

五年亿家 小店经济掘金路线图

小店作为市场经济中的毛细血管,既能给消费者带来生活便利,也能带动其他产业的恢复发展,为社会经济注入能量。伴随着7月16日商务部等七部门《关于开展小店经济推进行动的通知》(以下简称《通知》)的发布,“小店经济”迎来历史性发展机遇,《通知》提出了“五年百城百家赋能企业千个小店集聚区亿家小店”的发展目标。同时,发展小店经济也将会促进就业、扩大消费、提升经济活力,推动形成多层次、多类别的小店经济发展体系,满足人民日益增长的美好生活需要。

目标:百城千区亿店

望京西园四区内,小区的居民在便利店选购生活用品,刚开业的理发店传来沙沙的吹风机声响,干洗店的老板抱着衣服忙进忙出。这家干洗店在园区已开业两年,20平方米的小店储量惊人,门口处摆放着蔬菜水果等物,进门口的陈列区上摆着几排整齐的鞋子,再里面就是一个简陋的小桌子,桌上摆放着碗筷,一个孩子坐在旁边看书。

“孩子放学就来做作业,关店再一起回去。”程晓告诉北京商报记者,这个小店是她们的白天的家,工作、吃饭都在这里,店里的服务也从之前单纯的洗衣服增添了售卖水果蔬菜。

这就是全国成千上万个小店的样子,它们背后是就业、消费和“烟火气”,它们就是市场经济的毛细血管。

此次对小店的政策支持会不会惠及程晓这样的小店主呢?小店经济中的小店具体指的是什么呢?作《通知》附件发布的《全国小店经济发展指南》中明确了小店的内涵:小店即小型店铺,登记注册方式以个体工商户和微型企业为主。

同时,小店涉及哪些行业呢?根据国家统计局《统计大中小微企业划分办法(2017)》,小店通常指面向居民消费的批发、零售、住宿、餐饮、家庭服务、洗染服务、美容美发、维修、摄影扩印、配送服务等行业的个体工商户,雇员10人以下或年营业额100万元以下的微型企业,及年营业额1500万元以下的网店。

基于小店形成的促进大众就业、服务改善民生、驱动多元化消费的经济形态,被称为小店经济。

2019年12月30日,李克强总理在国务院常务会议上说:“要以更有针对性的政策措施发展‘小店经济’,创造更多就业机会,促进形成一批人气旺、特色强、有文化底蕴的步行街。”

对于具体发展目标,《通知》中提出,至2025年,培育小店经济试点城市(区)100个,赋能服务企业100家,形成人气旺、“烟火气”浓的小店集聚区1000个,达到“百城千区亿店”目标,小店主体更为壮大,民众就业更有保障,经济弹性和活力进一步增强。

根据公开数据显示,截至2019年底,全国注册小店8000多万户,带动就业约2亿人,规模数量大,吸纳就业多,行业分布广泛。

举措:四类百家赋能企业

如何为小店赋能,是发展小店经济的关键。《通知》的思路是“以大带小”,促进共赢发展。《通知》要求,以市场化手段推动“以大带小”,以“小促大”,大中小企业和个体工商户合作共赢、共建生态。

这“以大带小”中的大,实际上就是发展目标中提到的100家赋能服务企业。在《全国小店经济发展指南》中,具体归纳了赋能服务企业的四种类型,分别为:电商平台、物流服务企业、商贸服务企业和中央厨房。

具体的赋能领域是,由电商平台为小店提供批发、广告营销、移动支付等数字化服务,减轻小店信息成本和经营负担;由物流企业为小店开展统仓、共配、冷链等供应链服务;由商贸企业拓展分销业务,为小店提供集采、批发、配送等赋能服务;由中央厨房为小店提供集中采购、统一加工等标准化服务。

