

电商巨头布局线上超市,凭借“低价”和“高速”攻城略地

布局电商抢市场,超市打响“自卫战”

业内观察

当电商攻破超市“生死线”
未来是品牌和体验之争

据尼尔森发布的《2016年度中国卖场超市购物者趋势报告》显示,接受问卷调查的消费者在过去一个月网购的渗透率从上一年的19%上升至35%。这无疑意味着,对于“网上逛超市”这件事,消费者在一年前的接受度就已经开始上涨。

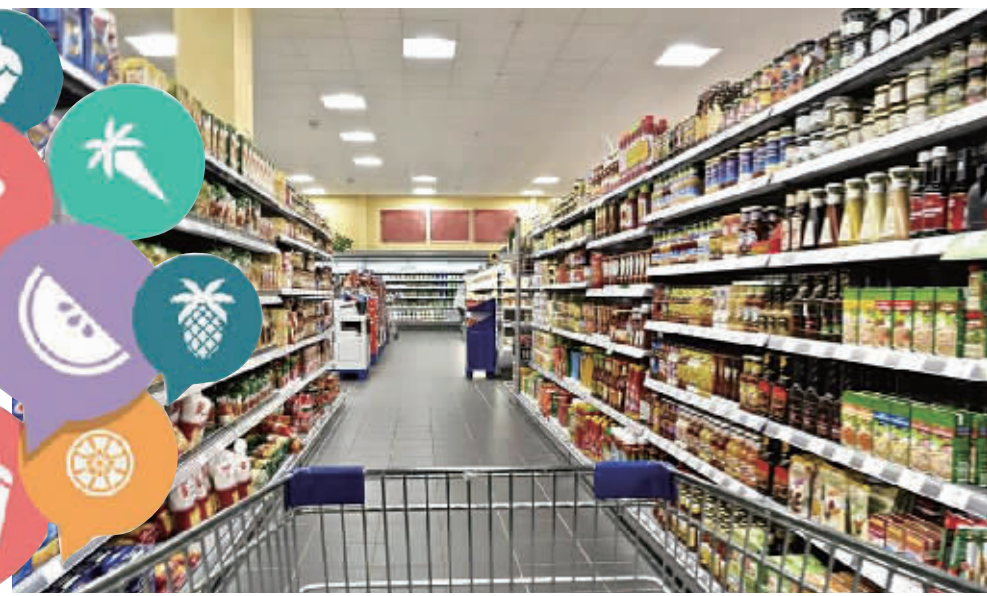
在零售从业者眼中,“生鲜”一直被看做超市的生死线,也是超市与线上卖家抗衡最重要的武器——毕竟,当天晚餐就要用到的蔬菜和鸡肉,难道还要等第二天甚至第三天才配送到家的快递配送吗?

而2017年以来,随着线上平台的销售品类不断扩展,肉类、蛋类和蔬菜、水果也开始逐渐被囊括,这无疑开始增加了实体卖场的危机。那么,实体卖场初步涉足线上,胜算的关键点究竟在哪?

上述家乐福负责人就表示,“每一种业态都会存在发展的空间,以前讨论哪一种业态更好,而现在更加注重品牌及其价值。在一个强有力品牌之下,我们可以拥有不同的业态,资源共享并且优势互补。”他认为,多年实体经营的品牌价值将是实体商超涉足线上领域在消费者心中快速占领位置的重要法宝。

尼尔森的数据也显示,“能提供令人愉快的购物体验”、“商品陈列整洁美观”、“商店环境干净卫生”在购物者心目中的重要性颇高,与此同时,高达90%以上的消费者认为店员服务质量好、产品丰富多样和方便到达是最为关注的因素。

对此,一位超市业内人士就直言,未来,纯电商或者纯实体的经营模式将越来越少,经过了前两年的超高热度之后,“O2O”经营模式已经开始沉淀,如何借助互联网这个工具提升消费者的购物体验将是接下来实体商超卖场最重要的课题。



随着电商巨头加紧布局新零售,线下超市的市场空间遭到挤压,而反守为攻、涉足电商领域,则成为不少线下超市的选择。(资料图片)

【最新动态】

家乐福开通湖南电商服务
长沙多家超市已率先布局

12月28日,三湘都市报记者进入家乐福官方网上商城看到,该平台服务已覆盖包括湖南长沙、株洲和湘潭等在内的18个城市,在可购买商品方面,更是囊括了生鲜冷藏、进口食品、个人护理等十大类。记者还留意到,虽然线上也有蔬果类商品,但品类不如实体卖场丰富。

