



# 社区生鲜“肉搏战”打进“最后50米”

## 无人售货机开到楼栋下,蔬菜水果肉类可扫码购齐 品控与配送仍为最大考验

8月9日上午,在长沙天心区荣盛花语书苑小区内,不少在小区内遛弯乘凉的居民被一排无人售货柜吸引。一组共计6个无人售货柜内,整齐地摆放着近百种商品。三湘都市报记者看到,猪肉、龙骨、茄子、豆角、苹果、黄桃等生鲜均已按日常用量分装好,可供消费者方便拿取。

新冠肺炎疫情影响下,社区生鲜店、社区团购项目等多种商业形态发展迅速。而今,又有生鲜无人售货机打破“最后五十米”距离,更进一步地摆在了楼栋单元门口。这是否会使得社区生鲜领域再迎新变局?

■记者 朱蓉



▲关上柜门后,消费者的手机APP自动提示商品售价,以进行结算。

▲8月9日上午,刚刚上线的轩子扬生鲜无人售货柜吸引了小区内居民购物。 记者 朱蓉 摄

### 新奇

#### 更近一步,无人售货机开卖生鲜

8.5元/斤的黄桃、29.5元/斤的后腿肉、3.5元/斤的油麦菜……模样新鲜又干净的生鲜商品吸引了不少居民关注。

“买了一份后腿肉、两包鸡蛋干,一共花了27.73元,价格挺便宜。”吴女士一面向三湘都市报记者展示自己的结算界面,一面感慨到,正愁今天没空买菜,没想到家楼下的自提柜“送货上门”了。在扫码购买完蔬菜后,她又在旁边一柜中挑选了两个苹果。

与大部分自提柜的操作相似,由湖南轩子扬贸易有限公司推出的智能生鲜专柜需通过手机进行购买操作。三湘都市报记者按柜面提示下载“采驿”APP后,通过APP扫码成功打开相

应柜门。当拿出一份两个的西红柿时,APP自动提示该份商品的重量为0.652斤,售价为2.28元。关上柜门后,便进入结算流程,手机提示订单金额,完成支付即可,整个流程仅需15秒左右。

“自动售卖生鲜柜是冷链的最后一环,柜内温度都会实时显示,在确保商品品质不受室外温度影响的同时,也便于网点工作人员进行监控管理”,轩子扬相关负责人黄慧介绍,作为一个将互联网、人工智能与物联网等元素进行结合的项目,公司在每组柜子上都配备了有语音功能的摄像头,工作人员可通过电脑了解现场情况,消费者也可向摄像头提出自己的疑问,并获得及时的解答。

### 感受

#### 尝鲜者众多,无接触式购物带来新商机

张女士发现家里的中餐烹饪少了调味品,正准备出小区去“补货”。在如愿于智能柜中买到了一把小葱后,她进行了100元充值,“挺方便的,就在楼下,像在逛超市。”

在三湘都市报记者停留的60分钟时间内,数十名居民成功购买了各种商品,从肉类、蔬菜到水果、豆腐,甚至是几毛钱一把的小葱,均有人“青睐”。

黄慧告诉三湘都市报记者,虽然今日为该项目正式试运营的第一天,但前来一探究竟的消费者还挺多,“第一批一共投放了4个小区,此前已经预热了两天,推出一些优惠活动,目前单个小区的消费者充值金额均突破了万元。”

如,每天21点后,当天未售完商品将开始进行阶

梯式特价促销。而零点到2点,则会有工作人员进行货品上新,以确保第二天的销售。

黄慧介绍,在行业领先的水分子保鲜抑菌技术,以及公司已成功运转多年的生鲜供应链物流配送系统加持下,为全市、乃至全省范围内的该项目智能售货柜进行及时补货并非难事,而在后期,除销售外,还将陆续推出定向拼团、田园采摘、网购到家以及净菜寄存等多个项目,“未来计划在三年内铺设十万组智能柜。”

三湘都市报记者注意到,与近两年火热的社区生鲜门店、社区团购相比,该项目最大的特点为无接触式购物——从挑选单品到付款买单,均可由消费者自主完成。

### 观察

#### 搅局社区生鲜,品控与配送仍为最大考验

尽管看热闹的人挺多,愿意掏钱购买的人也不少,但这一把生鲜放进智能售货柜的大胆尝试是否能够成功占领社区生鲜市场“C位”,还面临不少考验。

疫情之下,作为生活必需品行业的社区生鲜发展迅速,社区生鲜店、社区团购项目均显现出强大的生命力。

在长沙,社区生鲜店也空前活跃,不少小区甚至达到了隔数十米就有一家的密度。在万科城、英祥春天以及龙湾一号三个房产项目构成的社区商业中,不到百米的距离就同时开出了5家以售卖生鲜为主的门店。

