



自2016年马云首次提出“新零售”概念之后,商界始终没有停止探索的脚步,当各行各业资金涌入新零售领域时,传统零售企业如何更好地突破?而新零售本身又如何发挥出创新模式的巨大价值?当疫情让新零售的战火再一次燃起,谁是未来新的赢家?

全国人大代表、步步高集团董事长王填:

加强对实体零售业线上转型的专项支持



对于实体零售企业来说,今年冬天有些长。由于疫情带来的巨大负面影响,为企业减负,助力企业发展成为疫情后政府、企业复工复产的重中之重。为了支持实体零售业发展,希望能有更多政策考虑连锁零售企业的经营状况,给予支持,从促进消费入手,帮助企业解决困难。

首先,考虑连锁经营企业的成本,使其能够享受到租金和社保减免政策。连锁经营企业因为企业经营管理模式的不同,无法在每个地方单设法人,所以在企业成本减免方面的政策,比如给中小企业的房租减免,以及养老、

失业、工伤保险单位缴费全部减免等政策,都被排除在外。如绝大部分地方房租减免政策仅针对中小微企业,连锁经营的企业经过门店综合统计后不被认定为中小企业;商超因为“三保”要求持续开店,不在减免范围之内。为发挥社会责任,响应国家号召,不少商超企业主动为卖场外租区的租户减租。如某商超向租户提供了逾1亿元人民币租金补贴。但因为商超不是业主,却被排除在上述利好政策之外。

其次,针对连锁零售企业当前遇到的难处,消费券发放要注重普适性,可与现金发放结合,增加米面油等民生产品的消费券发

放以及对低保人员的现金补贴。

第三,进一步明确灵活用工政策,加强对民生行业的指引,减轻企业人力成本,支持零活用工方式,综合计算工时工作制以周、月、季、年为周期综合计算工作时间,在一定程度上既降低企业人力成本,也能良好地保障劳动者的权益。在疫情期间以及经济下滑严重的时期,零售业纷纷响应国家保供、发展夜间经济和社区经济的号召,延长营业时间。在用工政策方面也需要进一步明确,简化申请综合用工制的流程,明确申请细则。建议人社部门根据行业具体情况,制定适用于零售业的灵活用工审批条件,赋予连锁零售企业与

职工更多的自愿选择和协商空间。另外,零售业的一些管理人员需要随时根据商场及客流需求进行商品采购、配送、招聘等工作,希望能允许零售业企业在中高层管理人员本人同意的情况下,为其申请不定时工时。

第四,继续加强对实体零售业线上转型的专项支持。今年一季度,步步高也做了各种积极的尝试,包括直播、联合餐饮企业等。通过调研发现,餐饮企业在购物中心(引入的合作品牌)中现在的(经营)调整是最高的。餐饮服务行业在日常消费者的消费支出中占比非常重要,能不能完全回到疫情之前的状态,还要观察。

中国奥特莱斯产业发展委员会主席、中国共享经济发展委员会创会主席林卓延:

共享新零售将是未来商业发展的新路途

新零售是以大数据、人工智能等科技为驱动,通过创新科技的发展和用户体验的升级,创新出的全新零售商业业态。新零售的发展与传统产业相比,虽然已经有了飞跃式的进步,但新零售目前并未发挥出创新模式的巨大价值。共享经济与新零售的创新模式共融发展,才是商业发展的新路径。

新零售产业园将是奥莱商业模式新变革

近两年来,新零售在辉煌的发展之后,已经进入了瓶颈阶段。但突发的新冠肺炎疫情,却再次将新零售重新推向了爆点,线上平台用户数量和交易量猛增。一场全球性的公共医疗危机,足以改变社会经济结构,改变人们的生活方式。在后疫情时代,“共享经济+新零售”一定会成为我国乃至全球经济转型升级的又一强劲动力。

十多年前,我将奥特莱斯模式最早引入中国,如今,奥特莱斯也得到了快速的发展与壮大。奥特莱斯的商业模式也逐渐融合了其它的零售企业,并不断渗透影响了各行各业,成为一个新的产业。奥特莱斯作为创新商业模式的典型代表,这么多年来,已被消费者所认同并追捧。然而,想要

