

如果新兴产业涌向一座城市,那么,与这些新兴产业一同来到的,将是成倍增加的商业需求。这就造成一个巨大悬念:哪些城市会抓住近年来新兴产业的发展势头,成为新消费、新零售领域的创业热土,并且培育出炙手可热,能够在全国扩张的新锐品牌?

发端于武汉的周黑鸭、发端于深圳的百果园,发端于广州的名创优品,发端于上海的盒马鲜生、发端于广东江门的喜茶……这些外来品牌都是大家耳熟能详的,并且强势进入我们的生活。

正在向国家中心城市积极迈进的济南,会给现代服务业发展带来多大机会?又会孵化多少消费和服务类新锐品牌?

齐鲁晚报·齐鲁壹点记者 蔡宇丹

两家有国资背景的企业“牵手”本土新零售品牌

11月17日,宜快宜慢宣布获得A轮融资,投资者为山东国欣文化旅游发展集团有限公司旗下的鲁信文化传媒投资集团(以下简称鲁信文化)。同一天,宜快宜慢还与历下控股签订战略合作协议,双方将全面合作,为济南市中央商务区提供商业服务配套。

这两家具有国资背景的企业,在同一天宣布“牵手”一家本土新零售品牌,传递出什么信号?

宜快宜慢,2014年创立于济南,专注于在济南商务区知名写字楼开设便利店,同时也在产业园区、地铁、高铁等枢纽地带布局,专门为白领阶层提供便捷快捷的生活服务。目前,宜快宜慢在济南开店已超过百家。

公开信息显示,鲁信文化下辖文化产业投资、电影院线、户外广告传媒、文化艺术品与资产收益权产品交易,文化产业园区运营,并受山东省委省政府委托,管理、运作山东省文化发展投资基金。

据悉,鲁信文化先后投资了青岛出版传媒、山大地纬、山影集团等企业。目前,新零售和生活服务类中,山东省还没有出一个龙头品牌,宜快宜慢是鲁信文化投资的第一家新零售品牌。今年8月,山东省加快文旅、康养两大领域国有资产整合力度,鲁信文化在并入国欣文旅后,投资一家民营创业公司,实际上看中的是其身处的新零售赛道。

宜快宜慢目前拥有20万会员,掌握了这一黏性十足的入口,每天都有免费流量进入。宜快宜慢在线上的一系列动作都围绕数据和流量在转化,它把康洁洗衣、美团优选也吸纳进来。会员在美团优选买水果,下单后到宜快宜慢的门店来拿,而美团优选把水果配送到门店,成本会更低。

此次,鲁信文化投资宜快宜慢,双方协同效应更多体现在线上。宜快宜慢的服务对象与国欣文旅旗下的电影院、景区、酒店等业态的消费人群重合度很高,双方可以相互开放会员体系。宜快宜慢利用自有平台给国欣文旅旗下的景区、影院导流。

新零售赛道炙手可热,但在宜快宜慢的发展上,更多体现出一座处在快速裂变期的二线城市带给品牌成长的机会和空间。

与济南商务区一起成长
2014年开出第一家门店

2013年,宜快宜慢创始人徐元文在上海一幢写字楼下的全家family Mart超市,遇到一位50多岁的女店主。店主说,她的女儿在这个楼上上班,经常加班,吃饭没个准点,她现在退休了,就开了这家便利店,这样每天就能方便地给女儿准备早餐、午餐,和女儿见面的时间也多了。

这个让人印象深刻的细节,映射了中国零售业面临的社会问题:快速老龄化、少子化、空巢化,年轻白领996式快节奏生活,这就导致消费新业态的崛起,像全家这样开在写字楼里的便利店越来越多。

上海无疑是在国内最早兴起便利店的城市,全球前三大便利店连锁



近日宜快宜慢获得A轮融资,投资者为鲁信文化。

与两家有国资背景的企业“牵手”,踏上新赛道 这家本土新零售品牌 凭什么从济南进阶

品牌均在这座超大型城市布局。按照国际惯例人均GDP过1万美金时,便利店行业将迎来快速发展期。2013年,上海市人均GDP为14442美元。

2014年,宜快宜慢在济南高新区的CBD区舜泰广场开了第一家店,当时,济南市的人均GDP为84700元,按当时汇率折合成美元为13885美元,正好处于1万美金这个“爆发点”。

当时,济南高新区内能称得上中央商务区的只有舜泰广场,没有CBD商务集群。后来有了美莲大厦、银荷大厦、银丰财富广场等;2015年,奥盛大厦投入使用,很多科技公司、医药公司进驻;2017年,420万平方米体量,总计39幢写字楼的汉峪金谷起来了。

为发展大数据产业,济南高新区以铭盛大厦为起步区,向东西拓展,规划总占地面积450亩的大数据产业基地,计划在3-5年新增100万平方米产业载体。

在济南高新区同一条街上,鑫盛大厦有阿里云创新中心、齐盛大厦有百度(济南)创新中心,铭盛大厦有浪潮大数据双创中心。2017年初投入使用的铭盛大厦,如今聚集了今日头条、国云大数据、中国联通(山东)产业互联网公司、华天软件、瀚高软件、顺能网络等科技公司。在铭盛大厦,字节跳动的审核员24小时不停工,零食、饮品消耗量极大,几乎承包了这个写字楼70%的生活垃圾。