据家乐福湖南江西区负责人常飞介绍,此次开通的线上卖场,是利用线下门店作为分仓点和配送站为消费者服务的,当消费者在网上商城下单后,系统会把订单自动推送到距离最近的门店,通过第三方物流进行配送。

在长沙,依托实体门店作为仓储中心,进而开通网上销售的超市,家乐福并非第一个“吃螃蟹”。

据三湘都市报记者了解,如刚刚于数月前进入长沙市场的沃尔玛山姆会员店,提供山姆网购、全球购和京东旗舰店三种网络购物模式;而王府井生活超市、卜蜂莲花、平和堂生活超市则入驻了京东到家平台,依托该配送系统进行销售。也有商家选择自建平台,如湖南家润多便推出了酷铺这一品牌,依托供销大集团旗下的大集商城实现线上线下,线下配送或自提等功能。

打开京东到家平台上的卜蜂莲花富兴店,记者看到,除了在其他各大平台上均有销售的商品外,消费者还可购买上海青、茄子、油菜等生鲜蔬菜,价格在每斤2.58元至2.98元之间,生鲜商品相对丰富。

“有时间就到店买,没时间就上网买,也挺方便,主要是配送时间快。”在湘雅医院附近上班的陈女士告诉记者,她就曾多次在该平台上下单购买生鲜蔬果。

【行业纵览】

B2C巨头纷纷涉足线上超市
借烧钱补贴、“1小时送达”攻城略地

过去不久的“双11”、“双12”电商大促上,除了促销战打得火热的各类商家外,由京东、天猫、苏宁等B2C平台构建的线上超市也吸引了不少消费者。

淘宝“超级买家”、“L4”等级的网友“依某照”说,几乎每支付一笔订单就会收到一张天猫超市“满99元减50元”的优惠券,限定在某些品类或商品中使用。她感慨,“这会有一种线上超市商品天天在打5折的错觉。”

而京东PLUS会员用户胡小姐也表示,在一些特定的促销节点,京东超市会有“满199元减100元”的大型促销,“另外还会发放限量的‘满199元减100元’、‘满199元减50元’额外优惠券,在享受优惠活动之外,还可再减,促销力度确实很大。”

12月28日,三湘都市报记者打开天猫超市页面看到,该平台正在进行“家

庭囤货日”的主题促销,将分时段发放“满199元减100元”、“满199元减30元”叠加优惠券。到13时40分,于上午10时发放、优惠力度较大的“满199元减100元”优惠券显示“已抢光”,只剩下“满199元减30元”优惠券可供领取。

此外,快递配送的速度也在不断被刷新。就在前两天,天猫超市在北京、上海、成都、武汉、杭州五个城市开通“1小时达服务”。这意味着,这五个城市的消费者足不出户,就能通过天猫超市一站式解决三餐、日用品等日常消费。而此前,京东超市在“京准达”之外,也推出了“极速达”服务,在部分城区的8时至20时之间下单时,将在2小时内进行配送。

由大力度的促销和越来越快的配送时间不难看出,在超市业态上,国内各大B2C商城“攻城略地”的野心。

12月28日,世界零超商巨头家乐福正式在湖南开通电商服务,这是继北京、上海、成都、昆明、无锡、江苏等地之后,该公司首次在湖南拓展电商业务。

2017年以来,“超市”作为线上、线下抢夺的关键词之一,受到众多电商巨头的追捧,天猫、京东、苏宁等国内大型B2C电商平台纷纷加码布局线上超市业态,经营项目从日化用品拓展至生鲜、速冻食品。与此同时,线下实体超市卖场也开始尝试“线上下单,送货到家”,沃尔玛山姆会员店、王府井生活超市、家润多酷铺等线下卖场也借力网上配送平台,涉足“线上超市”。

线上超市的使用频率如何?这一场超市卖场的“自卫战”的胜算又有多少?

■记者 朱蓉

记者手记

花钱不就是买舒心

市场法则,自古以来就是一个愿买,一个愿卖。在社会文明高度发达的当下,消费者手头的存款越来越多,可以消费的渠道也越来越广。对消费者而言,辛苦挣来的收入,如何花,当然是选择花得更舒心的方式,最好能购买到最合适的商品——经济又实惠,方便且快捷。

不难发现,在“你来我网”的争夺战中,硝烟已由明转暗,回归本质被更频繁地提及。无论是网上商城涉足更多的实体领域,亦或者实体商城借助互联网拓宽销售半径,对商家而言,如何让消费者更心甘情愿、更更快地掏钱将是永恒的课题。

■记者 朱蓉

