

“首店经济”蓬勃发展的 折射出中国消费市场三大信号

“夜经济”被点亮的同时,“首店经济”也在发光。蓬勃发展的首店背后,蕴藏着中国消费的新潮流、新密码,折射出中国消费市场三大信号。



新品牌抢滩“老字号”发力

从全球最大的会员制仓储连锁超市开市客到丹麦玩具巨头乐高,从外资企业到中华老字号,今年以来,多个类别的首店在各地落地生根,为消费市场注入新鲜、带来活力。

开市客中国大陆首店开业当天被挤爆的消息成为零售界热议的话题。记者在现场看到,开市客超市内销售的商品没有华丽的装饰和过度包装,性价比相对较高。这家超市覆盖的门类也非常有特色,包括钻石、黄金、名牌香水、大牌包包、光学眼镜、鲜花等一般超市很少

涉及的品种。

首店不仅吸引人们“买买买”,还成为城市“打卡地”。丹麦乐高集团近期在西安开出其在中国西北地区的首家品牌零售店,栩栩如生的兵马俑和庄严的钟楼3D模型、还原古都长安风韵的马赛克壁画,吸引了不少游客驻足观看。

首店并非外资零售企业所独有,不少本土企业也迎来了自己的“首店之春”。

在跨界推出的润唇膏、香氛系列产品大受欢迎之后,国民奶糖大白兔近日在上海新开

设了一家“快闪店”,联手巧克力品牌歌帝梵主推冰淇淋产品,一时间成为社交媒体上的“新网红”。“大白兔”方面表示,下一步还将把“快闪店”模式向杭州、北京、成都、西安等城市复制推广。

新零售企业盒马鲜生今年7月在昆明开出了云南首店,除了进口海鲜、新鲜蔬果等主打商品,还积极向本地口味靠拢,开发出干巴菌韭菜花蒸、剁椒蒸等海鲜烹饪方式,把海鲜原料和滇味结合起来,“烹制”出丰富的味觉感受。

蓬勃发展的首店折射出消费市场三大信号

相关市场机构的统计数据 displays,今年上半年,上海、北京、成都分别引入首店498家、328家、237家,排在全国前列。这只是一个缩影,蓬勃发展的“首店经济”折射出消费市场三大信号。

——只要创新商业模式,

就能打开发展新空间。千变万变,唯变不变。中国的消费者并不缺购买力,只要能提供更具性价比的商品、更优质的服务、更独特的体验,消费者乐意为之买单。

以开市客为例,这家会员制超市的最大特点是商品毛利率

低,会员费是其盈利的主要来源。2019财年前三季度,开市客净利润为25.62亿美元,而会员费收入就达到23.02亿美元。开市客在中国大陆门店开业前推出了人会费优惠,从原本的299元下降到199元,在开业前就吸引了数万名会员进行注册。

——中国市场魅力不减,外资零售看好中国。在蓬勃发展的首店经济中,外资是重要参与力量。同济大学国家创新发展研究院副院长石建勋认为,开市客的开业火爆是中国市场潜力巨大的最好见证。

一个颇有意思的案例是日本知名百货高岛屋的“欲走还留”。6月一度宣布退出中国市场的高岛屋近日声明表示,将继续运营上海门店。高岛屋态度大转变,最根本的因素是“看好中国市场”——在宣布关店之后的7月,高岛屋整体销售额超过1亿元,跃至上海全市单体百货排行第四。中国市场的热

情,让高岛屋最终做出了留下的决定。

——多点开花与市场下沉正为消费增长提供新动能。首店并不是一线城市和沿海地区的专利,中国内需市场之大,可以多点开花、梯次跟进,这为消费增长提供了源源不断的动能。

近期发布的《2019上半年西安首店报告》显示,今年上半年西安共引入各类品牌首店84家,其中,中国大陆首店6家,西北首店32家。乐高集团中国区总经理黄国强说,下一步乐高将去更多的新一线城市和二线城市开店。

