

1957年10月1日创刊

南海公布2022年下半年普通住房标准

要求实际成交价格按建筑面积计算低于32722.77元/平方米,较上半年下调约1826元/平方米

羊城晚报讯 记者张闻报道:近日,南海区公布了2022年下半年普通住房标准。本次公布的普通住房标准为:住宅小区建筑容积率在1.0以上;单套住房建筑面积144平方米以下(以套内面积进行计量的,应换算成建筑面积);实际成交价格按建筑面积计算低于32722.77元/平方米。其中,实际成交价格相比2022年上半年的34548.99元/平方米的标准,下调了约1826元/平方米。余下两项条件与上半年一致。

按照新标准,南海各镇街的新

建住房及桂城街道的部分二手房,只要小区容积率和购房建筑面积符合以上条件的,都可按普遍住房标准计税。

记者查阅了解到,目前个人销售住房涉及税费主要是增值税及附加税费、土地增值税、个人所得税、印花税、契税。其中,个人将购买2年以上(含2年)的住房对外销售,免征增值税及附加税费;个人将购买不足2年的住房对外销售,按照5%的征税率全额缴纳增值税,附加税费为增值税实缴税额的6%。北京市、上

海市、广州市、深圳市不适用。

在购买端,个人购买家庭唯一住房(家庭成员范围包括购房人、配偶以及未成年子女,下同),面积为90平方米及以下的,减按1%的税率征收契税;面积为90平方米以上的,减按1.5%的税率征收契税。对个人购买家庭第二套改善性住房,面积为90平方米及以下的,减按1%的税率征收契税;面积为90平方米以上的,减按2%的税率征收契税。不符合上述规定的,契税的适用税率为3%。

深读佛山

2022年9月
<壬寅年八月初六>

羊城晚报记者 谭洁文 张闻

如今打开外卖平台,消费者能买的不再只有餐饮,还有密封零食、充电宝等各类商超百货。把产品从附近的商超送到消费者手中。

这种“本地供给+即时配送”的新型零售业态,被称为“即时零售”。作为外卖领域的新业态,被称为“即时零售”。今年一季度,美团即时零售,即时零售迅速发展:今年一季度,美团即时零售交易额同比增长超80%;行业相关数据显示,即时零售的规模或将在2025年达万亿元。

万亿的即时零售主要在一一线城市兴起。据了解,目前,即时零售主要在一线城市兴起并扎根,“新一线城市”将是即时零售主要的扩展市场。紧邻广州的佛山正是即时零售迅速扩张的第一批辐射区域。即时零售在佛山能火起来吗?记者多方走访调研,了解即时零售这种业态进入佛山后激起的“浪花”。

业态进入佛山后激起的“浪花”。

佛山闹市区中的小惠便利仓取货点,进进出出的并非顾客,而是骑手。

佛山闹市区中的小惠便利仓取货点,进进出出的并非顾客,而是骑手。

即时零售催生“外卖超市” “帮跑腿”能在佛山火起来吗?



1 专做线上生意的“外卖超市”

记者调研时发现,即时零售现有销售模式带来的最大改变,便是催生了“外卖超市”——这类超市驻扎在人群聚居区,但谢绝线下顾客,只在外卖平台上接单营业。它们与实体超市一道,构成了即时零售的生力军。

“您有新的美团外卖订单,请及时处理!”

一张写着“儿童衣架10只装”“南孚7号电池4枚/件”的订单从机器中吐出。机器周围,上百个深蓝色货架挤满了五百平方米的仓库,向上延伸至天花板。货架上的几千个格子里堆满了日用品和袋装零食。一名工作人员在货架间穿梭,把衣架和电池装进塑料袋,贴上订单放在仓库门外的外卖桌子上。

这是“外卖超市”小惠便利仓的日常一幕。隐藏在佛山闹市区的一个拐角,这家外卖超市谢绝线下顾客,只在外卖平台上接单营业。这类超市被美团称为“美团闪电仓”——商家与美团外卖合作,负责选址、商品采购和运营,美团外卖提供包括流量扶持在内的数字化运营指导。

作为即时零售业态催生的

团外卖的小牌子。虽然这家超市仍以线下销售为主,每天在外卖平台上只卖出十几单,但王伟认为即时零售的“市场潜力比外卖厨房更大”,因为“几乎没有人为过”。几个月后,王伟交了5000元加盟费,把自己的外卖饺子店改装成了京东便利店,正式踏足即时零售领域。

吸引这些超市纷纷布局的,是即时零售释放的巨大消费需求。经营小惠便利仓的黎风在两年前曾开过一家线下的无人超市,周围的上班族想买瓶水,也不得不行至超市门口,冒着太阳打开微信小程序下单。“但如果是外卖超市,你不需要考虑走去店铺花费的时间精力,只要外卖平台上有关你需要的产品,哪怕隔着好几公里你也会下单。”

转做外卖超市后不久,黎风就真切感受到了即时需求的威力:他曾在深夜接到一份10公里外的外卖订单,客户购买了店里的一台车载冰箱,一个小时后就收到了货。“如果顾客在淘宝下单,可能明天后天才送到,他等不及。这就是即时需求产生的单量。”

王伟比黎风更早盯上即时零售这块蛋糕。2018年,他在佛山经营一家外卖厨房,发现对面的一家实体超市也挂上了美宜佳的店员要把商品摆放整齐,还要服务客人;我们这边的要求不高,只要能找到货就行。”

