

传统实体零售商酝酿转型自救

历经多年的繁荣后,由于商业物业供应量过度导致竞争惨烈,物业租金和人力成本飙升,当前电商及海外游消费增长迅猛,单一实体零售商模式的弊端逐步显现。据不完全统计,2016年上半年,全国22家百货及大型超市就关闭了41家店,歇业总面积超过60万平方米。下半年,闭店潮仍愈演愈烈。大型实体零售商近年来面临着严峻的考验。

新形势下,传统实体零售商纷纷酝酿转型自救,王府井、百盛、百联等百货企业向购物中心及奥特莱斯转型,家乐福、麦德龙、沃尔玛等超市大卖场则向中小型业态及仓储会员店转型,越来越多的零售商开始尝试自营业务或多元化经营,甚至跨界迈向了电影院、餐饮等非零售业态。



“体验为王”的新零售变革期

不过,零售商们如果仅仅是盲目跟风转型,而不反思回归零售本质,不以客为本,全面加强黏性,完善零售业的全程细节体验的话,零售商仍然难以真正收获客源及业绩的回升。

在体验为王的新零售变革期,零售商与品牌商、电商在消费大舞台共生,彼此扬长补短,相互竞争。线上线下融合共创顾客需求和服务,跨界融合新业态、科技创新应用、全渠道推广等层出不穷。如杭州银泰首家全渠道买手店,店内商品来自线上TOP品牌、线上设计师作品和生产商直采。目前已实现线上线下同步销售,同款同价。商

家还通过“魔镜”试衣、自助收银、果汁吧、沙拉吧等店面设计,提升消费者的购物体验。

大连新玛特则引入李宁重金打造东北区唯一科技运动实验室,为消费者提供专业运动指导及穿戴建议。大商集团利用实体店现场可体验价值,通过互联网内容运营为实体店增加人气和互动。

相对于百货各种酷炫的创新体验,超市们也不甘落后,纷纷针对新生代消费者最关心的四大消费元素:体验性、便利性、个性化、数字化,做出调整。步步高超市长沙梅溪店重新“编辑”卖场语言推出餐饮、非食、杂货三大区域区块化场景化的门店布局,加强与顾客的互动体验。无独有偶,Bravo永辉精标店同样主打生鲜牌与进口食品牌,主推鲑鱼工坊、食代广场和麦子工坊及鲜花店,以达到差异化经营与加强消费者体验的诉求。

零售商谋求数字化转型

当然,光有体验也不够,还需要数字化技术的助力。

随着“互联网+”浪潮的推进,中国消费者网络购物的迅速崛起,越来越多的实体零售企业正在探索新的商业模式,谋求数字化转型。就在前不久,时尚精品零售百货商连卡佛(Lane Crawford)选择Orange Business Services,为其提供一种基于云的平台,以扩展、保护和管理其位



于香港及中国大陆区域的IT资源。此次部署使得连卡佛能够将线下优势与数字化线上优势相结合,从而为顾客提供更加多样化、一站式的购物体验。

通过Orange Business Services的云平台服务,连卡佛可以按需灵活配置IT资源,以适应季节性购物、促销活动和临时情况造成的需求变化。利用互联网工具为供需提供更匹配的货品与服务,更精准的商品库存避免压货及缺货。同时针对中国大陆网络购物的迅猛增长,体验经济盛行,Orange Business Services的数字化解决方案还具备良好的可扩展性,以支持连卡佛未来的商业增长需求,在各渠道为消费者提供更高水平的“互联网零售”体验。

在互联网技术快速发展的当下,零售企业在面临线上线

分流,经营成本上升,营收增长乏力,利润不断下降。因此,在获取客户,供应链协同,运营效率等方面,零售企业应引入数字化技术,以及应建立与数字化相适应的企业组织和文化及运营机制。数字化转型的目标设计应体现在来客数提升,净利率提升和运营效率提升这三个关键点上。

