

促进消费提质扩容  
培育新型消费篇

以需求为导向 延长服务链条

# 看生活服务业如何实现双赢

□ 本报记者 阎 密

在中国连锁经营协会日前发布的《2021 CCFA生活服务业优秀实践案例集》中,养老机构安康通和洗涤服务商翰皇伟业的案例都被列入了“服务创新”板块。虽然专业化是生活服务业的发展方向之一,但在充分洞察消费者需求的基础上,将相关服务集成,丰富服务内容,延长服务链条,不仅能更好地服务消费者,还能让企业业绩获得提升。

## “链式科技养老”赋能养老服务

近年来,养老行业涌现出不少“专家”,为老年人提供生活服务或者为政府提供监管系统等。但这些“专家”所提供的服务较为单一,未能真正从老年人的角度为其提供集安全与生活于一体的全方位服务。

通过实践,1998年成立于上海的安康通摸索出了一条新路——以居家为基础、以社区为依托、以机构为补充,构建“链式科技

暑期已至,毕业旅行、亲子出游正迎来一轮高峰。各大旅游机构也纷纷开始了密集的营销活动。

近日,携程上线“花样开盲盒 暑期嗨”活动,共推出“吃、住、玩、飞”四类盲盒,涵盖美食、住宿、门票、机票等板块,最低售价仅5.58元,旨在为游客暑期出行提供更多的灵感和优惠。

携程相关负责人告诉记者,此次推出的4款盲盒分别名为“吃吃吧”“玩玩吧”“飞飞吧”“住住吧”,囊括“美食、住宿、门票”等主要旅游度假产品。盲盒依然沿用不约可退原则,只要开出的产品不满意并未主动收下,则可全额退款。

价格便宜是携程暑期盲盒的一大亮点。记者在携程上看到,门票类盲盒售价为5.58元,美食类盲盒价格为7.78元,机票类盲盒价格为99.8元。其中,机票类盲盒覆盖北京、上海、武汉、西安、拉萨等全国9个热门出发地、百余条热门航线。门票类盲盒则可开出包括上海海昌海洋公园、三亚亚特兰蒂斯水世界、太湖龙之梦动物世界等在内的多个热门景点门票。

值得一提的是,美食盲盒是携程首次推出的盲盒新品类,可随机开出上海、成都、重庆、北京、深圳、西安、澳门等多个城市的火锅、小龙虾、烤鸭等全国200多款美食。这些美食遍布多家高分餐厅,如上海的黄鱼馆Jhouse、北京的1949全季鸭、成都的廊桥THE BRIDGE等均在名单之列。

目前,美食、门票、机票类盲盒已开始售卖。住宿类盲盒也将近期上线。如果用户没有开出心仪产品,还可通过集碎片的方

养老、一院十站万人”的新模式,打造老年人离不开的生活服务平台,目前已在全国覆盖23个省市,累计提供居家养老服务2亿人次。

以“311邻聚荟”安康通康养驿站为例,这一站点位于上海市长宁区华阳街道,今年3月8日正式营业。街道户籍人口62402人,其中老年人占比达41.9%,老龄化程度高于上海市平均水平。

据了解,从“311邻聚荟”安康通康养驿站成立初期到运营,都存在诸多困难。例如有基础设施建设符合年轻人使用习惯,适用老年人生活的硬件设施配置不足;满足老年人物质需求与精神需求的消费供给不足;诸多服务未从老年人角度出发,如未考虑老年人腿脚不好、语言能力降低等因素;老年人对未接触事物或对不熟悉人员等的接受度不足,警惕性较高等。

从与街道的沟通到确定地址、进场装修、公益活动宣传、实施运营,通过3个月的打造,“311邻聚荟”安康通康养驿站实现了多项服务创新。在站点装修方面,装修及空间设计满足老年人的审美及多样化的功能需求,所有设施设备均采用适老化产品,包括台阶、扶手、餐椅、座椅、床位等;在健康管理类设备投放上,配备了智能化健康一体机、吸氧机、远红外治疗仪、远红外能量桶、足部按摩仪等,还提供了丰富老年人精神生活的设施,如棋牌室、阅览室、多功能活动室等;在人员投入方面,配备管理人员1名、专业医护人员1名、持证服务人员5名,并与社区志愿者建立沟通机制。