一直以来,生鲜成为线下商业在与线上商业竞争中的行业红线。由于生鲜商品的个体差异性和对配送、陈列一系列过程的较高要求,如何确保消费者生鲜品类的购物体验,这对商家而言是巨大挑战。

眼下,自动售卖智能柜入局社区生鲜领域,在如何确保商品在终端的品质以及供应链的稳定性上,依然面临考验。业内人士提出,因为是日常高频消费品,消费者对生鲜商品的品质以及价格最为敏感,再加上近距离肉搏和可替代的商业形态也不少,智能柜是否能够在市场上快速、稳定的成规模并良性循环销售,更多将取决于具体操盘公司在上述问题中的解决能力。

此外,三湘都市报记者还注意到,由于智能柜售卖的操作流程为关柜门后再通过手机APP自助结算,这与日常自动售卖机“先付款,后出货”的模式也略有不同,如何防损也将成为另一考验。

2019年中国小龙虾产业总产值达4110亿元,是夜宵江湖主角

## 餐饮品牌为何纷纷盯上了小龙虾

炎炎夏日,在夜宵江湖里,小龙虾成当之无愧的主角。下班后邀上三五好友,去夜宵店里点上一盘小龙虾,一天的劳累顿时烟消云散,这便是长沙老口平凡热辣的市井人生。

青睐小龙虾的不只食客,还有蠢蠢欲动的资本。近日,绝味食品发布公告称,将通过股权投资的方式投资从事小龙虾、牛蛙、蟹等水产品加工和销售的企业;盒马鲜生与文和友联名推出香辣口味小龙虾,已在长沙、北京等9个城市上架;还有肯德基、海底捞火锅、煌上煌卤味相继开展小龙虾业务……

#### 动态:绝味食品发力“小龙虾”

日前,绝味食品发布公告称,旗下子公司投资的广州绝了小龙虾产业投资基金合伙企业(有限合伙)已在中国证券投资基金业协会完成备案手续;为满足公司战略发展需要,品牌旗下多家全资子公司还将参与设立湖南金箍棒私募股权基金企业(有限合伙),通过股权投资的方式投资“美食生态”相关企业。

公司披露,上述两只基金除了投资小龙虾、牛蛙和蟹等水产品,其核心作用是拓展美食生态边界,并购优质项目。

这并非绝味食品首次涉足小龙虾领域。绝味食品天猫旗舰店曾上架过一款名为“绝味招牌虾球”的小龙虾产品,生产商为湖南阿瑞食品有限公司,小份、大份零售价分别为20元及35元。

#### 行业:巨头纷纷瞄准小龙虾

作为“盛夏大IP”,食客们对小龙虾的喜爱也吸引着餐饮大咖们纷纷推出相关新品。

日前,盒马鲜生与文和友联名

推出番茄香辣口味小龙虾,售价为58元一份。盒马鲜生有关负责人介绍,为了让全国各地的消费者接受新口味,该商品共同研发历时2个月,配方前后调整4次,在增加浓郁的番茄味道时,降低了辣度,目前已在长沙、北京、广州等9个城市上架。

此外,海底捞火锅在长沙多家门店上架麻辣小龙虾、蒜蓉小龙虾及十三香小龙虾3款当季新品,并在各大电商渠道及连锁超市推出小龙虾调味料;7月24日起,肯德基新品川香麻辣小龙虾将在上海、深圳、西安等10个城市上市,销售时间最晚到凌晨5:44;在长沙,周黑鸭方面也向媒体透露,小龙虾产品在进行工艺升级,预计新品会在8月上架售卖。

小龙虾消费持续增长,其产值也在不断扩大。由中国水产技术推广总站、中国水产学会组织编写的《中国小龙虾产业发展报告(2020)》显示,2019年,中国小龙虾产业总产值达4110亿元,同比增长19.28%;全国小龙虾养殖产量前30名的县(市、区)中,湖南省共占7个。

#### 观点:季节性商品供应链不稳定

从纯中式做法到西式餐饮的加入,似乎只要与小龙虾沾个边,就能吸引到消费者为其买单。“以前只有口味虾一种,现在还有蒸虾、卤虾、油爆虾、蒜蓉虾、咖喱虾等多种口味选择,助推了小龙虾市场的持续升温。”一长沙餐饮业人士如是评价。

他认为,小龙虾利润高,待开发市场大,才吸引越来越多的品牌入局,“小龙虾作为季节性农副产品,供应链并不稳定。如何在反季节解决肉质太干、太柴等消费者反馈较多的问题,达到与活虾现做相似的口感,是企业仍需突破的技术壁垒。” ■记者 黄亚苹 通讯员 丁子琦