

“在楼下”有优势？社区新零售迷路

曾经红极一时的无人货柜在各大写字楼、CBD中遇冷后，其目光便转向了社区。近日，北京商报记者走访发现，北京部分社区内出现了一家名为“在楼下”的无人便利柜，便利柜中除了水饮之外，还有水果、日常用品等商品出售。不可否认，无人便利柜对于社区便民服务是很好的业态补充。但是，与传统便利店相比，无人便利柜由于品类少、毛利率低，多少有些“鸡肋”。在需要大规模投放设备“烧钱”抢占市场的情况下，仅仅依靠其基本业务很难存活。针对其成本、效率、供应链等关键痛点，对零售业态以及零售全链路进行变革，来实现自给自足，是当前无人便利柜面临的首要问题。



另一位居民表示，一般到晚上，附近便利店都关门了，才会有一些年轻人来这买点吃的。对于自己为什么不在便利柜中购买商品的原因，该居民表示，担心自己操作会出问题，而且怕买错退换货不方便，所以如果不是特别着急，都会选择去超市购买。

缺乏核心优势

诚然，无人货柜以入住人员密集的小区、写字楼等区域为主，可以解决“最后100米”的问题。同时，作为社区内便民性服务业态的一个补充，能够解决消费者的一时之急，但是长远来看，无人便利柜存在的问题仍然没有得到解决。

中国百货商业协会常务副秘书长杨青松认为，在电商快速发展的情况下，人们依然重视线下门店的重要原因还是人与人面对面的沟通和服务，是线下有温度感的购物体验。无人店无法与顾客像邻里一样交流互动，无法深耕商圈。他补充说：“无人”零售业态在较长时间内作为补充业态存在；前端主要采取有人服务+自助服务相结合的方式；无人商店的种类从便利店向其它品类延伸；无人商店短期内无法盈利。

商务部研究院流通与消费研究所梁威博士则认为，对消费者来说，无人便利柜尽管能够24小时营业随时满足消费需求，并且为消费者就近购买提供便利，从而优化消费体验。然而，当前无人便利柜内的商品以快消品等商品为主，商品品类较少，与消费者的多元化需求匹配度不高。此外，对于一些水果、卤味、鲜奶等保鲜类的商品来讲，尽管在保质期内不影响销售，但是商品的口感会受到存放时间长短的影响。

对于无人便利柜未来的发展，梁威认为，一是探索跨界发展，丰富无人零售业态的功能；其次，应用大数据等技术赋能无人零售业态，基于无人便利柜平台集聚的人群画像、消费特点等，及时调整商品种类和功能，精准契合消费者需求。

杨青松认为，技术发展为商业赋能，商业的核心是主线。以供应链为例，无论是传统零售、电子商务还是无人店，核心的业务流程没有发生变化。无人零售存在明显的前端点位扩张与后端供应链建设不匹配问题，尤其是一些新进入零售业的的企业，加强供应链能力尤为重要。

北京商报记者 王晓然 实习记者 赵驰/文并摄

简版便利店

在政策的加持下，便利店业态无疑成为了当前最热点的话题。传统便利店、无人便利店、无人便利柜都在抢占市场。北京商报记者走访各大社区发现，一款品牌名为“在楼下”的无人便利柜出现在北京多个社区中。

该企业官网显示，北京在楼下科技有限公司于2017年成立，是一家致力于构建城市零售新生态的创业公司。在楼下在成立三个月内便完成了过亿元早期融资，投资方包括IDG资本、元■资本、九合创投和山行资本。2018年5月，在楼下再次获得千万级美元的A+轮融资，IDG资本领投，创新工场联合领投，元■资本跟投。

根据天眼查显示，在楼下控股人除主要创始人张致和外，还包括九合创投创始合伙人、百度创始人团队成员的王啸，瓜子二手车CEO杨浩涌等也持有少量股权。

目前，在楼下无人便利柜已落地在北京市朝阳区、海淀、昌平、通州、丰台、大兴、房山等区域内的社区。

在楼下无人便利柜一个机柜占地面积大约6平方米，商品最多库存240种、2640个，支持人脸识别、微信等支付方式。记者看到，在楼下无人便利柜中不仅有水饮、休闲零食等商品，还有水果生鲜、面包鲜食、卤味熟食等

需要冷藏的商品售卖。

记者了解到，在楼下无人便利柜不仅能在现场通过自助的方式购买商品，还可以通过手机小程序、外卖平台等多渠道进入购买入口。同时，还推出满减满减、打折券、限时特价等多种促销方式。此外，在楼下还支持办理付费月卡、季卡、会员专属权益等方式吸引消费者再一次购买。

从品类上看，与传统的无人货柜相比，其品类相对丰富。但是与便利店还是不能相提并论，这样的无人货柜看上去更像一家精简版的便利店。此外，从价格上来看，在楼下便利柜中的商品要比部分便利店中售价便宜，以一瓶“康师傅茉莉蜜茶”为例，在楼下无人便利柜中售价为3元，而某些便利店或其他零售业态售价为3.5元。

北京商报记者多次致电北京在楼下科技有限公司咨询相关事宜，但是并未得到回复。此后，记者以加盟商身份致电北京在楼下科技有限公司咨询加盟事宜，客服表示，加盟事宜将由公司市场部专人联系并介绍。但截至发稿前，记者仍未收到任何回复。

品类短板

纵然无人便利柜在便民性上有着先天的优势，导致

众多资本抢占赛道，但是仍不少人并不看好这种新零售形态，一些专家认为无人便利柜的发展仍然面临着诸多痛点。

金沙江创投合伙人江澜表示，由于扩展周期长、购买人数影响货架收益、配送成本高等原因导致其不看好无人便利柜。此外，还有人认为，无人便利柜品类太少，毛利率低等问题也是掣肘其发展的重要原因。

据了解，目前市场上存在的无人便利柜主要有“开放”与“智能”两种模式，一种是开放式货架和冰箱，另一种是自助贩卖机。在楼下便利柜属于自助贩卖机。

在楼下无人便利柜中的一些生鲜类的商品，如果在保质期内未能销售出去，商品将作为废品被处理。7月28日，记者发现，在楼下便利柜中仍然存放着7月23日生产的卤味商品，其保质期为7天到9天不等，这些即将过保质期的商品，未被消费者购买，对于运营方来说无疑是一笔巨大的损耗。

尽管与传统自助贩卖机相比，在楼下无人便利柜内的商品品类丰富了不少，但是，其品类仍然不足以和便利店、超市等零售业态相比。一位住在十里堡东里的居民表示，自己没有使用过无人便利柜：“小区周围就有很多大型超市、便利店，无人便利柜售卖的商品品类太少了，因此一般还是愿意去超市。”



1985-2019

北京商报创刊34周年

因报之名 以融为大

传播优先 品牌聚合

产品导向 新闻可视

内容为王 全媒共享



北京商报网



北京商报官方微信