开始重点发力外卖,通过外卖实现自救。随着各行各业复工复产加速,餐饮行业也正借助外卖平台有序复苏。本次龙虾节活动,与美团点评重点合作,联合众多餐饮企业,为消费者发放优惠券,一来“触网”加速,通过大众点评直播推广品牌、增加营收;二来通过促销能够有序带动到店堂食复苏;三来可以继续发挥“外卖经济”对消费促进的积极作用。

为配合“嗨吃龙虾节”活动,8月7日开始,美团外卖在北京推出了小龙虾线上钜惠,消费者可享受刮刮卡红包、折扣套餐、

优惠代金券等福利,从而足不出户享受小龙虾美食。例如,麻小·麻辣诱惑推出的5折套餐、叁圆小龙虾推出的1.48元特惠爆款小龙虾、夹克的虾推出的6折买一赠一麻小等。

美团外卖相关负责人表示,在北京消费季期间,美团外卖将进一步围绕用户和商户双方需求,通过多种方式助力生活服务行业有序复苏,助燃城市“烟火气”的热潮。

大牌到店吃1折起 助燃京城夜经济

除了华熙LIVE·五棵松活动,8月8日的簋街也在同时进行一场直播探店活动,

在大众点评App的簋街直播中,星厨达人推介和企业掌门人送出了一系列秒杀产品,满足消费者线上探店抢优惠、到店品美食的需求。例如8.8元秒杀花家怡园龙虾礼盒、9.9元秒杀胡大小龙虾100元代金券、9.9元秒杀沪小胖熟醉蟹,还有剥小龙虾PK、云逛街攻略、1折雍正烤鸭秒杀抢券优惠。

美团相关负责人表示,美团会联合北京烹协在8月8日、9日推出“嗨吃龙虾节”专题页,覆盖小龙虾、烧烤、夜宵等主题的到店优惠活动,打造“红包+爆品秒杀+精选特价”周末优惠、花家怡园、胡大、沪小胖、辣庄、姚记炒肝等诸多大牌到店特惠,助燃京城夜经济。



云程介绍,在全市范围内组织开展玩转京城美食嗨吃龙虾节活动,旨在鼓励更多商家和市民使用消费券。美团点评线上平台推出线上美食节和大众点评App直播,助力行业稳步复苏。

据了解,美团还在针对不同餐饮消费场景,策划线上线下餐饮活动,如美食市集、美食地图、特色小店榜单、夜市等,将持续支持和积极参与北京消费季,持续为促消费加码,助力餐饮行业增长。