可以看到,中国零售业线上线下互相革命、融合、尊重的“新零售变革时代”正在到来。线上巨头从来没有像今天这样重视和尊重线下,在资本合作、技术创新、线下实践、用户贯通等方面渐次展开,又快速迭代。线下优秀企业也从未像现在这样正视线上发展,努力改变和学习,注重体验,尝试线上革命的同时,又充满信心。双方必将在融合中不断提升前进。(联商网)

商超资讯

物美会员店尚佳转型做全球购

曾经被指效仿沃尔玛山姆会员店的物美尚佳最终还是失败了。记者获悉,尚佳将升级转型并更名为“GEC”,打造优质进口商品大卖场。即将于12月底开张的GEC将成为北京首个一站式全球进口商品购物新业态。

据悉,整个面积达一万多平方米的超级大卖场已经完全变样。一大半的面积陈列出来的都是进口商品,分为亚洲馆、欧洲馆、澳美非洲馆、孕婴童专卖馆、红酒啤酒专卖馆,还有进口的冷冻面点、果蔬、肉类、海鲜、面包等260余个品类。

“GEC 全称是 GLOBAL EXPOSITION CENTER,主要是依托物美集团强大的全渠道采购、现代化的物流配送体系,全球精选5000多个进口商品品种”,对于转型的初衷,物美集团COO许少川这样说道:“GEC是北京首家以进口商品专卖形式按国家地区陈列,打造全球精选一站购齐的购物理念的新业态。”

(新华网)

“ET 保税”食品超市在京开业

本报讯 日前,一家名为“ET 保税”的食品超市在北京燕莎友谊商城(金源店)开业,这家店也是北京亦庄保税直购中心在北京城区内开设的分店,今年4月亦庄“ET 保税”开业。

据悉,这家店面积在400平方米左右,因面积受限,ET保税燕莎金源店在地下一层被隔成两块,并分别设置一条收银线。但店员表示商品品种与亦庄店不相上下,只是“摆放更紧凑”。

店内以矮货架为主,食品类产品

占了大多数,有超市进口区域常见的日本114咖啡、台湾的三点一刻奶茶、星巴克即饮咖啡、张君雅小妹妹等,也有不少来自德国、俄罗斯等国较为陌生的食品品牌。

所谓保税直购,指的是店内全部已办结海关、国检手续,消费者可现场直接购买取走。此前保税区一些跨境购门店更多是“先备货后接单”的模式,更多起商品展示作用。消费者在网上下单后,商品从保税区直接发出,在海关、国检等监管部门的监

管下实现快速通关,然后在几天内配送到消费者手中。

在今年4月,北京亦庄“ET 保税”店开业,北京亦庄保税直购中心有限公司总经理王浩为在接受采访时表示,由于保税直购中心商品大多由运营方于国外厂家企业直购或者是一级代理等机构采购,省去了代理、代购层层加价的环节。与国内设有专柜等其他正规销售渠道的产品价格相比,我们店里大部分商品的零售价能优惠约10%~30%。”

三江购物为淘宝便利店提供配送服务

近日,淘宝便利店在宁波正式开城,其与当地三江购物合作的首期11家便利店出现在位于宁波用户的手机淘宝页面。宁波淘宝便利店“1小时送达”覆盖了日化生活用品、蛋奶蔬菜生鲜等类目,野生小黄鱼、鸦片鱼头等宁波人饭桌上常见的水产,也

将通过三江的服务链条提供配送。

宁波是继杭州、上海之后,淘宝便利店进入的第三个城市。消息人士透露,北京有可能是淘宝便利店进驻的下一个城市,可以想象,届时京城将“烽烟”再起。

据悉,阿里巴巴此前宣布以21.5

亿元收购三江购物32%的股份,成为其第二大股东。三江购物和阿里方面将合作展开门店的设立、升级和创新,实现零售业务转型升级,并通过合资设立公司,为创新门店提供相关服务。

(中国连锁经营协会)