

新零售时代开启现巨头抢滩

电商对实体店的压倒式冲击突然之间成就了一个新的时代,实体店多年来形成的客户关系和口碑,开始为电商构建新的起降跑道并开启融合发展

本报记者 许意强

短短几个月,“新零售”在中国正从一个概念和趋势演变成一些商业先行者的落地解决方案。今年两会期间,苏宁控股董事长张近东、小米科技董事长雷军再次定义新零售,并各自给出自己的具体落地方案。3月9日,阿里研究院发布的《新零售研究报告》首次对公司董事局主席马云抛出的“新零售”进行定义,意在为今年阿里巴巴新零售的落地护航。

多位业内人士在接受《中国企业报》记者采访时透露,“对于新零售,万变不离其宗的核心是如何在快速变化的时代中,为用户提供更好的产品、服务和体验,技术也好、资本也罢,都是为用户体验服务的。”

各大巨头布局新零售

阿里研究院于3月9日发布的《新零售研究报告》,用“以消费者体验为中心的数据驱动的泛零售形态”来定义新零售,其核心价值是最大程度地提升全社会流通零售业的运转效率。作为电商巨头,阿里站在互联网的角度,试图以大数据等技术手段打通并串起网店、实体店甚至微店等零售形态。

作为传统零售商业巨头并快速转战成为互联网零售商的苏宁集团,公司董事长张近东在今年全国两会期间首次提出“智慧零售”概念,即运用互

联网、物联网技术,感知消费习惯,预测消费趋势,引导生产制造,为消费者提供多样化、个性化的产品和服务。

“不管什么时代,零售业态的创新永远要围绕商品经营,专业细分品类,提高供应效率、提升服务品质。”透过张近东的表态可以看出,作为脱胎于传统零售商业的苏宁,是通过各种技术手段巩固和强化“拿差异化商品满足用户”这一核心竞争力。

无独有偶,作为近年来新型制造商的代表,小米科技董事长雷军也对“新零售”给出自己的定义,即通过线上线下互动融合的运营方式,将电商的经验和优势发挥到实体零售中,改善购物体验,提升流通效率,将质高价优、货真价实的产品卖到消费者手里,以此实现消费升级的创新零售模式。从去年开始,小米的零售体验已经从一家小米商城快速向线下实体店全面裂变,计划在未来3年内打造1000家小米之家体验店。

作为传统制造企业拥抱互联网的代表,海尔集团总裁周云杰则认为,“过去大家提出的O2O很可能会成为一个伪命题,虚拟经济(电商)和实体经济(实体店)的融合是大趋势,未来真正能发展起来的形式是O+O,线上和线下一体化。”

为了应对后电商时代的新零售,目前海尔已经建立包括线上电商、线下实体店,以及城市智能配送柜和面向农村的顺逛微店等一系列零售新业态。

满足用户差异化需求是核心

近年来,面对电商渠道的快速崛起,传统实体店出现关门歇业的现象。然而,大量的生鲜超市和大型购物中心却逆势发展。实践表明,只有打造与商品属性最匹配的零售场景和体验,满足用户的差异化需求,才是最佳的零售业态。

构建场景化的零售业态,则成为新零售一项重要成果,也成为当前各方力量、资本和技术抢夺的重点。即不管技术如何变化,围绕用户为中心构建不同的购物场景,包括线上网店,线下实体店,甚至是身边的微店,从而为用户提供一系列的便捷服务体验。

从阿里立足互联网平台,以大数据为依托,借助物流配送提升零售效率,突出快速;到苏宁立足物联建多平台,紧盯用户需求和体验进行精准分析和把握,从而反向定制商品,突出精准;以及海尔直击用户和体验,构建各种场景化的零售业态,并借助诚信和服务来粘住用户;小米拿自身的电商零售经验去改造线下实体店,从而以用户的一体化完善体验,强调融合。