对于社区而言,“311邻聚荟”安康通康养驿站创造了四重价值:其一,社区养老

囊括吃住玩飞 优惠力度大

## 花样盲盒助燃暑期旅游市场

□ 本报记者 孟 妮

式解锁“回血盲盒”,获得一次免费的抽盒机会。

携程研究院战略研究中心高级研究员沈佳旻表示,暑期是旅游出行的热门时段,从出行人群来看,“Z世代”人群正逐渐成为其中除亲子客群外不可忽视的一股旅游消费主力军。他们在要求创新有趣的同时,在旅游品类中也要求高品质的产品和服务承接。消费需求的升级对旅行企业提出了更高的要求。

选择在此时推出旅行盲盒活动,正是看好了热度攀升的暑期旅游市场。今年端午小长假期间,门票、租车、主题游等业务已超越2019年同期水平。携程预计,暑期出游热度将持续上涨,截至6月21日,携程平台暑期搜索量环比上涨249%,盲盒搜索量也持续保持热度。

事实上,作为2021年中国旅游市场持续复苏下的现象级营销产品,旅行盲盒已不

是第一次出现在人们的视野之中,酒店盲盒、机票盲盒,不少爱新鲜的玩家们都已品尝过滋味。而推出旅行盲盒的,携程不是独一份。

暑期前夕,多次引爆全网抢购热潮的同程旅行机票盲盒活动再度开启。98元的机票盲盒可开出单程或往返机票,活动覆盖全国200多个城市的机场。与此前旅行盲盒不同的是,该活动中加入了用户呼声较高的双人机票、往返机票和公务舱等“隐藏款”,同时,同程旅行还借助机票盲盒助力推广红色旅游目的地。

同程相关负责人表示,同程旅行“机票盲盒”产品推出以来获得了用户和市场的广泛认可。不仅准确击中了当代年轻用户喜欢挑战未知的消费需求,也在历次升级中始终站在用户角度,切实考虑用户出行的问题。后续,同程旅行将对每期产品进行细节优化和迭代,为用户提供更完善的

护连锁服务新模式,是皮具护理和生活衣物洗涤服务的有机结合。

据介绍,翰诺设计了“5+3”八大服务板块,其中,皮具护理服务(鞋护、皮护、奢护、衣护)和干洗服务形成五大服务板块,是洗护店核心服务项目,覆盖生活洗护全领域,满足顾客的所有需求;利用洗护店清洗维修优势,增加手工皮具西服定制、洗涤护理产品销售、二手寄卖这三大辅助增值服务项目,以提高盈利机会。

此外,翰诺还推出了六大运营模式——大师坐店模式、陆、海、空三店合一模式、养销一体模式、网络实体模式、会员储值模式、合作共赢模式。经过实测,六大创新运营模式帮助门店年度经营业绩实现了15%~30%的提升。

洗护一体店在营收上明显高于单纯的干洗店、皮具护理店。以一线城市为例,单纯干洗店年营业额为80万~100万元,皮具护理店年营业额为50万~100万元,洗护一体店年营业额为110万~150万元。

案例评价工作组认为,全场景服务、全链路接触、全周期运营是翰诺洗护全方位一站式生活洗护服务连锁模式的真实写照。翰诺洗护打造的洗护连锁服务新模式使洗护有机结合,通过“5+3”八大服务板块覆盖生活洗护全领域,以及六大创新运营模式,充分利用数字化手段使服务更加便捷、快速、全面、优质和准确,让生活洗护服务更加贴近时代,焕发生机。