实际上,电商平台与小店主早已密不可分。平台推出种种技术工具,扶持政策支持小店,而小店的活跃度也将进一步拉动平台的消费吸引力和丰富度。据7月16日发布的《阿里巴巴夜经济报告2020》(以下简称《报告》)显示,6月22日,支付宝上线“夜光收钱码”,截至目前,换上“夜光收钱码”的小店交易活跃度提升了30%。

而在京喜平台,北京商报记者了解到,7月7日,京喜推出“京喜产业带工厂直优品计划-毕业生小店行动”,对毕业生入驻京喜开网店提供专业化指导、流量倾斜及营销与金融方面的助力措施。据相关负责人介绍,在进货方面,依托京喜产业带工厂直优品计划,为小店们提供工厂直供及出口转内销的源头好货,打破进货难,并通过“热卖趋势分析榜”,帮助毕业生店主智能化进货。

商贸企业方面,多点Dmall合伙人、首席战略官任中伟曾表示,数字零售操作系统Dmall OS已经进入全面输出阶段,适配便利店/生鲜店等小店业态的Mini OS在未来五年计划助力100万小店智能化,1000家智能硬件厂商、3亿智能设备将加入多点Dmall智能硬件联盟。

对此,好邻居总经理陶冶也表示:“面对新的小店经营者和新的竞争环境,我们认为需要一条更加现代化和数字化的加盟连锁发展道路和模式。”好邻居一直致力于平台化方向,开发中国特色的鲜食和加工食品供应链,和Xbrain智能便利店系统,也是定位在能够



服务于众多的小店的升级。

行业:餐饮行业呼声高

餐饮行业与小店经济的匹配度极高,餐饮行业本身就属于中小微企业较多的行业,发展小店经济对于扶持单体餐厅、特色小吃、稳定就业十分有帮助,从整个餐饮行业发展趋势来看,品牌连锁虽然一直是近些年餐饮行业发展的主流趋势,但小店却一直是支撑着餐饮行业的重要组成部分,这也是导致目前国内餐饮行业产业集中度较低的主要原因。

位于和平里中街的一家单体餐厅负责人告诉北京商报记者,单体餐厅多服务于周边社区居民,核心竞争力在于锁定回头客,老顾客越多,餐厅的生存能力就会越强。但单体餐厅发展到现阶段也面临着很多困难,品牌餐企快速扩张规模不断挤压小店的生存空间,小店的话语权相比大品牌要弱得多,因此与供应商以及外卖平台、本地生活服务平台的议价能力就会更弱,导致小店的利润空间越来越小。在该负责人看来,发展小店经济,最希望的是政策能够从餐厅经营的成本出发,降低企业的税收及各类相关费用的支出,帮助提升单体餐厅的盈利能力,让小店能够有能力把顾客体验做得更好。

北京烹饪协会会长云程在接受北京商报记者采访时表示,北京餐饮业包含了大量的具有文化特色、菜品特色、服务特色、环境特色等“泾渭分明”的小店,这些风格多样的餐饮小店,在丰富和满足消费者多样化的餐饮

需求方面发挥了不可替代的作用。

随着首都四个中心建设的推进,消费者对于更具特色、更高质量的餐饮小店的消费体验需求将进一步加大。发展小店经济将会提升餐饮小店的存活能力和竞争水平,对于餐饮小店规范化的发展会起到一定的推动作用。

声音:催化经济多样性

小店经济发展也面临生存成本高、融资难融资贵、营商环境有待优化等问题。北商研究院特约专家、北京商业经济学会常务副会长赖阳表示,在小店的发展过程中存在很多瓶颈,因此导致小店在这个过程中要付出更高的代价。一方面是因为绝大多数小店的相应经营管理的专业能力有限;另一方面是其本身资源调动能力有限;此外,小店获取资金的渠道会比较窄,而且获取资金的成本会比较高。