目前,宜快宜慢在济南商务区的占有率在6成以上,“坪效王”位于龙奥大厦对面的银丰财富广场,面积140平方米,日均销售额近两万元;经营模式从最初的便利店模式,快速迭代到麦当劳(标品快餐)+星巴克+品聚书吧+便利店的模式,有简餐、书店、咖啡店,并且通过线上线下融合和供应链整合,逐步往新零售平台型企业发展。

宜快宜慢另一大合作伙伴历下控股,正是济南中央商务区的开发主力。历下控股在济南中央商务区开发面积达到1/3。2020年,总建筑面积120万平方米的国际金融城项目开始逐步交付。

未来5年做到门店1000家 扩张最大瓶颈是人才问题

济南中央商务区的“五指山”——绿地的山东国际金融中心、平安金融中心、中信泰富济南尊、复星国际金融中心、华润万象天地,还有恒丰银行总部等,这些超高层建筑在刷新济南天际线的同时,将酒店、总部经济、文化、金融、科创等业态吸引过来。

对于济南中央商务区,宜快宜慢定下的目标是开店200家,明年还计划在青岛开店。

齐鲁晚报·齐鲁壹点记者注意到,2012年,全球最大的连锁便利店品牌7-ELEVEN与众地集团合资成立公司,共同开发青岛市场。7-ELEVEN山东微信号显示,目前,7-ELEVEN在青岛开有110家店。中国连锁经营协会发布的2019中国城市便利店发展指数中,青岛便利店增长率达到33.3%,超过北京等城市位居第一。而青岛的本土便利店品牌则有好易得、友客、可好、利群。这些便利店分别发展出了便利店+餐饮/生鲜/药房/租赁/洗衣房等业态,还分化出了地铁、学校、医院、景区等消费场景。目前,友客、可好在青岛门店数超过200家,2018年可好进入济南市场。

17日的签约仪式上,徐元文表示未来5年要做到门店1000家,销售收入30亿元,服务会员超过2000万。

这个数据是否太乐观?齐鲁晚报·齐鲁壹点记者了解到,美宜佳在东莞等城市开了3万家;台湾80%-90%的便利店都是品牌连锁。在济南,有烟草许可证的小店有10000家,20%发展为品牌连锁店也才2000家。但一个连锁品牌要做到1000家,首先要解决选址力、商品力、运营力三大问题,现在宜快宜慢扩张面临的**最大瓶颈是人才问题。

大量生活服务新业态出现 这是城市竞争新风向标

宜快宜慢的成长路线图,勾画出了一个二线城市的消费、服务品牌的崛起之路。

一个60—120平方米的店,SKU在1800—2000种,客单价12—14元,平均每天1000多单,日均7000元,坪效为1平方米年产出4万元。

这从另一个侧面印证了在济南这个区域中心城市创业的优势:人力成本、开店成本、流量获取都比一线城市低太多。这样的二线城市环境比较宽松,也更容易出现一个真正被需求和市场验证的品牌,而不是被资本砸出来的品牌。

总部在北京的便利蜂走的是另一条路子。2012年,便利蜂A轮获斑马投资3亿美元加持;2018年10月又获腾讯、高瓴资本战略投资,估值16亿元。这家企业2017年才在北京开店,通过大额补贴获客,刺激客户持续消费,不到两年便成为零售电商独角兽。在烧钱式补贴下,截至2019年9月,便利蜂在北京、上海、天津直营门店数便达到1000家,提前完成三年千店计划。

2020年5月,第一财经旗下的新一线城市研究所为近几年的快增长城市进行画像,常住人口增长率变化、高新技术企业数量、品牌门店增长量变化成为三个重要的分析维度。

在新一线城市研究所发布的2020城市商业魅力排行榜上,济南排名省内第二。这个榜单加入了生活方式多样性、城市人活跃、未来可塑性等观察维度,比如生活方式多样性上,就包括餐饮店、运动场馆、博物馆、咖啡馆、书店、电影院、演出场馆、抖音打卡地点丰富度等评价指标。

而产业和人口,始终是衡量城市发展的基本盘。2019年,济南市人均GDP为15445美元,较宜快宜慢开第一家店时的2014年增长26%,在城市体量上也迈入特大城市之列。

在济南、郑州、合肥、长沙这些区域中心城市中,还有很多潜在营收规模较大的品牌正在快速增长,这些城市未来在新消费、新零售创业里,可能成为主力驱动城市。比如成都和重庆,因为抓住了“生活服务新业态”,打破了以往一线城市遥遥领先格局,在美团研究院发布的《2020年生活服务新业态和新职业从业者报告》中,成功挤进领先梯队。在这个榜单中,济南列“高潜梯队”第一位。

这是城市竞争的新风向标,从创新科技驱动到消费驱动,大量的生活服务新业态出现,哪个城市抓住了这个机会,就会有更多宜快宜慢这样的品牌诞生,在新一轮城市竞争中抓住机会,实现超越。