## 洗护结合全方位一站式服务

皮具护理服务和洗衣干洗服务作为生活洗涤服务的两大主力一直按各自的轨迹分别发展,由于两个项目的关联性很强,加上顾客的需求,洗护一体的要求越来越强烈。

此次入选生活服务业优秀实践案例的翰诺洗护连锁服务项目,是北京翰皇伟业在十几年皮具护理生活洗涤服务实践基础上结合当今市场需求以及对未来行业发展的预测而打造的洗

出行服务,持续占领盲盒类产品的口碑高地。

不容忽视的是,盲盒营销在勾起消费者猎奇心、刺激兴奋点的同时,产品质量和后续服务保障也在考验着旅行平台本身。

携程相关负责人说,“此次携程推出的盲盒2.0活动,平台前期在选品方面就遵循更精细化的标准,对商品的品质要求更为严苛,叠加平台多年来积累的优质供应链体系和高品质服务体系,为用户购买盲盒前后提供全方位的支持。”

同程相关负责人表示,此次活动,同程也为购买机票盲盒的用户升级了服务保障,全部纳入“行程无忧”服务,用户锁定盲盒开出的机票后,在同程旅行平台预订盲盒行程前后24小时内的接送机、酒店、火车票产品,如因航班延误或取消影响行程,相关产品均可免费退改,帮助用户解决出行的后顾之忧。

助力乡村振兴 促进消费升级

## 第二十二届中国美食节将在哈尔滨举行

□ 本报记者 阎 密

6月23日,记者从中国饭店协会获悉,为进一步激发消费潜能,助力乡村振兴,拉动经济增长,第二十二届中国美食节暨第七届中国(哈尔滨)国际西餐文化节、第五届中国餐饮业供应链博览会将于今年8月20日至26日在黑龙江省哈尔滨市举办。

本届中国美食节以“助力乡村振兴,促进消费升级”为主题,由中国饭店协会、黑龙江省商务厅、哈尔滨市人民政府主办,中国饭店协会餐饮业事业部、中国饭店协会会展部、哈尔滨市商务局承办。据介绍,主展馆展览面积2.3万平方米,总展览面积将

突破5万平方米,预计总参展企业近500家,展位数近900个,专业观众预计达到近3万人次,观众人次将突破12万人次。

数据显示,2021年一季度,餐饮收入10596亿元,同比增长75.8%。5月,餐饮收入3816亿元,增长26.6%。1-5月,餐饮收入17789亿元,增长56.8%。中国饭店协会会长韩明表示,餐饮业步入快速复苏通道,意味着住宿餐饮业在新一轮消费增长中将发挥更重要作用。

作为商务部等部门举办的2021年全国消费促进月活动的重要活动内容,第二十二届中国美食节将举办第五届餐饮业供应链博览会、2021中国餐饮业品牌大会、“舌尖上的北大荒”技能大赛,以及绿色食

品、食材招商洽谈推介会等丰富多彩的活动,为饭店餐饮业、绿色食材企业搭建国内外交流合作平台。

同时,本届中国美食节还将深入探讨餐饮业品牌化、连锁化、数字化高质量发展趋势,引导行业把握消费升级和消费下沉带来的新机遇,通过大力推广地标美食、小吃等促消费活跃的餐饮品类,进一步激发地方餐饮市场活力、释放消费潜力、加速餐饮市场回暖步伐。韩明指出,下沉市场正成为餐饮巨头加速布局的新战场,给像哈尔滨这样的城市餐饮业发展和提升带来新机遇。第二十二届中国美食节在哈尔滨举办有利于引导餐饮企业把握消费下沉的市场机会。

此外,新冠肺炎疫情影响下,品质消费、健康消费、绿色消费成为餐饮消费新的潮流,其中绿色食材在健康消费、绿色消费中扮演着重要角色。绿色农产品加工业已成为哈尔滨市第一支柱产业,拥有北大荒、九三粮油、完达山乳业、正大实业、益海嘉里等食品加工龙头企业200多家。本次美食节将大力宣传哈尔滨“寒地黑土、绿色食材”城市名片,促进绿色食材销售,助力乡村振兴。中国饭店协会将组织哈尔滨市绿色、特色、优质食材供应商,各类食材供应企业或区、县(市)政府进行打包招商推介,打造直采直供对接平台,让更多优质绿色食材从田间走向百姓餐桌。

