无人店科技感十足，制胜点并非“无人”

7月以来，“无人”成为长沙零售业关键词 多个项目开始尝试“无人经营”

今年7月，马云用一杯咖啡炒热了天猫无人零售店“淘咖啡”，一时间，这个经营面积不过百平方米的零售单元再成众人关注的焦点。一直以来，被看做是升级版夫妻店、简约版大卖场的便利店，又有了不同的可能性。

“听说在这儿开了一家无人便利店，特意过来体验的，买了一些开业特惠商品，还挺方便。”8月17日，一位中年女性消费者在展览馆附近一家新开的无人便利店外向记者表示。

在长沙，多个贴上“无人”便利店标签的商家同时抢滩，背靠大型连锁商业集团的电商线下便利店快速扩张，再加上传统社区便利店的服务一再升级，一场看不见硝烟的零售商业升级卡位战正在打响。

■记者 朱蓉 实习生 江巧涵

8月16日中午，展览馆附近的无人值守智慧店内，消费者正在选购商品。记者 朱蓉 摄

关键词 融合
线上购买，店里取货

8月18日，友阿微店O2O鑫科明珠小区店开业，这也是友阿集团自2015年相继在各大重要商圈开设友阿海外购线下体验店后，再一次在线下开设实体体验店。

在友阿微店位于友谊商城的首家门店内，记者看到，与一般便利店主要销售日常零食、冷饮等商品不同，这家贴上了互联网标签的便利店，主要销售的商品为线上平台销售的主力商品——水果以及特色商品。

记者注意到，除了友阿集团旗下以便利店形式出现的友阿微店外，家润多旗下酷铺、绿叶水果等便利店均实现了线上、线下的一体化运营。

“在线上商城下单，指定提货门店后预约提货，就能享受比线下门店更低的销售价格。”绿叶水果珠江花城店店员告诉记者，线上下单到店仅花29.8元就可购买三斤黄桃，而它的线下售价为每斤16.8元。

贝恩公司和凯度消费者指数联合发布的《2016年中国购物者报告》中提到，便利店在2015年实现了超过13%的增长，几乎是2014年增速的两倍，成为创投关注的一个热点。

对此，中投顾问于今年7月发布的《2017–2021年中国便利店行业深度调研及投资前景预测报告》也表示，随着消费者大量在线购物，便利店面临实体店铺营收下滑的风险，因此便利店开始设法推出网络与实体整合的多渠道销售策略以增加获利。

该报告指出，近两年开始，各种规模的便利店开始大量实验全渠道整合策略，一个常见的计划是“在线引流”，利用在线折扣价促销将客人吸引至门市购物，但在多种线上线下促销活动持续进行时，如何衡量“在线引流”对于店内销售的真实影响则相当困难。这也是目前便利店在尝试线上、线下融合经营时需要突破的一大瓶颈。

关键词 无人
全过程自助选购结算，没有营业员

8月16日中午，尽管阳光猛烈，但在位于展览馆附近的孚利购无人值守智慧店内仍有不少消费者正在选购商品。记者在这家便利店内看到，除了零食、方便食品等高频消费品外，还有如进口沐浴露、牙膏、面膜和洗面奶等日化用品在售。

扫码开门，自主选货，将准备购买的商品倒入结算框后，按屏幕提示金额扫码付款，扫描无未付款商品后开门离开……记者在该店停留的20分钟内，有3名市民先后挑选了商品并按指示进行了买单操作，即使没有营业员进行服务，过程也较为顺畅。

“听说在这儿开了一家无人便利店，特意过来体验的，买了一些开业特惠商品，还挺方便。”一位中年女性消费者如是对记者表示。她告诉记者，店内的流程比她想象中更加有科技感，会考虑复购。

7月以来，“无人”成为长沙零售业备受关注的关键词。除孚利购外，包括五人便利店、全天ALL DAY等项目在内均开始尝试“无人经营”。

8月17日上午，记者来到位于岳麓区天元七彩MALL3楼的五人便利店。与孚利购相同，该店也需扫码进入，不如前者方便的是，五人便利店的扫码流程包括了绑定手机、充值28元消费金并实名认证等三个步骤。

