

把钱塞进机器 蔬菜鲜奶鲜榨橙汁吐出来

人工成本上升、店铺租金上涨

良渚一企业生产的自助贩卖机两年增两倍

说到自助贩卖机,恐怕大多数人会直接联想到的就是各种瓶装饮料。通过按钮选择,投币,然后你要的饮料就会自动被传送到出货口等你取走。但眼下,关于自助贩卖机的概念开始丰富起来了。不仅仅是出售饮料,包括零食、现榨橙汁、蔬菜熟食,甚至新鲜乳制品、医用冰袋、小朋友的玩具等,都被“装”进了自助贩卖机的透明“肚子”里。

作为一种新的零售业态,自助贩卖机越来越多样化的同时,销量也呈现爆发式增长。业内人士认为,这与实体店铺萎靡、店租金和人工成本增加都有关系。“以前是3个人管一个店,现在是一个人管10台机器,这其中的运营成本对比一目了然。不过,在国内这一业态目前还处在发展期,经营场地以及当地消费习惯都会对此产生影响。”

不只是饮料、零食 蔬菜玩具现榨橙汁 都能自助售卖

家住杭州三墩某小区的朱女士,上周在自家楼下公共区域的一个角落里,发现个新鲜玩意——自动售菜机。“和普通常见的自动贩卖机差不多大小,透明的窗口可以看到货架上的蔬菜和熟食,机器右侧是一块大的触摸式屏幕,下方是投币口和出货口。”朱女士觉得很新奇,特地给机器拍了照片,还发了朋友圈,“见过卖饮料的、卖零食的,可自助卖菜的还是头一回见啊!”

连蔬菜都流行自助销售了?昨天,记者根据朱女士给的地点,找到了这两台自助售菜机。可惜的是,机子里已经空空荡荡,没有任何货品。而在朱女士拍的照片里,记者看到机器里有包装好的番茄、洋葱、生姜等新鲜蔬菜,也有盒装的鸡爪、鸡翅等卤味熟食,还有一盒盒的新鲜鸡蛋,货架最上排是预售按钮,可以自助下单买活鸡,下单后第二天会有专门的工作人员送上门。

相比这种新冒出来的自助售菜机,可能见过自助现榨橙汁机的人要更多一些。和进楼盘社区不一样,橙汁机大多数摆在大型的购物中心里。

“目前为止,我们在杭州一共有41台贩卖机。”孙运鹏告诉记者,他是杭州百多橙商贸有限公司的负责人,公司的主要经营业务就是自助现榨橙汁贩卖机。“去年双12支付宝搞活动,我们当天榨掉了10吨橙子,差不多近6万只。”孙运鹏说。

事实上,自助贩卖机的多样化远比我们想象的“脑洞大开”。儿童医院里有专门售卖冰袋和玩具的,小区里有出售垃圾袋的,还有出售净菜和新鲜乳制品的,等等。“冰袋和玩具的自助贩卖机就是我们公司研发和生产的。”利叶青在电话里告诉记者,他是杭州以勒自动售货机制造有限公司的大区销售经理。

以勒的厂区在良渚,原本主营自动咖啡机的研发和生产,7年前开始涉足自助贩卖机,“前几年的销量虽然每年有增长,但是一直不温不火,直到2014年上半年开始爆发式增长,以前是一年2000台左右的销量,现在一年能销5000-6000台。”利叶青说。

以前是3人管一家店 现在是1人管10台机 自助贩卖机真的是笔稳赚的好生意?

作为公司大区的销售经理,利叶青对自助贩卖机这两年的发展显然再熟知不过了。2014年上半年开始销量直线上升,背后正是因为互联网冲击、实体店铺萎靡的大环境。同时,店铺租金上涨、人力成本增加,都是因素。“其中有一点很重要,就是人工越来越难请,难管理。以前开一家店至少要3个人,现在10台机器也只要雇一个人管理,运营成本的高低一目了然。”利叶青说。



消费者在自助贩卖机前排队长队

网上有人给自助贩卖机的运营算过一笔账。以最常规的饮料机为例,购买5台机器的成本大致在11万元左右,分别投放在工厂、学校、医院,春夏(6个月)以每台每天80瓶饮料的销售量,每瓶1.2元利润,5台机器每个月的利润就是14400元,6个月就是86400元;秋冬季(6个月)以每台每天10瓶饮料、50件零食的销量计算,饮料利润1.2元,零食利润1元,5台机器6个月的利润就是55800元,总计一年纯利润142200元,扣除购买机器成本,当年能赚32200元,第二年开始则以每年14万元的利润运行。

乍一看似乎是稳赚不赔的生意。但再仔细看看,你会发现这笔账里没有计算租金和人力成本。而事实上,忽略人力成本,租金是这一新型零售业态的成本大头。

以以勒为例,目前杭州有400台自助贩卖机属于以勒自营,基本投放在诸如学校、医院、工厂等相对人流集中的半封闭场所。其中三甲医院的自助贩卖机需要通过投标准入,月租金2000元/台,一年就是24000元。

相比之下,孙运鹏的自助现榨橙汁机因为多数放在Shopping Mall里,所以租金成本更高。“前两年,因为机器应该放在哪里才有钱赚,我们走了不少弯路。学校、写字楼、卖场、超市、甚至图书馆等场所,我们都尝试过,最后确定购物中心才是符合我们诉求的地点。”孙运鹏说。但生意越来越好的同时,租金也是一年比一年高。半年一涨,加上10%的抽成,孙运鹏投放在城西某一大型购物中心里的4台机器,年租金已经达到20万元,“4台机器只占6平方米,估计我们是整个商场坪效最高的店铺了”。

人口红利消失 人工成本上升 自助贩卖机这两年在国内爆发

说到自助贩卖机,肯定绕不开邻国日本。据日本自助贩卖机工业会的调查显示,美国约有自助贩卖机691万台(对应人口3.1亿人,大概44人拥有一台)、日本508万台(对应人口1.2亿人,大概24人拥有一台)。日本自助贩卖机的数量虽不是世界第一,但从国土面积和人口数量来看,日本绝对是自助贩卖机密度最高的。

日本为什么有如此之多的自动贩卖机?究其原因是:日本人口老龄化严重,劳动力不够,人工费很贵。而自动贩卖机一定程度上缓解了其人工成本问题。

而据业内专家分析,中国在2015年前后会进入一个拐点,其中最显著的影响是,人口红利的消失会使自动化水平大幅度提高,对于自动化的需求会在今后几年大规模地增长。2015年中国的自助贩卖机拥有量约为50.5万台,相对于13亿多的人口大国,这个数字微不足道。因此,中国自助贩卖机的产业空间十分巨大。

在利叶青看来,自助贩卖机这两年在国内爆发,但要发展到和日本一样的“随处可见”距离还很远。“有人认为自助贩卖机眼下的迅速增长和支付方式便捷有直接关系,我认为这不是主要原因,日本现在也仍然是以现金交易为主。中国人的消费习惯倒是和意大利比较像,讲究‘眼见为实’,所以我们做的机器都会有透明的大玻璃,你能直接看到你要买的东西,而日本很多机器是封闭式的,你只能看到一张产品图片。”利叶青说。

孙运鹏认为,对新兴事物的接受程度、对购买方式的接受程度以及对价位的接受程度,都决定了他的自助橙汁机有没有出路。他说,“自助贩卖机对日本人来说就是生活的一部分,我们还刚刚开始。有一定消费能力、对新事物感兴趣、能使用手机支付方式的年轻一代,才是眼下各种自助机的核心消费群体。”

记者 朱玫 文/摄