

2019中国国际零售创新大会上,与会者共论行业发展——

行业观察

零售业态创新转向“人以群分”

经济日报·中国经济网记者 王 晋

透 视

近年来,在大数据、人工智能、无人店、人脸识别等新兴技术赋能下,我国零售业积极加快数字化转型,业态创新逐渐从传统“物以类聚”走向“人以群分”,以适应不断变化的客户群体,更精准地为消费者服务。从简单模仿阶段过渡到模仿创新阶段,成为世界零售业创新实验室

国内奶粉企业加快进入市场步伐

特殊配方奶粉“钱景”在哪

本报记者 林火灿

国外品牌有品牌沉淀优势,但本土企业有服务、运营等方面优势,如何放大自身优势、补足短板,是本土乳制品企业抓住特殊配方奶粉“钱景”的关键

刘怀力说,在实体店铺里,苏宁零售云还推出了“云货架”,通过打造虚拟场景,一个面积为一二百平方米左右的店铺就可以销售线上的数万种产品,提升了商品的丰富度,打破了实体零售的边界,苏宁零售云正在成为共享经济平台。

万变的技术 不变的服务

“我来中国已经7年了,见证了中国零售业的快速发展和巨大变化。我们经常说中国是零售创新的试验田。”家乐福集团副总裁、中国区总裁兼首席执行官唐嘉年说,他们一直在不断问自己,未来的商店是什么样的?未来的门店是什么样的?

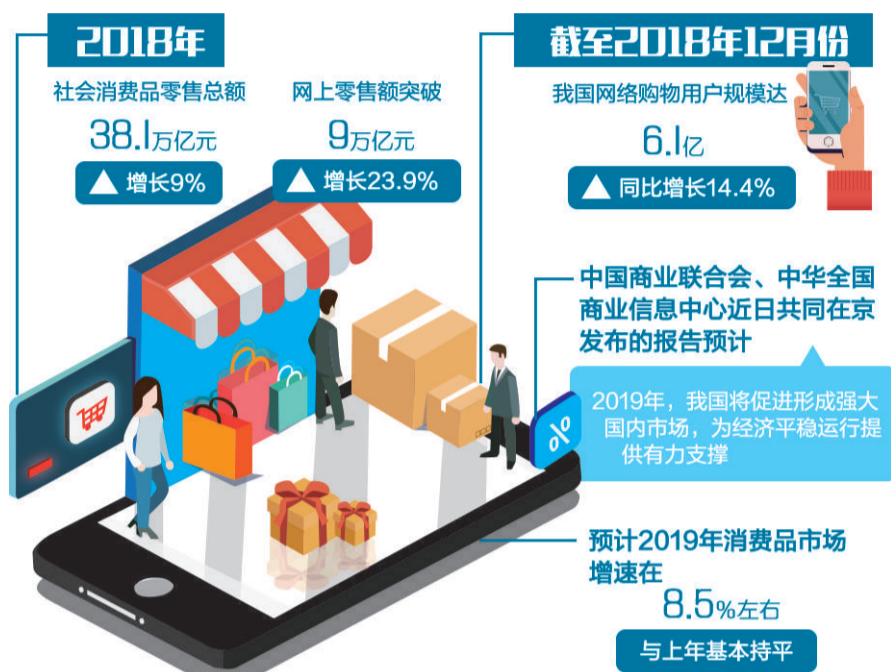
“如今,我们的思维已经发生了变化。过去消费者到超市是单纯购物,现在则是一种生活方式。我们要把商铺看成一个生活场景,消费者在其中能度过愉快的时光。在这个场景里,他可以享受美食、咖啡,可以参加体育锻炼,可以享受亲子时光。家乐福在中国也有很大的超市,我们的客户不仅在此购物,我也希望让他们在这里享受一种生活方式,这就是未来商铺的模样。所有这些体验都不是在手机和网上能完成的。”

日本永旺集团是一家百年企业,创立于1758年。如今,永旺集团在亚洲14个国家和地区拥有2万个服务网点,去年销售额达5130亿元,全球员工总数超过27万人,是亚洲地区销售额排名首位的零售集团。永旺集团全球CEO冈田也介绍,永旺之所以能持续发展,是因为抓住了顾客的变化,抓住了“不断创新的技术,以及永远不变的顾客第一”精神。他强调,“企业的有序发展需要适应瞬息万变的技术和永远不变的零售业精神,两个都需要,两个都要抓。零售业是适应变化的产业,如果你没有适应各个时间段顾客的变化,就很难生存下去”。

