

# 美团优选战略升级“明日达超市” 满足城乡消费者“省+便利”需求

■新快报记者 郑志辉

近几年,在“城市一刻钟便民生活圈”、“农村生活服务圈”等多种政策支持下,即时零售、社区电商等新业态不断涌现,零售平台等市场力量也积极致力于改善“最后一公里”消费体验。

10月11日,美团优选宣布将品牌定位升级为“明日达超市”,并推出全新品牌口号“真的真的省”。记者从美团优选了解到,截至目前,其“今日下单、

次日自提”服务模式已覆盖全国2000余市县。未来,美团优选将通过覆盖城乡的自提点网络,连接本地优质供给与消费需求,满足用户对省和便利的需求。

今年7月,民政部、国家发展改革委等16个部门联合印发《关于健全完善村级综合服务功能的意见》,提出加快推进农村“生活服务圈”建设,越来越舒适便捷的农村“生活服务圈”,已成为提升农民获得感、幸福感、安全感的重

要支撑。

美团优选数据显示,平台上超过一半的自提点位于乡镇,不但让农民购物变得更便捷,还带动了分拣员、司机、自提点店长等多种就业岗位。

在广州经营社区便利店已有20多年的李兴群,最近两年也做起了线上生意,成为美团优选在育蕾小区的一名自提点店长。很多老街坊也被她发展成客户,不少人在美团优选下单后提货时,也会在店里买些其他东西。李兴群告诉记者,“我店里没有的东西,他们会到平台上去买,线上线下会有一个相互促进的作用,既方便又实惠,现在我这个便利店也变成大超市了。”

记者在美团优选平台上看到,高性价比也是绝大多数商品的关键词。比如10元一束的玫瑰花、15元一斤的阳光玫瑰葡萄、不到30元一只的鲜活甲鱼……新型零售业态缩短了传统供应链条,优化了服务方式,带动本地小店扩大经营的同时,也让便捷消费和品质消费得以同时实现。

“我们将不断发挥平台优势,搭建覆盖全国的物流体系和自提点网络,促进线上线下融合,让每一位用户可以享受到更便捷的服务,买到更实惠、更优质的商品。”美团优选相关负责人表示。

## 盒马社区团购战略再遇重挫 盒马邻里数百门店 已关剩上海店

新快报讯 记者郑志辉报道 根据杭州、南京等地消费者收到的服务调整通知,盒马邻里杭州、南京站点日前均发布公告称,自10月10日20点开始暂停营业。至于此番调整的原因,以及后续是否会考虑恢复营业,盒马官方截至发稿前暂无回应。

据记者了解,盒马于2021年7月正式上线盒马邻里项目,类似于复刻呆萝卜门店加盟、次日自提的模式,着重于在一二线城市内欠发达区域如城乡接合部、老旧小区落脚点,与城市里的盒马鲜生、盒马mini、盒马X会员店等业态互为补充。

在经营模式上,盒马邻里在社区团购基础上有所调整,利用盒马自营门店直接作为自提点,依赖盒马已有的供应链,其客单价会比其他社区团购要高,商品品类也更加丰富。据悉,盒马邻里提供2万多种商品,覆盖日常生活和一日三餐需求。

盒马鲜生创始人兼CEO侯毅曾表示,盒马邻里在2个多月的试跑过程中,已经验证了新模式的复制性和可持续性,其将是未来十年最重要的战略。

上线3个月,盒马邻里的门店数量就已突破400家,覆盖全国10座城市。可惜,难以盈利的问题始终困扰着盒马。据悉,自2021年底以来,盒马邻里在广州、深圳、苏州等地的业务运营便相继关停。

网经社电商研究中心网络零售部主任莫岱青表示,盒马邻里主要采取自营模式,相较于接入小商超或是夫妻店的社区团购,成本居高不下,同时在经营上的难度也远超预计,在这种情况下盒马邻里的关停也似乎是合情理的。社区团购进入震荡调整期,进入决赛圈的只剩下美团优选、多多买菜、淘菜菜及兴盛优选,未来市场将被巨头所瓜分,留给创业公司的生存空间已几乎没有。

