



电商持续释放“新动能” 新零售引领消费革命

本报记者 李立 上海报道

以2003年淘宝诞生为标志,走过高速发展黄金十年的中国电子商务,在2018年全国两会期间再次被国务院总理李克强点赞。

3月5日,李克强向十三届全国人大一次会议作政府工作报告。在回顾过去5年工作,他提到高铁网络、电子商务、移动支付、共享经济等引领世界潮流。并指出,快速崛起的新动能,正在重塑经济增长格局、深刻改变生产生活方式,成为中国创新发展的新标志。

两会热议“新零售”

回归到本质,是如何利用数据把核心能力进行提升。

2016年10月,阿里巴巴董事局主席马云第一次在杭州云栖大会上提出新零售的概念,并且预测“未来将没有电子商务一说,只有新零售”。

阿里巴巴CEO张勇接受《中国经营报》等媒体采访时,对新零售做了系统清晰的阐述:新零售是用大数据和互联网重构“人、货、场”等现代商业要素形成的一种新的商业业态。在张勇看来,走向新零售的核心是企业之间和商业生态的重构。

过去5年,消费对经济增长的拉动作用不断增强,2018年的政府工作报告中提到,消费贡献率从54.9%提高到58.8%。李克强特别提及,推动传统消费提档升级、新兴消费快速兴起,网上零售额年均增长30%以上,社会消费品零售总额年均增长11.3%。

线上销售的持续增长与新零售由此再次成为全国两会的焦点话题。在业内人士看来,无论阿里巴巴提出的新零售,苏宁的智慧零售以及京东随后提出的无界零售,论其实质,都是在大数据、物联网、支付聚合、人工智能等新技术和消费升级的双轮驱动下,以电商为先导,推动线上线下的加速融合。

全国人大代表张近东日前接受本报记者采访时表示,回归到本质,是如何利用数据把核心能力进行提

过去5年,电商作为中国经济的活跃分子持续释放新动能,与阿里巴巴、苏宁、京东等电商公司的高速发展密不可分,更与阿里巴巴掀起的新零售革命密切相关。中国国际经济交流中心副理事长、商务部原副部长魏建国认为,互联网无疑在中国经济中扮演着越来越重要的角色,已经成为中国创新发展的新标志。回顾过去5年,“新经济”带来“新动能”,“新零售”引发“新机遇”。“互联网+”广泛融入各行各业,成为中国经济突出亮点。

升。线上线下之争已经不存在了。新的消费领域发生了变化,品质消费的时代已经来临,如何提供更多的场景与体验让消费者得到认可,无论是线上还是线下,应该坚持零售的本质不动摇,以消费者为核心,提升产品质量,借助互联网、大数据、技术的提升,感知消费习惯,预测消费趋势,引导生产制造,并为消费者提供多样化、个性化的产品和服务。

在线上线下的融合中,苏宁从传统零售商转向互联网电商再次转向双线融合发力。2017年“双11”前夕,张近东接受本报记者专访时即透露,2018年苏宁将在线下开出5000家门店。对于苏宁来说,2018年的增长门店数将超过过去27年的总和。

作为新零售的第一块试验田,银泰走在线上线下融合的最前沿。全国政协委员、中国银泰投资有限公司董事长沈国军在2018年全国两会提交了《关于促进跨界零售创新发展、简化证照审批》的提案。沈国军建议,零售业不断创新,不仅线上、线下深度融合,多业态、跨行业、聚合式、协同化发展趋势显现,实体零售转型亦呈现出“发展新业态、搭建全渠道、重构供应链、推进渠道下沉”四大亮点。虽然国内跨界零售发展势头喜人,但要促进其健康发展,还亟待创新管理,推动相关政策落地。

虚实结合酝酿巨变

新零售带来的变革已经从资本层面向实体层面扩散,将集中体现在零售业态的多级重构。

“实体经济与虚拟经济将会找到结合点。”浙江省省长袁家军在全国两会上对本报记者表示。

以阿里巴巴为例,虚实经济的结合被业界认为是零售业态正在迎来的巨变。

“新零售掀起的虚实经济融合发展的浪潮,将对我国零售业产生根本改造。”复旦大学管理学院信息管理与信息系统副教授胥正川对本报记者表示,以往传统零售业以地段为核心,线上销售则聚焦消费者。过去十年是线上线下相互较量的十年,传统渠道