中国人民大学商学院教授刘向东说,中国大市场的优势和零售业创新的力量让他感受颇深。他说,从2012年开始,中国零售业从“物以类聚”走向“人以群分”。传统的零售业态是“物以类聚”,无论是大卖场、超市,还是便利店,特征都是以商品聚集各种特征的人,至于这些人有什么特征,商家并不关注。近年来,很多业态创新转向“人以群分”,以某种特征的人集聚对应商品。这群人有相同的特征和爱好,在社会网络上同质化的,非常容易沟通,商家触达消费者的方式发生了新变化。

“中国零售企业还要积极向国际先进的零售企业学习,我们与国际领先的同行还有差距。”中国连锁经营协会理事主席高书林表示,看待中国的零售业创新变化有4个维度:客户维度、内部流程维度、财务维度和学习成长维度。首先要带来客户价值的提升,包括消费者与供应商体验的提升,创新的变化要指向这里。其次,创新还必须指向零售企业内部运营效率的提升。第三,它必须在财务维度形成结果,每一种创新都应该实现盈利。如果没有盈利或没有现金净流入,这种变化很有可能带来很好的结果。第四,这种变化要能够带来很好的结果。能够推动零售业发生内在变化的创新,才会使行业可持续发展。

大数据、人工智能、无人店、人脸识别……近年来,各种新技术、新概念层出不穷,中国零售业创新动力强劲,呈现风起云涌之势。技术创新将如何重塑零售格局?未来零售将是什么模样?4月10日至12日,在中国连锁经营协会、上海市商务委、浦东新区政府共同主办的“2019中国国际零售创新大会”上,国内外专家学者与企业家共同深入研讨行业发展大势。



近日,在美国纽约举行的全国零售商联合会年度大会上,阿里巴巴旗下上海盒马网络科技有限公司展台吸引了众多参观者。
新华社记者 王 迎 摄

零售业创新进入“无人区”

“从企业层面看,无论是实体零售、线上零售,还是全渠道零售,我国零售业都已从简单模仿阶段过渡到模仿创新阶段。在局部领域、头部企业,零售创新已经进入‘无人区’,我们正在走别人不曾走过的路。”中国连锁经营协会会长裴亮表示,在此过程中,尤其是在资本的助推下,零售业也曾经一度进入过误区。目前,行业内达成的共识是创新意义在于创造价值。

裴亮强调,从企业层面看,一批优秀的零售企业根据自身发展战略和市场特点,通过创新持续推进企业管理与运营能力提升,发展后劲和竞争优势越来越突出,在市场进入低迷期时提速发展。从行业层面看,通过创新实践,消费者的消费体验得到了明显提升,购物正越来越便利。

消费者发现,原来我们学习的一些国外零售企业也开始向中国零售业学习了。比如,家乐福过去排队支付影响了消费者体验,去年他们开始了线上收银变革,与腾讯等公司合作,引入扫码购、人脸识别、微信支付等技术,让这家国际零售企业越来越“接地气”。

“中国市场非常独特。我经常到中国来,发现中国零售业近年来蓬勃发展,这个市场充满机遇。我觉得中国是个创新实验室,很多行业内的创新都在这里做试验。我相信中国的创新一定能应用到其他国家去。”世界零售协会联盟主席沃尔普(Massimo Volpe)表示,中国正在全球零售领域发挥创新和引领作用,他对中国零售创新印象最深刻的当属移动支付。

数字技术赋能“千店千面”

随着移动互联网快速发展,数字化转型成为不少零售企业必须跨过去的一道坎。在此过程中,实体零售业经历过电商的冲击,也感受过发展的“寒冬”,还有一些企业在大浪淘沙中被淘汰,通过不断调整应变,跨界融合正成为行业新的趋势。

在今年的零售创新大会上,微软、华为、腾讯、米雅信息科技有限公司等企业

成为主讲者。他们与零售企业携手,更精准地为客户“画像”,更精准地推出营销举措,更精准地为消费者服务,让人感受到创新的力量。

腾讯公司副总裁林琛说,腾讯在不同业态与一些零售企业开展了合作,帮助企业开展数字化转型。他认为,零售业的变革来自“人货场”的数字化,其中,实现“人的数字化”最难。要研究清楚人在哪个节点可以用数字化方式与之互动、延展。通过数字化方式可以延展与重塑原来意义上的“场”,“人”本身成为一个新的场,他不再局限于所在的门店或商场,而是打开了销售的疆界。以前的销售是以货找人,通过什么手段,我们可以分析哪些人买了什么货,实现以人订货,让销售更为精准。