纯线上的运营模式,为外卖超市节省了不少人工成本。黎风指着小惠便利仓对面的美宜佳超市表示,虽然小惠便利仓的商品数量是美宜佳的三倍,但和美宜佳一样,小惠便利仓只需要两个员工就能维持运营——一个负责把商品分类摆放在货架上,一个根据订单打包商品。

“美宜佳的店员要把商品摆放整齐,还要服务客人;我们这边的要求不高,只要能找到货就行。”



由于不用直面顾客,小惠便利仓仓库可以搭得更高,空间利用率也更高

2 传统商超接入即时零售有热有冷

单并不容易:月销量在5000甚至9999+的店铺仍多为外卖超市,许多实体超市的月销量水平只在几百单左右。

位鸿在佛山的一处居民区里开了一家芙蓉兴盛超市。看到疫情之下的消费者逐渐青睐外卖平台,他也为自己的小超市申请了某即时零售平台账号。然而小店在外卖平台上的月销量始终只有三百多单。

在位鸿看来,单量上不去是因为自己的超市“装不下那么多种商品”,导致线上消费者的选项不多:超市货架高度只有一米五,还要留出通道给线下的顾客进出,即便把十几个货架塞得满满当当,超市里也只

有两千件商品。

位鸿对外卖销售渠道并不抱太大期待:他仍把重心放在线下销售上,外卖生意只是“赚个外快”。“反正做实体店也是一个店两个人,接入外卖平台多少还是能多卖一点的。”

即时零售在民间遇热也遇冷,对此,一位从事即时零售的业务经理分析道:“当前,线下实体商超提供的商品供给,往往以满足中老年人购物需求为主。而美团闪电仓内的商品,以年轻人所需的日用百货、快消品和宠物用品为主。另外,很多实体超市不能24小时营业,满足不了年轻用户群体的深夜订单需求。”

3 外卖超市商家间竞争日益激烈

作为最早一批大胆涉足外卖超市的商家,王伟认为自己是“第一批踩中风口的人”。

“我不想给平台打工。”王伟表示,自己“吃的是行业早期的红利”,当他看到一个行业有越来越多人涌入时,他会选择急流勇退:2018年外卖厨房行业如火如荼,但他看到平台对商家的抽佣比例越来越高,预感到“这行赚不到钱了”,于是果断退出外卖厨房行业,转做当时还是一片蓝海的外卖超市。

今年是王伟转做外卖超市的第四年。事实上,在经历了初期的拓荒后,外卖超市之间的竞争已经愈发激烈,来自外卖平台的压力也日益增大。

作为依靠平台引流的商家,外卖超市首先要承受的就是来自外卖平台的抽佣。王伟回忆,平台的抽佣比例在三年前还是3%,目前已经上涨到了5%。除此之外,商家还要

承担一半的骑手配送费——每单3元左右,另一半由消费者承担。为了吸引消费者在自己的店里下单,部分外卖超市还会为消费者免去配送费,致使商家在每份订单中要付出6至7元的配送成本。

为了突出重围,商家们会向平台购买流量,让自己的店铺更多地出现在消费者眼前。

“根据目前的经验,平台的流量支撑对商家的单量影响较大。”黎风告诉记者,商家们会根据自己的超市体量来向美团购买流量。

“佣金+配送费+流量费”

的抽成模式,把每份订单的利

润空间压缩到10%以内,商家们选择通过薄利多销来积累利润。

多数外卖超市都在店铺首页设置了满减券,获得满减的最低消费金额多为39元,以此来提高客单价。

黎风苦笑说:“如果你只下单10块钱,光是运费我就要

隔着手机屏幕,消费者看不见外卖超市的真实面貌,无法确定自己买的商品是否过期、质量有没有问题。针对外卖超市的安全监管将如何落实?

来自政府的监管是第一道关卡。和实体超市一样,外卖超市的经营场所及食品储存的环境等均需要符合相关规定,经营前必须办理“一照一证”——营业执照和食品经营许可证。

来自外卖平台的管理是第二道关卡。美团闪送相关业务经理告诉记者,在事前监管上,平台会在外卖超市上线前,审核其相关资质证件。在事后监管上,通过客诉机制督促商家解决消费者诉求,服务不到位的商家将被影响店铺评分。

事实上,正是因为有了店铺评分机制和客诉机制,外卖超市被倒逼着完善售后服务,使得消费者的权益相比线下购物更能得到保障。

“在售后这一块,线上会比线下要好得多。比如说你去实体超市里买热水壶,拿回家没用几次热水壶就坏了,超市可以不认账,但我们必须要处理。这样也是为了留住客户。”位鸿感慨,自从自己的实体超市接入外卖平台后,自己就多了很多售后工作:顾客收到的商品和手机上看到的不一样,点的是冰饮但是送过去的是常温的,他都要及时去处理,以免影响店铺评分。

哪怕是外卖运输途中产生的问题,商家也要解决。一位顾客曾在位鸿的店里下单了几支雪糕,雪糕在外卖小哥的箱子里融化了一半,位鸿也全额赔付。“不管中途是怎么送的,反正雪糕送到顾客手里就是化了,这个钱我们就必须退给他,损失只能自己想办法解决。”

为了让消费者安心下单,王伟在自己的外卖超市承诺“假一赔十”。他还要求店员们每个月都必须把店里几千件有保质期的商品一一检查一次,确保没有过期。

在浙江大学国际联合商学院数字经济与金融创新研究中心联席主任盘和林看来,即时零售虽然有少量监管问题,比如质量管理薄弱、假冒伪劣,“但也要看到即时经济这方面的问题并不突出——一方面平台有审核经营者资质的义务,另一方面平台有评价机制,客户会对不符合要求的劣币驱逐出市场。”