从“爆红”到“长红”还需多方助力

蓬勃发展的首店使得居民在消费时拥有了更丰富的选择。然而,首店从开业时的“爆红”,到持续发展的“长红”,离不开政策、企业和消费者的多方助力。

今年8月,国务院办公厅印发《关于加快发展流通促进商业消费的意见》。其中提到,因地制宜,创造条件,吸引知名品牌开设首店、首发新品,带动扩大消费,促进国内产业升级。

之前企业每开一家门店,需要重新办理营业执照、食品流通证、烟酒证等相关证照,这样“重复”的办证流程制约着企业的开店周期,也带来了额外的空置成本。奥乐齐中国区相关负责人称,根据最新出台的“一照多址”新政,未来连锁企业开店不仅申请材料减半,还有望享受当场办结的“绿色通道”服务。“以后开

新店都只需要备案,一下子就便利很多,希望类似的政策能多多益善。”

不少消费者表示,首店只是吸引大家打开新消费的第一步,“长红”关键还是看其产品和服务,是否能真正满足美好生活需要。倘若体验和口碑不好,再好看的首店可能也就是一个“空壳子”。

“这离不开跨国公司的本地化学习和老字号的年轻化学学习能力。”上海市商业经济学会会长齐晓斋表示,中国市场潜力巨大,但不等于所有的企业都能在中国市场一帆风顺,如何更好利用大数据、线上线下协同等方式,了解中国消费者的需求,并基于这样的需求进行商业模式和服务的创新,至关重要。 /新华社



看灯展、赏美景、品美食 看广西南宁如何玩转“夜经济”

赏灯展、逛书店、吃小吃,中秋佳节期间,广西南宁推出一系列特色活动,进一步点亮“夜经济”,丰富市民生活。

中秋节前夕,南宁青秀山风景区推出大型灯展。旋转的走马灯、巨型的华表、悬挂的莲花、喷水的龙……灯组五彩斑斓、造型各异。

自古以来,赏灯是人们欢度中秋节的重要民俗活动。连日来,夜晚的青秀山游人如织,男女老少纷纷前来观灯,感受中秋传统民俗。“南宁的夜晚超美,青秀山推出的灯展很壮观,几组大灯特别光彩夺目,让人

非常震撼。”广西经贸职业技术学院学生赵琴说。

南宁青秀山风景名胜旅游开发有限责任公司办公室主任文新贵介绍,灯展每天吸引大量游客前来观光,也进一步丰富了市民的夜间休闲体验。

除了灯展这样的视觉体验,24小时书店漓江书院联合商家推出“漓江国潮”活动,利用极具现代感的光电科技,让大众体验沉浸式光影艺术。在活动中,参与者可收听文化名家谈古论今,欣赏和广西有关的人文旧事。

漓江书院执行总监于媛媛

表示,书院希望用当下年轻人比较喜欢的潮流方式,吸引他们走近和了解传统文化,也让他们在上班之余的夜晚时光放松下来,感受传统文化的魅力,让传统文化深入人心。

“‘夜经济’是典型的消费经济,要突出地域特色。”广西财经学院经济与贸易学院院长唐红祥表示,中秋节是家庭团聚的传统佳节,赏月吃月饼、观灯赏美景、逛街游园等都是人们过节的重要内容,相关部门、商家等打造和推出不同的消费品牌,大大丰富了市民的夜生活。

除赏景和文化体验外,美食也是南宁“夜经济”不可或缺的一部分。中山路美食街是南宁知名的旅游景点,田螺、烤鱼、椰子鸡……街道两旁店铺一家挨着一家,各色美食在摊位上有序排开,热闹动感的音乐从不远处飘来,伴着店家们热情的吆喝声。

路上人潮涌动,品尝特色小吃的游客络绎不绝。来自湖南长沙的游客谭潇第一次来南宁游玩便被当地特色美食深深吸引,“中山路上的美食很丰富,而且非常具有广西特色,长长的一条美食街已让我充分感

受到了这里精彩的夜生活。”

卢桂赢是中山路一家餐饮店店主,店铺主打烧烤,晚上开门迎客,直至凌晨四五点钟才收摊。开店十年来,生意红红火火。“这是南宁最好的美食街之一”,卢桂赢告诉记者。

唐红祥表示,广西气候宜人,市民多年来形成过夜生活的习惯,很适宜“夜经济”的发展。同时,广西的许多特色文化容易做成品牌,包括山水美景、少数民族文化等,这需要相关部门根据不同地区的特色进行规划和整合后进行推广。 /新华社