在赖阳看来,此次推出的政策对小店当前所面临的困难做了相当深度的调研,无论是从营商环境,还是资金扶持以及放宽准入门槛等方面,基本都是围绕小店的生存和发展过程中的重要瓶颈提出的针对性措施。不过,政策的落地实施还有一定难度。要想获得更好的实施效果,还需要相关部门付出更多的努力。

阿姨来了首席执行官周袁红对北京商报记者表示,相信这次扶植小店的政策落地后将会改善家政行业进社区难现状,因为家政行业是服务民生的行业,纵深、便民是根

本,而且数字化的发展,有利于进一步规范和家政从业人员的信息管理,使雇主用人更透明,更有保障。

“小店的发展,短期看是增加了竞争,但是长期看,是吸引了更多的从业者进入商业领域尤其是社区服务领域,它们终究缺乏系统的后台支持,需要更加专业的服务,所以我们长远看好对便利店的发展推动。至于吸纳小店进入更加规范和现代化的连锁系统,是我们一直以来希望重点开展的业务方向。我们会更加关注政策的方向和市场变化,及时跟进。”陶冶说。

“实际上,支持小店的发展,将来其会在产业生态中逐渐发生分化和提升,也就是说在一个生态体系中,它的活力不只在经济体系,而是需要更多样性的种群,才能够带来生态体系的健康成长。与此同时,小店能让整个市场长期保持活力。因为小店的存在,能够让成熟的商业体系不断被搅动、被升级,对整个经济活力起到很好的提升带动作用。”赖阳认为,小店是一个城市不可或缺的业态。

近年来,小店经济快速发展,在扩大就业、方便群众生活、繁荣市场经济等方面具有不可替代的作用,已成为国民经济和社会发展的重要组成部分。还有商业人士指出,经历过此次疫情,该政策在此时加大力度推进就是为了稳就业与扩内需。不过,上述人士直言,发展小店经济还需对其进行约束,如果此类门店发生了违规违法行为,应有相应的处罚政策出炉,以保障商业发展的规范化。

北京商报记者 赵述评 郭诗卉 刘卓澜 赵旭 何倩 实习记者 赵方圆

盒马工坊升级发力鲜食 要动谁的蛋糕

一向不按套路出牌的盒马在零售圈率先开展业务“变奏”,这次盯上的是鲜食生意。7月16日,盒马在上海宣布升级盒马工坊,并将推出上海首家独立门店。而就在前一天,盒马才刚刚宣布旗下早餐业态盒马小鲜孵化成功。频繁调整业务架构,盒马一方面在应对后疫情时代的消费需求变迁,但同时也面临着来自更多赛道的直接竞争。去年来盒马对旗下业态前前后后进行了多次调整,此次再下鲜食这一步棋,能助其成功突围吗?

作为一直隐藏在背后的品牌,盒马工坊在默默孵化了三年时间后终于迎来高光时刻。从此次盒马晒出的成绩来看,盒马工坊月成交额已经破亿。与此同时,目前该品牌已覆盖全国23个城市,拥有1300多款商品。其中,约60%由盒马自主研发,其余是与全国各地的餐饮、食品企业联合开发。而在销售额方面,盒马工坊占盒马自有品牌整体销售近40%,在上海区域已超50%。

年初暴发的疫情让消费者的饮食健康意识发生了变化,更加注重新鲜、安全和品质的同时,对熟食、半成品的消费需求激增。据盒马相关负责人透露,今年春节期间,卖得最好的

盒马工坊半成品,日均销量可以达到平时的10倍以上。

据悉,盒马工坊是盒马从成立早期就有的鲜食品牌,主要做熟食和面点,此前定位类似于超市、大卖场常见的主食厨房,后来品类不断扩充,业务扩展到熟食、面点、半成品、时令四个领域。另外,除了自主研发以外,盒马工坊还有不少产品是与喜茶、奈雪、护国寺小吃等知名品牌合作推出。

