

## 2020年中国专业OEM贴牌展会-工厂OEM贴牌展会

产品名称	2020年中国专业OEM贴牌展会-工厂OEM贴牌展会
公司名称	沈伟专业会展人
价格	.00/个
规格参数	沈伟:15800655929 沈先生:15800655929 沈先生:15800655929
公司地址	上海市
联系电话	18721287393 15800655929

### 产品详情

一场疫情让“宅经济”快速成为新常态，国人在家中逐渐习惯网购、学习、办公、娱乐，新零售企业的市场渗透率暴增，凸显线上线下一体化优势的共享员工，线上买菜买药，外卖送餐等无接触服务大行其道，改写了新零售游戏规则，新零售服务不可逆的走进了寻常百姓日常生活中。如果说2003年的非典成就了电商行业，此次疫情有望成新零售发展的加速器和照妖镜，加速进入下半场竞争。

疫情期间，盒马的增长有目共睹。自有品牌专业委员会（PLSC）通过大数据梳理显示，春节期间全国200多家盒马鲜生门店迎来线上线下双增长，特别是线上流量大增，是去年正月的2.8倍，比节前消费zui高峰还涨了1倍多。随着3月18日盒马武汉的第19家门店开业，其全国门店数达到了220家。在盒马鲜生门店大举扩张的同时，盒马小站则被宣判死刑，彻底从盒马新零售业态中剔除。

自有品牌会是mini店的杀手锏吗？

有意思的是，高举着“新零售”大旗的盒马，自身带着很强的互联网基因，由于盒马本身是生鲜加强型超市，因此在每个生鲜的细分类目都有布局。2016年，盒马推出“盒马牌五常大米”；2017年盒马则推

出了“盒马日日鲜”品牌，陆续覆盖了菜肉蛋奶以及肉类等多个品类。针对进口海鲜领域，盒马还有“帝皇鲜”品牌。

而在浦东新区昌里路上的盒马mini店中，PLSC发现，该店中拥有大量的自有品牌产品包括大海鲜、日日鲜、帝皇鲜等。其中生鲜占比达70%左右，主要售卖散装菜及部分自营包装菜，并设置鲜制现售以及海鲜水产区域，标品货架仅有四五个，以休闲零食和米面粮油等百货品类为主。

根据盒马方面披露的数据显示，截至2019年5月20日，与盒马签约的战略合作直采农产品基地超过500家，近三分之一的生鲜商品来自合作基地，品类覆盖果蔬、肉禽蛋、海鲜水产等，这样可以保证自有品牌的品控与降低物流成本，提高盒马mini店的坪效。

一位不愿意透露姓名的盒马工作人员告诉PLSC，自有品牌作为盒马商品力，不会在mini店硬做占比目标。这是因为要看商品本身特性运营及销售情况，如果一切良好，那么高占比的自有品牌产品自然而然就会在盒马mini店中遍地开花。

然而，盒马今年新成立了3R事业部(3R=Ready to cook, Ready to heat, Ready to eat)，专门组建团队，把“人无我有”的差异化商品即差异化自有品牌产品持续做大做强，跟传统大卖场进一步拉开差距。

此外，盒马今年会持续加强蔬菜、水果、肉禽蛋等生鲜商品的直采基地和工厂建设，引入更多的战略合作伙伴。“我希望到年底，盒马有50%商品外面是买不到的，是盒马真正站在消费者角度，独家开发制作的，是真正能够引领品质、引领时尚的商品。”侯毅说。