新零售专家鲍跃忠则表示,社区团购作为社群零售,是一种新的零售形式,想单独做成一种模式是非常艰难的,因为它缺乏做基本零售的条件,包括商品的条件并且很难覆盖成本。它最好的发展方向,就是要和“到店”或者和“到家”零售去做融合,这才是有生命力的。

而在百联咨询创始人庄帅看来,社区团购接下来会深耕下沉市场的区域市场,做出差异化,与生鲜电商、商超、社区店业态互补发展。



## 纯米科技终止上市辅导,上半年由盈转亏近2000万元

新快报讯 记者陈学东报道 距离启动上市辅导仅过去不足10个月的时间,纯米科技近日终止上市辅导。根据中国证券监督管理委员会官网消息,纯米科技(上海)股份有限公司显示为“撤回辅导备案”。这意味着,纯米科技的上市计划暂告一段落。此前,2021年12月24日,招商证券与纯米科技签署上市辅导协议,去年12月31日在上海证监局办理辅导备案登记,今年4月13日、7月13日向上海证监局先后报送两期辅导工作进展报告。

### 存在过度依赖小米问题

据了解,纯米科技成立于2013年5月,专注于智能厨电领域。2014年4月,纯米加入小米生态链,专注于互联网厨房家电与系统的研发与生产。此后,为了扭转国产电饭煲的现状,创始人杨华带团队多次赴日,以诚意打动了日本压力IH电饭煲之父内藤毅,请他出任纯米电饭煲的结构负责人。随后两年,纯米接连攻克了技术与设计方面的难题。

2016年3月,纯米科技发布了“米家压力IH电饭煲”,一经上线就立刻售罄,后又陆续发布了“米家IH电饭煲”、“米家IH电饭煲4L版”等电饭煲产品和众多配件产品。自2016年推出首款米家压力IH智能电饭煲以来,纯米科技的米家电饭煲系列总销量已超过1000万台。

2016年起,基于搭建厨房生态体系的战略,纯米科技陆续搭建起面向国内市场的三大自主品牌:知吾煮、圈厨、TOKIT厨几。2021年,集团以TOKIT和joyami双品牌出海,布局全球市场,



逐步建立起国内外协同的全球智能厨房的生态闭环。

纯米科技和其他小米生态链企业一样,也存在依赖小米的问题。在第二期上市辅导工作进展情况报告中,招商证券指出,最近两年纯米科技对小米集团(指小米集团及其关联公司)的关联销售金额,占当期营业收入的比重均在85%以上,纯米科技关联销售占较高。

### 上半年由盈转亏

作为早期小米生态链企业之一,纯米科技备受资本青睐。自2015年获得小米科技、尚势资本、顺为资本、鼎翔资本投资的数千万美元A轮融资起,纯米科技又相继完成了五轮融资,投资方包括GGV纪源资本、Star VC、飞科电器、盈科资本、Nokia growth partners等。

纯米科技最新一次融资在去年5月。当年纯米科技宣布完成D轮融资,本轮融资由鼎晖百孚独家投资,金额1.1亿元。纯米科技表示,本轮融资将主要

用于核心产品研发、自主品牌打造、线下渠道拓展等方面,公司将继续深耕厨房家电,不断推出更多有温度曲线特质的智能厨电产品,完善智能厨房生态。

截至目前,纯米科技创始人杨华持有纯米科技17.15%股份,小米系旗下的顺为资本和天津金米分别持有12.1%和9.67%股份,飞科电器持有14.18%股份。

业绩方面,2021年度纯米科技实现营业收入18.77亿元,净利润3282.91万元。8月16日,根据纯米科技对外披露2022年半年度重要财务指标显示,2022年上半年营业收入8.73亿元,同比增长8.64%;净亏损1995.51万元,上年同期净利润3024.65万元,由盈转亏。

虽然上市计划遭遇搁浅,但纯米科技深耕的智能小家电赛道上,已经有石头科技、小熊电器等多家上市公司布局小家电专营品牌。对于今年上半年由盈转亏的纯米科技来说,发力拓展厨房小家电中的新兴趋势品类,或许是一个值得参考的发展方向。



一起了解更多  
3C前沿资讯