一名曾在五人便利店消费的市民认为，“五人便利店环境比较私密，一次只能进去一个人。”同时，该便利店工作人员罗坤也告诉记者，相信这家选址在学校附近的无人便利店能够在开学后迎来销售高峰。

8月18日上午，在长沙西中心的华图教育员工活动室内，记者看到，摆放在此处的全天ALL DAY由两台冷柜自动售货机与数排开放式“诚信经营，扫码付款”的售货栏组成，销售商品为方便面、小零食等。海商网络技术有限公司一工作人员经常在上班间歇扫码购物，他表示，“上班有时饿了就会来买吃的，他们补货勤快，生意应该不错。”

据该品牌认证微博客服介绍，全天ALL DAY主要开设在各大公司内，一般只为企业内部员工提供服务，如果消费者成功将其引入所任职的企业，可获得300元奖金。

目前，无人便利店俨然已成为零售商业圈内最受资本关注的焦点。今年7月，全天ALL DAY获得了中国惠农网董事长姜仕先生数百万元天使轮投资，估值超过2000万元。而罗坤也透露，五人已完成了天使轮融资，“现在需要争取A轮。”

从概念问世到全民尽知，无人便利店仅用了一个月的时间，在传统零售向来不疾不徐的发展历程里，相对罕见。从1家到3家，未来或许还将有更多家，采访中，多位零售业内人士认为，品牌的定位、商品的丰富度和价格以及系统的完善速度将成其发展快慢的决定性因素。

关键词 服务
提供热食及用餐场所，注重互动交流

与新兴互联网基因便利店、科技感十足的无人便利店相比，传统连锁零售便利店在这些年来又做了哪些尝试？

8月18日，记者在长沙开福万达广场步行街B区看到，一家名叫Today的便利店里不断有消费者排队买单。与大多数便利店不同的是，这家便利店提供食用热食的餐桌椅为24小时经营，支持微信外卖下单，由蜂鸟配送。

数据显示，目前，该品牌连锁店已在长沙市内开设9家门店，均设置在写字楼、学校及商场附近等人流量较为集中的场所。

而千惠、汇米巴等已拥有较多门店的便利店，则更早一步销售关东煮、快餐盒饭以及豆浆、咖啡等热食热饮。据记者了解，湘江中路凯乐国际一层的汇米巴便利店每到上午9时，现场加热的包点馒头就可售空，而关东煮、茶叶蛋也是畅销单品。

家住开福区的黄小姐是在采访中为数不多表示相对于无人便利店，对传统便利店更感兴趣的消费者。她认为，无人便利店只是一个噱头，“如果无人便利店和传统便利店卖的东西差不多，我会选择传统便利店，因为通过和店员聊天来购物会更方便。”

“无人便利店打的招牌大多为节约成本，但设备本身投入就动辄几十万了，一间小的便利店，最多需要雇佣2至3名员工，按3000元月薪计算，能够聘用几十年。”一名对零售业态颇有研究的电商行业人士认为，与消费者接触越直接的零售行业越应该讲究细致服务，这是最能够培养顾客购物忠诚度的利器。

手记

想要长久，先要便利

在中情网于今年5月发布的《2017年便利店行业现状及未来发展趋势分析》中就提到，从发达国家的经验来看，人均GDP超过10000美金，便利店就会进入爆发增长期，可以达到平均3000人拥有一家便利店的密度，中国的人均GDP预计到2020年便能达到10000美金，而便利店密度远没有达到这一数字。

除人均GDP外，城市的临街店铺资源、消费者的生活习惯也将影响一家便利店是否能够持久良好地经营下去。在《2016中国城市便利店指数》排名上，长沙以总得分87名列第三，仅次于深圳、厦门。这也说明，目前，长沙市便利店的发展空间依然很大。近两年来，随着越来越多的资本进入长沙便利店市场，在为市民消费带来更多便利的同时，也推动了这一业态的快速发展。从概念提出到落地如此短的时间内，多家无人便利店便先后抢滩星城，这也无疑说明了长沙未来便利店市场的无限可能。

不过，究竟是有人便利店更胜一筹，还是无人便利店后来者居上？目前看来，尚是个未知数。谁能取胜这一场卡位战，关键还得回归到零售本身，从经营方式、经营商品等各个方面出发，落到“便利”的实处。