商面临线上冲击,客流减少,实体店进入关店潮,另一方面电商也迎来瓶颈期。新零售则给转型中的传统企业提供新的解决方案,通过人货场的重构,零售业将进入“消费者主权时代”。

2017年被认为是新零售元年。在魏建国看来,经过两年的“新零售”实践,中国纯电商时代已经过去,仅依靠大量网络消费群体的红利已逐渐消失。未来十年,所有生产要素将通过线上、线下和生产物流结合在一起,以个性消费为目标,以快捷便利为手段,以降低物

流成本,最大限度地提高效率和增加利润,最终迎来全球商业消费的“新零售”时代。

在业内人士看来,新零售带来的变革已经从资本层面向实体层面扩散,将集中体现在零售业态的多级重构。

在“新零售”的布局上,传统零售阵营的苏宁、银泰、三江购物、百联集团、联华超市、新华都、高鑫零售、居然之家等纷纷与阿里巴巴走向联合,家乐福、永辉超市、步步高则与腾讯走向联合,沃尔玛和步步高也与京东走向融

合发展。

品牌与消费者互动链接将会重构。新的消费方式正在刷新消费者的体验。刷脸支付、虚拟试妆、虚拟试衣、无人汽车贩卖机、无人零售等新技术带来购物新体验。2017年12月,星巴克在上海开出了全球最大新零售“智慧门店”。在这间全店无餐牌的咖啡店里,只要拿出手机淘宝“扫一扫”,就可以唤起“隐藏”的在线菜单查询功能,并通过AR技术直观了解咖啡吧台、冲煮器具等细节。消费者打卡指定工坊景点,即可获得虚拟徽章,并解锁工坊定制款拍照工具。周边纪念品也可通过手机淘宝“扫一扫”,在天猫星巴克官方旗舰店下单送到家,实现线上线下全渠道购买体验。

除此之外,生产流程(产业链以及分工方式)、资源配置也将迎来全面重构。“2018年新零售将会进一步扩容。”在胥正川看来,线上企业会更积极与线下融合,零售企业加速转型,真正的开始面向个体消费者,开始着力提升客户体验,适应移动化、精准化、社交化的信息技术新形式。最主要的是改变了经营思路,利用大数据展开精细化运营,提升客户体验,降低运营成本。



新模式激发新动能

盒马的模式创新,前端体现在消费者体验,背后的核心则是通过大数据管理实现供应链优化。

值得注意的是,在政府工作报告中,李克强特别强调,要继续发展壮大新动能,做大做强新兴产业集群,在多领域推进“互联网+”,运用新技术、新业态、新模式,大力改造提升传统产业。

以盒马鲜生为代表的新零售模式创新也给“互联网+”的拓展打开新思路。据本报记者了解,此前盒马鲜生CEO侯毅作为新零售行业代表,参加了国务院举行的

《政府工作报告(征求意见稿)》的意见建议座谈会。据侯毅介绍,盒马新零售走的是“互联网+零售”模式创新,利于移动互联网技术、大数据和实体零售的融合,提升实体零售的经营能力。

盒马集餐饮、超市、APP和外送于一体的创新模式,最快30分钟免费配送到家的物流体验,2017年成为爆红的新零售物种。盒马同样引发了全国人大代表李君的关

注。李君是四川苍溪县白驿镇岫云村党支部书记,全国两会期间,李君专门跑到盒马鲜生北京十里堡店做调研。他最关心的是盒马如何能够带动农产品上行,让更多的农产品能够优质优价地进入城市百姓的餐桌。

盒马的模式创新,前端体现在消费者体验,背后的核心则是通过大数据管理实现供应链优化。盒马推出的日日鲜系列,通过产地直

采、基地直供等形态,上游农产品实现了标准化、品牌化和可溯源。此前侯毅就曾透露,将逐步把日日鲜系列推广到更多品类。通过数据化管理,盒马全面推广“订单式农业”,使农业生产质量、产量和价格的稳定都得到保障。这样的涉农实践显然是李君更关心的问题。李君希望盒马能探索和更多农户开展合作的新模式,有效盘活农村闲置资源,给农民带来更多致富机会。

