

解读合肥百大集团(下):

致力打造大型商贸流通企业

■ 本报记者 张晓梅 / 吴明 张骅

面对零售行业加速变革、竞争加剧的新形势,合肥百大集团积极谋求转型升级,深入推进经营方式、零售业态以及盈利模式转变,巩固提高商品经营能力,强化购物中心开发建设,注重完善消费体验与服务功能;依托零售主业和供应链资源,推进实体经营与虚拟金融互动发展,拓宽多元化投资与盈利渠道,不断提升经营发展质量,促进企业持续健康发展,致力于打造安徽一流、全国优秀、具有核心竞争力、可持续发展的大型商贸流通企业集团。



百大集团旗下的周谷堆大兴农产品国际物流园

推进了合肥百大盈利模式的变革,利用零售行业现金流优势,立足零售和农产品两大业务平台,强化实体经营和虚拟金融互动发展,促进供应链上下游合作共赢,谋求新型投资收益。目前,已初步实现在银行、小额贷款、消费金融、投资公司等多领域投资布局。与此同时,积极强化资金物流、广告展示和物业招商等领域收益,逐步实现单一的商品经营盈利向服务盈利、平台盈利等多元盈利模式转型。

互联网催生“电商热”,众多传统企业也纷纷转型,扩展“全渠道”模式。但拥抱互联网并不是“电商化”那么简单。2017年“互联网+”对零售业和本地生活服务的影响,已经深入人心。合肥百大在“互联网+”的变革进程中,已在零售行业取得显著成效,已初步实现用户数字化管理、门店互联网化、农产品互联网化、线上线下一体化、门店社区生活化、消费联盟生态、本地购及服务、全员营销服务及广告联盟服务体系;实现社区自提配送体系、会员积分、电子预付卡及电子支付体系及业态信息系统融合对接、大数据分析体系等,使百万会员用户享受合肥百大集团全方位服务。

创新:转型之智

由于新媒体的兴起,线下实体店失去了话语权,其实我们线下实体店有很多做得很出色。马云提新零售至少也能说明一点,就是线上发展也遇到瓶颈,而线下是有价值的,线上线下融合才是必然。“互联网迅猛发展的今天,也正是‘倒逼’着传统零售业转型升级的关键时期。为顺应互联网时代新形势,合肥百大正积极转型升级,充分开拓网

络渠道,适时推进电商,让百大更‘智慧’。”合肥百大集团董事长郑晓燕如是说。

开设安徽首个跨境电商综合体——百大易购跨境直销中心(港汇店),现已拓展5个线下体验店,移动端“百大易购”APP同步上线,一度改变了传统零售业的发展格局。携手“互联网+”,深度拥抱O2O,合肥百大集团以空港百大跨境直销中心

及“百大易购”APP为支点,着力打造“体验经济”,在给广大消费者带来了全新的境外商品购物体验的同时,探索出了一条传统零售业转型升级发展的新路径,该项目在国内专业领域多次荣获“中国零售技术创新奖”、“2016CCFA零售创新奖”等多项殊荣。百大易商城致力于打造成为百大集团全渠道运营平台。同时以此为着力点,合肥百大进一步加强自营电商基础建设,提升自营电商运营水平,线上的便捷和线下的体验相互促进,互相融合,共同发展。

推出安徽省首家电子购物卡——百大E卡,实现了线上线下和手机端的全渠道无缝整合、一卡通用,实现由单一的传统实体储值卡向实体虚拟预付卡双线转换,据悉目前已实现E卡销售2000余万元;通过“门店微信账号整合、CRM会员系统对接、智能客服、线上线下精准营销及微信支付”等微信服务号功能,用户可直接在微信里浏览产品、下单购买、物流查询及售后服务等,最终实现企业全方位、全渠道的服务营销平台,实现了CRM会员系统对接、门店智能客服、商品推介、销售、微信支付等功能于一体,2016年还将推出全新的移动端APP,加快转型升级,布局全渠道,顺应消费互联网化,打通线上线下任督二脉,初步构建起PC端+移动端+实体店的线上线下全渠道融合发展构架。