苏宁经历了从实体零售到电商、再

到线上线下融合的智慧零售商“进化”。在过去29年中,这家企业经历了3次转型,如今已成为一家线上加线下全渠道大型零售企业。在今年的美国拉斯维加斯国际消费类电子产品展上,苏宁发布了“智慧零售大脑”(RaaS),零售云正是RaaS赋能的代表。

苏宁零售云集团总经理刘怀力告诉记者,截至目前,苏宁零售云已在全国布局了近5000家店。如今,依托苏宁大数据、云计算、物流等技术,苏宁完成了对县镇一级实体零售店的升级。以前开一家店,要先选址、选择商品、招聘员工。数字化门店则完全不同,通过大数据等科技手段,可以清晰了解到一个地方的消费能力、分布着什么样的人群、适合销售什么产品等,包括补货、结账等环节都可以数字化,真正实现“千店千面”。

市场瞭望

阿里聚划算加强与农业大基地合作——

电商下乡助农产品上行

本报记者 郭静原

近日,阿里聚划算宣布要为农村打造电商“上下双向通道”。一方面,用大数据实现C2M(消费者反向定制模式),通过规模化订单推动农产品上行;另一方面,打通聚划算、天天特卖和淘抢购等阿里三大营销平台资源,拓宽拓深品牌下沉渠道,将“品质惠”生活带到农村。

在聚划算之前,农村淘宝已经打造了一条“城乡双向通道”。在上行领域,通过“淘乡甜”平台帮助农产品实现标准化、品牌化和规模化。在下行领域,通过天猫优品带品牌下乡。随着聚划算和村淘在农村“会师”,小农户与大市场的对接有了一条“双向四车道”。

据悉,村淘上行的重点是通过“淘乡甜”平台,帮农产品建立标准、做好品控、孵化品牌,同时提供直达城市餐桌的高效供应链服务。典型案例是重庆奉节脐橙、新疆巴楚甜西瓜、阿克苏苹果等项目。

与此同时,聚划算上行的重点聚焦农产品基地和产业带,打造行业标准,升级供应链。据了解,聚划算曾多次与农业大基地合作,把符合互联网标准的农产品“包圆儿”,如2天卖空400万颗云南沃柑,3天卖空云南万亩花田等。

聚划算市场总监苏誉介绍,聚划算和村淘曾联手3天卖掉40万单沃柑,一天卖掉20万桶非转基因玉米油,一小时卖掉10万袋五常长粒香大米,一分钟卖掉1万瓶平武蜂蜜。“聚划算和村淘会师后,农产品上行将出现由点到面、爆发式、规模化增长。”苏誉说。

在聚划算之前,品牌商家将得到聚划算提供的营销和供应链方案。村淘在全国的3万个网点、3万个村小二和3万个淘帮手,将承接商品下沉后的服务,包括送货上门、入户安装、线下营销和售后等。

过去5年,村淘协同淘宝、天猫、聚划算、阿里云、菜鸟和蚂蚁等,打造了品牌下乡的数字化入口和农产品上行直供直销新链路。目前,阿里乡村业务覆盖了中国1368个县级行政区,淘宝村数量达到了3202个。数据显示,截至2018年底,淘宝移动月活用户达到近7亿,比一年前增加了1.2亿,很多新增用户来自农村市场。

苏誉透露,目前聚划算正与我国第一个国家级农业高新区“杨凌农业高新技术产业示范区”洽谈合作,对示范区在全国的300多个推广基地实施供应链改造,打造农产品行业标准。

中原银行股份有限公司
关于《中华人民共和国金融许可证》的公告

中原银行股份有限公司经中国银行业监督管理委员会河南监管局批准,颁发《中华人民共和国金融许可证》。现予以公告:

机构名称:中原银行股份有限公司

简称:中原银行

机构编码:B0615H241010001

许可证流水号:00585770

批准成立日期:2014年12月23日

住所:河南省郑州市郑东新区CBD商务外环路23号中科金座大厦

发证日期:2014年12月23日

经营范围:许可该机构经营中国银行业监督管理委员会依照有关法

律、行政法规和其他规定批准的业务,经营范围以批准文件所列的为准。

发证机关:中国银行业监督管理委员会河南监管局

邮政编码:450046

电话:(0371)85519999

以上信息可在中国银行保险监督管理委员会网站(www.cbrc.gov.cn)查询。

本版编辑 王薇薇 杜 铭