店商与电商融合发展 新零售加速反哺实体经济

本报记者 李正豪 北京报道

实体零售向新零售转型并从中受益已是大势所趋。

全国人大代表、森马集团董事长邱光和审议政府工作报告时提及,森马依靠拓展电商渠道,加快新品品牌培育,成了传统服装企业转型的“黑马”。

店商与电商合作一日千里

根据国务院总理李克强3月5日所作的2018年政府工作报告,过去5年,推动传统消费提档升级、新兴消费快速兴起,网上零售额年均增长30%以上,社会消费品零售总额年均增长11.3%。李克强还提到,过去5年,消费对经济增长的拉动作用不断增强,消费贡献率从54.9%提高到58.8%。

这一方面表明,网络零售的增速远远高于传统零售。另一方面也表明,实体零售和网络零售融合发展是关乎中国经济能否从投资拉动转向消费拉动的大事。在此背景之下,李克强再次强调,“要推进消费升级,发展消费新业态、新模式”。

实际上,在过去的2017年,传统零售代表的店商和网络零售代表的电商,已经在一日千里地推进融合发展。

本报记者获悉,经过2014年3月的战略投资之后,银泰和阿里巴巴在会员体系、支付体系、商品体系等方面都进行了打通和对接,双方已经形成了线上、线下融合发展、实体经济与数字经济融合发展的“陆空一体化”力量。

阿里巴巴集团CEO张勇介绍,过去两年,银泰已经从“人货

在全国人大代表、奥克斯集团有限公司董事长郑坚江看来,互联网虽然是新业态、新经济,但与传统产业并不矛盾。郑坚江带领的奥克斯集团2009年就开始“触网”,成为最早做电商的家电企业之一,2017年在电商平台上的销售额突破110亿元。

同样是2009年开始“触网”转型的苏宁易购,2017年净赚超过42亿元,迎来最近10年最好的年景。全国人大代表、苏宁控股集团董事长张近东接受《中国经营报》记者采访时表示,“线上线下之争已经不存在。无论是线上还是线下,都应坚持零售的本质不动摇,借助互联网、大数据等技术,为消费者提供多样化、个性化产品和服务。”

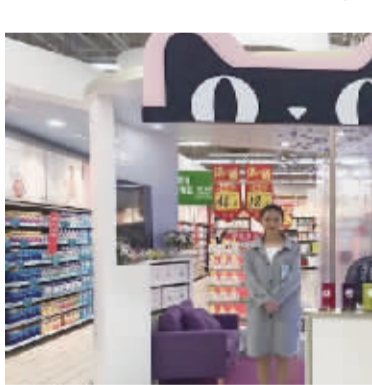
方将运用各自优势,加速在家居领域开启新零售的新时代。阿里巴巴方面则认为,居然之家的加入,让阿里巴巴的新零售形成了“八路纵队”,贯穿衣食住行各个方面,让新零售成为抬升城市商业基础设施和社会服务水平的关键动能。

阿里巴巴方面所说的“八路纵队”,实际上就是与阿里巴巴在新零售方面已达成战略合作的银泰、苏宁、三江购物、百联集团、联华超市、新华都、高鑫零售、居然之家。

其实,纵观整个中国零售业,与电商巨头合作推进新零售已经蔚然成风,这里面也包括家乐福、永辉超市与腾讯走向联合,沃尔玛与京东走向联合,步步高则是与腾讯、京东同时走向联合发展。

步步高方面表示,与腾讯、京

东的三方合作,是以共同发展“智慧零售”“无界零售”为愿景,三方将共同以“去中心化”为理念,以技术革新为驱动,以数据产品、互联网工具、供应链能力为赋能手段,推动传统经营模式,向经营顾客全生命周期的新模式转型。



天猫智能母婴体验店。

传统零售巨头国美在互联网转型和新零售方面稍显逊色,现在的销售收入已不足老对手苏宁的一半。但国美也在迎头赶上,2017年国美电器已更名为国美零售,就向外界传达了转型新零售的意图。国美零售总裁王俊洲近日接受《中国经营报》记者采访时也表示,“未来的零售模式将是互联网和实体店完全融合,国美通过强大的选品能力和高标准服务平台的搭建,为消费者创造价值,赢得互联网零售下半场胜利。”

者提供多样化、个性化产品和服务。”

“最近两年,新零售从理论到实践蓬勃发展,已经成为第三产业技术与模式融合创新的标杆,也已经成为推动传统消费提档升级、新兴消费快速兴起的助推器。”工信部信息中心工业经济研究所所长于佳宁表示。