种种迹象表明,无论是阿里、苏宁强调的以技术手段解决用户体验,还是海尔、小米关注用户体验下的多场景平台,虽然出发点不同,但是殊途同归的是,互联网技术正在为零售商业插上腾飞的翅膀,与此同时实体店多年来形成的信任关系和口碑,也在为电商构建起降跑道。

专家点穴

全国政协委员、苏宁控股集团董事长张近东:

新零售有温度才能抓住用户

苏宁历时7年从“+互联网”到“互联网+”,彻底转型为线上线下融合的互联网零售企业。我的感受是,不管什么时代,零售业态的创新永远要围绕商品经营,专业细分品类、提高供应效率、提升服务品质。最终要让零售有温度,真正围绕客户的变化而变化。

零售业表面上看是商品交易,本质上是为用户提供的服务。随着消费升级,品质消费、个性消费日渐崛起,个性服务、精准服务将超越常规的竞争手段。只有通过社交化的人与人的互动服务,才能提供有个性、有温度的服务。

围绕智慧零售,近年来苏宁也展开大量的探索,并初步形成规模发展的效应。苏宁已与美的、海尔等近百家品牌商建立数据牵引的供应链机制,精准供应市场,实现价值最大化。从B2C到C2B,是区分新零售和旧零售、智慧零售和传统零售的分水岭。

未来实体零售渠道的变革,要么是让实体渠道越来越贴近顾客,要么是让顾客越来越容易和喜欢接近实体渠道。只有贴近用户和用户容易贴近的渠道才是好渠道。

苏宁在线上取得一定成绩的同时,两年时间开出2000多家线下易购新店,这些新店进乡镇、进小区,充分贴近顾客丰富的业态和渠道,正是苏宁基于匹配不同商品与贴近细分用户群体,融合移动互联网进行的智慧零售创新。

全国人大代表、步步高集团董事长王填

营造线上线下公平商业环境

新零售需要线上线下的融合,但我觉得核心还是商品和服务的升级和迭代。线上线下的融合只是手段或技术,不能解决所有问题。新零售其实是在消费升级背景下,用一句话定义就是回归实体和打通线上。所谓回归实体,就是商品和服务的持续升级和迭代。

线上线下的融合当然也要做,但不能忘本。步步高集团今年的战略重点在持续的商品和服务升级。现在做零售,绝对不是比谁的嗓门大,关键还要做出东西来,让顾客有感觉。

近年来线上线下的营商环境不公平,是不争的事实。过去,线上作为新事物,发展需要包容、支持,实体零售企业都理解。如今,线上零售业务已经发展到3.8万亿元,不能仍然单向包容了,必须要为线上和线下营造公平的商业环境。

零售业态正在崛起,未来,零售店铺将不再是千店一面,会针对不同群体有更多特色、个性,其次会看到更多兼并整合。我们必须不断地做好体验感,像去年长沙步步高梅溪新天地引进蜡像馆等,去过的人都说非常棒,这种体验感是线上无法做到的。

(本栏目稿件由本报记者许意强采写)



2016年12月,商务部、中央网信办和国家发改委联合印发《电子商务“十三五”发展规划》,其中明确,创新流通企业经营模式,拓展供应链综合服务增值空间,开创以交易为核心、多种交付服务为支撑的B2B电子商务创新发展局面。利用新技术加快形成多种消费场景,促进线上线下深度融合发展,推动商贸流通业进入数字化、智慧型发展阶段。



2016年11月,商务部、国家发改委、工信部等10部门联合发布《国内贸易流通“十三五”发展规划》。其中指出,“十三五”期间将推进实体商业创新转型、提升流通供给水平等九个主要任务。



2016年11月11日,国务院办公厅印发了《关于推动实体零售创新转型的意见》,对实体零售企业加快结构调整、创新发展方式、实现跨界融合、不断提升商品和服务的供给能力及效率做出了部署。