迎来更辉煌的发展,必然需要一个新的引爆点。这就是我们计划打造的奥特莱斯创新产业示范区及新零售产业园。

传统零售到新零售发展路径可以定义为三大特征:从“货-场-人”到“人-货-场”再到重构“人-货-场”。新零售将通过数据与商业逻辑的深度结合,实现消费方式逆向牵引产生变革,通过大数据优化资产配置,重塑价值链,创造高效新零售体系,引领消费升级,这必将迎来中国零售服务业大发展的新契机。

奥特莱斯打造的创新产业示范区和新零售产业园可以更好地激发出来产业活力,形成更高效、更优化的奥特莱斯生态商业模式,扩大潜在的客户流量,增加市场份额,例如形成“线上跨境商贸+线下服务体验”于一体的全新生态商业模式。在发展过程中,不断丰富应用场景,深耕运营与用户体验,最终为消费者提供更多实惠和更好的服务,创造更大的经济社会价值。

线上线下相结合将成为新商业形态

在今天消费需求日益多元化的时代,对个体消费者的洞察已经成了奥莱精细化运营中必不可少的一环。在可以预见到的不远

的将来,新技术有望在消费者深度链接、私域流量合作共享和智能管控助力服务品质升级等方面为奥莱赋能。将来也会有一些高科技的应用能够在线上展示产品,给消费者提供一个高科技、多维度、多角度的体验方式。尽管消费者需要的商品可以选择在线上购买,线下体验消费和休闲购物的需求仍然存在,体验型购物成为新经济不可或缺的场景,尤其针对时尚或者奢侈品行业,还是会依赖于线下渠道展示其品牌的历史文化,而消费者在线下体验品牌文化也会更加注重购物环境里的个人感受和参与互动的过程。未来的趋势是全渠道趋势,线上的电商和线下的商场正在融合。伴随着消费升级,场景体验和对产品的真实感受成为支撑线上奥特莱斯的关键因素。

目前,奥特莱斯已与全球奥特莱斯联盟及全球前十大著名品牌集合商、三大著名的奥特莱斯运营商达成协议,将倾力打造全球奥特莱斯全景云购物平台,筛选最具特色、最具影响力、经营业绩最好的100家奥特莱斯与“奥特莱斯新零售产业园”线上平台对接,并通过5G互联网及VR技术实现在线购物场景的应用,这是云景平台的创新模式之一,让消费者可以足不出户畅游全球经典奥特莱斯。

奥特莱斯产业如今在全球的发展非常迅猛,尽管在全球经济低迷的大环境下,奥特莱斯依然逆势上扬,无论是投资或者销售均保持两位数的增长,其独特的商业模式已被应用至各个行业。未来的奥特莱斯将形成“线上跨境商贸+线下服务体验+行为价值共享”于一体的“新奥莱”商业模式。

通过共享经济理念深化零售产业融合

作为商场模式的主流零售业态,奥特莱斯凭借其汇集全世界著名奢侈品牌、极为实惠的折扣价格、舒适休闲的购物环境以及功能齐备的体验式消费服务等鲜明特色,深受全球时尚人群青睐,成为时尚消费者的“朝圣地”,也是现代国际商业社会发展最为迅猛的商业形态之一。

中国共享经济发展委员会不久前作为常务理事单位参与发起成立世界共享经济协会,以共建、共融、共通、共赢为发展理念,宣贯共享经济产业政策,规范共享经济市场有序合理竞争,引导共享经济产业有效落地,促进共享经济产业健康持续发展,积极推动在中国举办首届世界共享经济大会。未来,中国共享经济



发展委员会将不断加强与世界共享经济协会的紧密合作,积极推动共享经济产业全面、健康、平衡、有序、高效发展的同时,促进全球共享经济在零售行业企业之间的广泛合作、互联互通,深化共享经济与传统产业领域、新兴产业领域融合发展,在产业大融合、发展大联动等共享创新方面贡献联盟组织应有的智慧和力量。

(本报记者朱晨辉采写)

