



欧尚一分钟无人便利店。

传统零售商抢滩便利店市场

见习记者 马欣宜 文/摄

商超便利化，商业网点下沉，已经成为宁波商贸流通业的新趋势。不少企业把社区客源的拓展视为重中之重，便利化的尝试此起彼伏。

前有新江厦布局“蜜蜂之家”现行探路，后有新物种“欧尚1分钟”涉水无人零售。各大商超争相涌入便利店领域，瞄准的无疑是便利店市场立于消费市场最前端的增量潜力。

案例1

“蜜蜂之家”：异业合作新模式

家住海曙西河小区的胡女士发现，小区附近的鄞州银行旁边多了一块新的招牌“蜜蜂之家”，走进一看，竟然是个开在银行里的便利店。

同样，海曙洞桥镇鱼山头村的村民也发现，村里的鄞州银行网点已经悄悄变了脸——30平方米的空间，有一半变成了“蜜蜂之家”新江厦便利店。

这个网点没有专门的银行工作人员，便利店员工冯淑敏经过培训后，在便利店业务之余，还承担了帮村民小额存取款、购买理财产品等业务。

一面是银行，一面是传统零售商超，这一突破“次元壁”的结合，源于新江厦连锁超市的异业合作战略。

专心耕耘农村与社区市场的新江厦超市很早就意识到便利化的潜力。相比大卖场，便利店的成本更小、布点更灵活、营业更贴近顾客。而通过异业合作把便利店开进“自带流量”的银行里，一方面解决了选址困难的问题，另一方面也为银行引入客流，双方优势互补。

“通过共享资源，有效地降低了成本、提高效率，进一步增长了新江厦便利店业态市场竞争力。”新江厦连锁超市有限公司总经理王朝红向记者表示。

除了选址、人力等线下资源共享，蜜蜂之家与鄞州银行的线上资源也互相贯通。在鄞州银行开发的APP中，顾客不仅能找到理财产品，还能浏览“蜜蜂之家”便利店的商品，并进行线上选品下单，选择线下门店提货或者物流送货到家等。

此外，鄞州银行APP还打通了银行与新江厦超市的会员与积分系统，APP上的积分可以在新江厦超市门店抵用消费或领取礼品。这样既带动了“蜜蜂之家”的门店消费，又拓宽了积分的应用场景，可谓双赢。

尝了甜头后，新江厦将这一模式迅速推广，目前，开在鄞州银行里的“蜜蜂之家”便利店已有14家，小的十几个平方米，大的120多平方米。

而在复制的基础上，新江厦也灵活迭代出了更多的异业合作模式。

新江厦超市将与镇海农商银行合力打造“丰收驿站”便利店，就是采用和“蜜蜂之家”类似模式，为镇海区居民送去优质便利的生活服务。通过与农村银行或者信用社合作，新江厦得以将自己的商业触角深入下沉农村市场，在城市消费趋于饱和的大背景下，挖掘广阔的农村增量市场。

此外，2016年9月开始，新江厦超市与学校合作，在校园内开设超市。学生的不容小觑的消费力与购买力给新江厦的便利店创造了新的增量。据介绍，校园店自开设到现在的一年时间里，每年销售以20%的速度增长。

通过异业合作，新江厦超市开辟出了一片新的市场。“这样的便利店，今年年底要达到35~40家，未来三年达到100家。”王朝红表示。

【专家点评】

宁波工程学院管理工程研究所所长杨健：

其实无论大商超还是小型便利店，都正在实行便利化。之所以提出大商场的便利化主要是因为大商场在前些年的盈利能力每况愈下，宁波重点检测的几大商超盈利能力普遍大幅下滑，这些商超：一种曾经在最核心地段，但如今受电商冲击而生意惨淡；另一种在相对偏僻地区，但消费购物的确是不太方便而日渐衰落。这些商超是在实施便利化，但更确切地讲是在艰难的转型，企业不得不为之。

事实上很多商超也进行了大刀阔斧的便利化改造，比如欧尚等超市除了结合电商的网上下单，以及同城快捷配送，还提供现场购物线下送货服务（全城1小时送达），以此来消除消费者购物“怕麻烦”的心理；此外，还提供现场自助结账设备，涵盖了银行卡和移动第三方支付，以此节约传统超市结账排队等待时间。

我认为对超市来说，拓展便利店业态的意义有三点：

一是便利店销售的商品与大型超市差别较大，多为日常生活最常用的商品（甚至包括蔬菜），这类商品的复购率非常高，利润可观。天猫小店还基于数据来上架商品，能够更大程度上精准满足周边消费者的需求。

二是便利店地理位置更站优势，基本都是贴近生活区，消费者可以随时购买，客流量比较均匀，结账不会排长队，且支付方式非常灵活。

三是有些便利店还承担了收发快递的职能，也在一定程度上集聚了人气。