疫情对餐饮堂食冲击影响很大,却为鲜食半成品带来了新的发展契机。不少超市企业已经将熟食、半成品类列为必修功课。除了盒马之外,沃尔玛、物美、超市发等超市企业纷纷引入熟食、半成品等商品,眉州东坡、西贝等餐饮品牌也推出自有餐食半成品在各个渠道售卖,而本就鲜食见长的便利店更是早就占据了市场先机。这也意味着盒马的竞争对手再一次来自四面八方。

不过,老龄化、少子化的趋势,本就在助推一人食、半成品类的发展,再加上疫情的影响,减少堂食和外卖,安全有品质的鲜食市场确实空间很大。在零售分析师胡春才看来,受疫情影响,老百姓的消费总体都会变

得慎重,高端的堂食餐饮比重可能会减弱,速食、即食品可能反倒更符合节省意识。零售和餐饮企业确实也需要根据市场环境变化及时作出调整。

在宣布盒马工坊升级之前,盒马事实上已经开展了一系列的业务调整工作。比如,盒马小站被盒马mini业态替代,早餐新业态 Pick'n Go升级为盒小马等。一连串的动作反映了盒马对旗下业务方向还在不停摸索中。据了解,盒马目前除了盒马鲜生、盒马mini两大业态之外,盒小马、x会员店等新的创新业态将会是盒马接下来的发展重点。

在精益零售理论创始人龚胤全看来,现在市场环境有点像日本上世纪90年代经济危机时,大家可能开始倾向于精挑细选的消费,更加追求性价比和品质。对于零售商来说,类似盒马工坊这种企业自主研发的自有品牌商品或将更受消费者欢迎,因为它们去掉了品牌溢价和营销成本,就是还原商品本质。对于零售企业来说,商业模式创新已经很难取得优势,回归商品力的内功修炼才是大势所趋。

北京商报记者 赵述评 赵旭

云上服贸·开放升级

数字平台新功能上线 云上服贸会拉开帷幕

北京商报讯(记者 王维伟)中国国际服务贸易交易会(以下简称“服贸会”)作为全球服务贸易领域规模最大的综合性展会和中国服务贸易领域的龙头展会,是中国对外开放的三大展会平台之一。继2020年服贸会数字平台6月16日正式上线,7月16日,北京市筹办与服务保障领导小组办公室携手京东集团,联合打造的服贸会数字平台正式开放云上展厅、云会议预约、项目发布、智能匹配、客服中心等多项新功能模块。

在疫情防控常态化背景下,展会模式越发新颖。“云上展厅”是服贸会数字平台线上展览展示的承载空间,参展商完成在线注册和线上展会申请与入驻后,可借助平台提供的数字展台模板自行搭建线上展台。

同步开放的还有展商直播服务,参展商可申请开通展商直播间,通过直播营销方式,推介服务贸易项目,分享服务体验。一直以来,论坛会议是服贸会的重要组成部分之一。此次服贸会数字平台上线“云会议预约”功能,入驻平台的组展组会

企业/机构与展商企业/机构,可通过平台云会议预约系统发起“线上办会”申请。服贸会数字平台推出项目发布系统,完成平台注册的企业,可通过服贸会官网项目发布栏发布项目合作意向,便捷获取商机。

此外,服贸会数字平台设计规划了大数据分析功能,展商在搭建展台、发布展品、发布项目的过程中平台将会自动记录与相关内容关联的行业、领域、分类、所属地区等关键信息,同时还支持手动添加关键词标签。平台根据用户的浏览记录、画像信息进行智能匹配,精准推荐参展商、展位和展品信息,并跟踪成交成果。京东集团利用大数据技术,使数字平台可实现海量数据的统计分析,智能挖掘与匹配商机,实现展商与采购商之间的高效连接。

随着数字平台更多新功能上线,2020年服贸会的脚步声越来越靠近,并走到全球展商的身边,为全球展商提供数字化、智能化云上会展新体验,共谋商机、共促发展新平台。