生活服务业是服务经济的重要组成部分,直接关系到人们日常生活的方方面面。随着消费领域数字化转型的不断深化,应用场景不断拓展,催生出各种新产品、新业态、新模式。与此同时,共享经济、平台经济的推进,技术进步、自媒体发展等也为生活服务业提供了新的发展机会。中国连锁经营协会日前发布了《2021 CCFA生活服务业优秀实践案例集》,旨在挖掘生活服务业的优秀创新和实践,试图从创新者的角度找到这一交叉点,窥见未来发展新方向。

## 两年销量三千万元 新疆面粉品牌孵化发力提速

□ 本报记者 李子晨

两年销量三千多万元,推动1750户贫困家庭增收,生产的新疆面粉长居盒马面粉销量榜首……这一系列硬核表现来自新疆阿克苏柯坪县的艾力努尔面粉厂。

“真正好的面粉,随便做一块馒头都有自身的独特香味。”两年前,盒马寻源团队找到了这个位于塔克拉玛干沙漠边上的百年企业,面粉厂负责人阿地力江·尼牙孜下定决心,生产线全部采用低温低速石墨加工工艺,即使产能降低、成本高出同行两倍多,也要保证小麦的原始风味。而通过品牌效应和规模化生产,阿地力江的面粉首次出疆,销往全国。

“从阿克苏机场出来,驱车三个多小时,遇到公路上有沙尘暴,在车上一等就是几个小时。”来自盒马寻源团队的采购爱莎说,为做出一款好口碑的面粉,同事们已经拜访过全国各地的几十家面粉工厂了。

在走访中,爱莎发现,现代机械加工的面粉往往是使用“钢磨碾”精研细磨,机器运转速度高达600转/分钟,温度达到120℃,蛋白质等物质损失得较快,同时因为面团稳定性降低,有的厂家也会通过添加剂等来增强面粉的柔韧性。

穿越黄沙,位于塔克拉玛干沙漠边上的这家工厂拥有“低温低速低压加工工艺”的国家专利。这项技术采用传统石墨和现代机械的结合,对比之下,石墨机器转速只有20转/分钟,温度在45℃以下。避免了高温加工的破坏,保留小麦的香味,同时最大程度保留了小麦中的蛋白质、胡萝卜素等物质。

但是,因为温度低转速慢,需要另外增加十几道研磨工序。这一道道的环节都增加了时间成本。

让阿地力江没想到的是,盒马团队还要增加成本。因为这款面粉将首次离开新疆,通过盒马门店、天猫旗舰店销往全国各地,不同于西北地区的干燥,南方往往潮湿多雨,面粉在和空气接触后容易长虫。为了解决这个问题,盒马技术与工厂在进行一系列测试后增加了离心去虫卵设备,终于解决了面粉的保存问题。

如今,这款产品成为盒马的面粉类销售榜单中“冠军单品”宝座。而从2021年年初开始,新疆面粉还作为原材料来到了中部地区的面点加工厂,“摇身一变”成为葱油花卷、黑面馒头、饅头大馒头,出现在了盒马货架上。

随着商品品种的扩充,新疆小麦的附加值再次得到提升。虽然对品质的坚持提高了面粉的生产成本,但通过品牌效应、规模化的生产和产品的多样化,千里之外的面粉厂预计年收益超千万元,可以帮助1700多户贫困家庭增收。

今年5月,盒马宣布成立新品孵化中心“盒马X加速器”,打通商品研发、供应链支持、营销推广等内外部资源,为有潜力的产品线和商品进行孵化和加速。业内人士表示,追求品质和消费者价值的同时,新零售的探索者也在帮助上游农业生产制造商进行全链路升级,实现制造零售一体化。