业态品牌创新卓有成效。随着生活水平的提升,消费者对便利性、专业性需求进一步增强,以及购物需求体验风靡兴起,促使合家福对其业态进行改造升级探索发展社区购物中心模式,发掘细分市场,开设品类专业店、便利店,强化体验性,满足新形势下消费者需求。百大合家福也应运萌生了拓展业态、进军便利店的战略思路想法,2014年2月便成立了合家福便利店事业部,开始着手便利店事业发展。2016年,又启动了“阿福到家”项目,利用自身实体网络,辐射周边3公里,线上下单送货1小时送达,充分满足消费者的便利需要。距离的便利,购物的便利,时间的便利,服务的便利,业态的多元,合家福将全方位、个性化地服务变成一张密网,让“社区好邻居、生活好伙伴”亲民形象无所不在。

创立农产品检测科技中心有限公司,目前已获得CMA实验室资质认定,检测项目涵盖果蔬、粮油、豆制品等11项食品类部分检测参数,完善食品安全可追溯体系,同时向社会提供第三方检测服务;建成了全国最大的商用屋顶光伏电站,首期已并网发电,全面落成后预计年发电量约800万kWh,减排二氧化碳8565吨、二氧化硫258吨;引进金融、餐饮、住宿、休闲、娱乐等品牌商家,打造特色海鲜平价即食街区,完善综合配套服务,形成一个完整丰富的生态体系……



百大集团E卡上线



升级后的百大集团鼓楼名品中心内景

变革:转型之谋

应对新形势、新常态、新消费,仍以老观念、老模式、老思路必然会出现发展脱节、效益下滑,企业转型变革首先要转变的便是观念,思定而谋变,合肥百大确定了其“十三五”发展战略规划,实施“123456”战略。即:坚持一个定位:立足安徽,必争一

流;做强做大两大主业:消费品连锁、农产品流通;突出三个特色:多业态全渠道组合,线上线下融合,内贸与外贸结合;强化四大优势:品牌、渠道、服务、团队优势;打造五大平台:学习培训平台、营运平台、技术平台、物流平台、大数据平台;建立六大

体系:建立和完善扁平高效的组织管理体系,建立和完善全面系统的风险管控体系,建立和完善灵活有效的市场营销体系,建立和完善科学严谨的考核激励体系,建立和完善全覆盖的质量管理体系,建立和完善健康向上的企业文化体系。通过实施“123456”

战略,实现由经营者思维向消费者思维转变,由竞争导向转变为客户导向、由重品牌向重价值、重服务、重体验转变,由规模效益型向质量效益型转变,从而稳固和提高企业核心竞争力。

“双主业+”战略的实施,特别是+金融、类金融业务的拓展,

链接

合肥百大集团的转型发展是我国零售商业变革的一个缩影,自进入21世纪以来,随着我国加入WTO,商业领域,尤其是零售商业的全面放开,很多传统零售业都遭受到来自国内外新兴业态的冲击,特别是近两年电商的快速发展,加之我国进入新常态后的经济转型,使很多传统零售业在痛苦的挣扎中消亡,而百大却在波涛汹涌的商海中脱颖而出。

百大的成功归纳起来就是在坚守传统的基础上,毫不动摇地持续创新,他们始终把消费者放在第一位,始终将渠道建设作为生存的根本,他们在创新中没有忘本,丢掉传统,在坚守中不忘百姓,不忘消费者,这是他们的初心,也是他们战胜各种挑战的灵魂。

时间的年轮在一天天翻转,逼压传统零售商业的电商今天也遇到了发展的瓶颈,再回过头来看,实体店并非一无是处,而是要创新升级,在用户体验上寻求突破,而且要把线上线下进行整合,让用户在体验到购物愉悦的同时,还不为手提商品而烦劳,购物者只要在实体店用手指在手机屏上动手,回家后想要的商品就送入家中。这才是百大所追求的目标,也是中国零售商业的追求方向。