为什么新零售能成为发展趋势?在全国政协委员、中国银泰投资有限公司董事长兼总裁沈国军看来,新零售的发展承载了消费者更多期待、更高要求,也顺应了群众对美好生活的需求,极大地拓展了原有业态的功能,扭转了零售行业在符合年轻消费者消费习惯、倡导新生活方式上的颓势。

郑坚江认为,就家电行业来说,未来消费者的家电购买习惯正在从满足单点消费需求,向满足“家”场景的消费习惯转变,国内已经有一些家电制造企业紧紧围绕“生态链+爆款单品”的互联网服务进行布局,以满足消费者对新零售的需求。“中国品牌要走向世界,就要有与国际水平比肩的创新能力。”“互联网+”对于商业基础设施和商业模式的升级,让大众生活迎来“看得见的改变”。所以,我们必须积极推动新零售发展,在人、货、场等领域都加快对消费升级趋势的把握。”全国人大代表、安路(中国)有限公司董事局主席丁世忠表示。

提振实体零售业绩表现

为什么新零售能成为发展趋势?在全国政协委员、中国银泰投资有限公司董事长兼总裁沈国军看来,新零售的发展承载了消费者更多期待、更高要求,也顺应了群众对美好生活的需求,极大地拓展了原有业态的功能,扭转了零售行业在符合年轻消费者消费习惯、倡导新生活方式上的颓势。

郑坚江认为,就家电行业来说,未来消费者的家电购买习惯正在从满足单点消费需求,向满足“家”场景的消费习惯转变,国内已经有一些家电制造企业紧紧围绕“生态链+爆款单品”的互联网服务进行布局,以满足消费者对新零售的需求。“中国品牌要走向世界,就要有与国际水平比肩的创新能力。”“互联网+”对于商业基础设施和商业模式的升级,让大众生活迎来“看得见的改变”。所以,我们必须积极推动新零售发展,在人、货、场等领域都加快对消费升级趋势的把握。”全国人大代表、安路(中国)有限公司董事局主席丁世忠表示。

根据2月27日晚间发布的2017年业绩快报。数据显示,2017年苏宁易购全渠道销售额2432亿元,同比增长近30%;归属于上市公司股东的净利润42.10亿元,同比增长497.66%。这是苏宁从2009年开启互联网转型以来业绩最好的一年。苏宁易购方面特别提到,过去一年,苏宁运用互联网技术推动线下门店的业态变革,形成了“一大”(即苏宁易购广场)、“两小”(即苏宁小店、苏宁易购县镇店)、“多专”(即苏宁易购云店、红孩子、苏鲜生、苏宁体育、苏宁影城、苏宁易购汽车超

市、苏宁极物)的智慧零售业态产品族群,这对打造苏宁易购新零售竞争力起到很大的作用。

高鑫零售3月4日发布的2017年业绩报告也显示,该公司2017年营业额达到1023.2亿元,同比增长1.9%;净利润达到30.2亿元,同比增长14.9%。业内人士分析,虽然阿里巴巴2017年11月战略投资高鑫股份在短期之内并未带来业绩大幅改善,但阿里巴巴的互联网基因和大数据资源已经加速高鑫股份的线上线下整合。

业内人士认为,未来随着高鑫股份继续借助阿里巴巴的技术和流量完成实体店的数字化转型,进而整合会员系统、存货和支付等,数字化改造将于2018年3月开始,并于2018年底之前完成;从中长期来看,选择阿里巴巴、拥抱新零售,有利于高鑫股份提升门店经营效率;另外,考虑到高鑫股份已经储备78个地点用于开设大卖场,其中67家大卖场在建,未来发展非常可期。

《中国经营报》记者梳理得知,目前很多传统零售商表态2018年将积极拥抱“新零售”,比如,沃尔玛中国副总裁陈志宇近日表示,2018年,将加大对京东Plus和山姆会员的整合,还将全面融入京东物流体系,提高山姆商品尤其是生鲜产品覆盖的范围和效率;永辉超市方面表示,2018年将在线上加快建立会员体系,将全球供应链资源在永辉生活APP上进行集成,提升自我引流能力;物美超市也表示,2018年将牵手多点Dmall,推出“自助购物”模式,进一步深化新零售布局。