

商务部定义新零售五大创新内涵

日前,商务部流通产业促进中心发布了《走进零售新时代——深度解读新零售》调研报告(以下简称《报告》),重点考察了天猫等电商平台引领的新零售浪潮,首次全面定义了新零售的内涵与特点,并就新零售如何健康发展提出了4项指导意见。

《报告》认为,推动流通领域转型发展,激发商业创新活力已被提升至国家战略层面。推动“互联网+流通”行动计划,能提升效率、释放消费潜力,为推动供给侧结构性改革和促进经济增长提供支撑。而以天猫为代表的新零售倡导线上、线下、物流三者融合发展,消减库存,充分利用互联网驱动零售新变革。

在各产业投身新零售的进程中,变革了商品流通体系,催生出了新型商业模式,进而释放出巨大的消费潜力。《报告》指出,通过新零售平台每拉动100元的销售额,将拉动89元的生产和批发产值,仅天猫新零售平台带来上游制造业税收增长近1800亿元。

商务部定义:新零售有“五新”

自去年阿里集团董事局主席马云提出“新零售”概念后,在社会资本加持下,无人便利店、实体生鲜店等不断涌现。

《报告》对新零售给出明确定义,即新零售的“新”表现在由技术变革+需求变革共同驱动下,对零售业全要素、多维度、系统化的改革,并对交易活动中的商业关系、利益关系、组织方式进行了升级。

《报告》同时认为,尽管一些零售商利用互联网采销商品,但并没有改变其作为传统零售的本质特征。而天猫新零售平台的“新”体现在5个方面:新角色、新内容、新业态、新关系、新理念。

“新角色”是指像天猫这样的新零售平台,在下游洞悉消费者需求,并向上游供应商提供消费者需求大数据资源,进而成为供应商的生产研发活动和市场推广活动的服务者。

“新内容”是指平台由商品销售者变为“商品和服务”的提供者,如天猫等平台利用商品数

字化、会员数字化为生产企业、供应商提供新型的数据服务。

“新形态”是指通过清晰洞察消费者痛点,对零售业态的各要素再次进行边际调整,组成新型经营业态。

“新关系”是指天猫等平台为供应商赋能,与消费者实现互动和交流,构建平台与消费者之间深度互动的社群关系。

“新理念”则是指需要适应消费者主权时代的新理念、新模式,通过零售变革更精准地满足消费者需求,为消费者不断创造价值。

天猫大数据助品牌按需定制

《报告》称,天猫等新零售平台引领了流通革命,触发了全产业链的变革,促进了消费转型升级,为社会经济发展做出积极贡献,是践行供给侧结构性改革、“互联网+流通”行动计划、实体零售转型升级等国家政策的典型示范。

目前,在天猫平台带动下,茅台、五粮液、1919、一轻食品等

多家企业积极改造供应链以拥抱新零售浪潮。在合作进程中,天猫新零售平台的大量消费数据为品牌商、零售商提供了研发支持与市场参考。如天猫与雅诗兰黛深度合作,其新品研发从原本的18个月缩短到9个月;天猫根据消费者大数据分析形成对洗衣机市场的预测,指导海尔跳过9升洗衣机而直接生产10升产品。

《报告》认为,以天猫为代表的新零售平台成为供应商、零售商、消费者三者中间的润滑剂。其借助对消费需求的深度挖掘,成为消费者的服务者和需求代言人,并反馈给厂商使其能够及时跟进市场变化。在此基础上,新零售让“按需生产”成为可能,品牌商可以借助平台的消费信息安排合理的生产计划。

打通全渠道创造3000万岗位

新零售不仅给上游制造业带来了变革,还释放出巨大的经济效应。《报告》显示,通过新零售平台每拉动100元的销售额,将拉动

89元的生产和批发产值。据估计,天猫新零售平台带来的上游制造业税收增长近1800亿元。

以阿里巴巴为例,其纳税额从2012年日均1000万元提高到2016年的日均1个亿。依托天猫新零售平台发展起来的“三只松鼠”,年纳税额增至1.5亿元。同时,近百家在天猫平台拥抱新零售的商家还在筹备IPO。

此前无人便利店等新零售样本的出现,引发了失业争论。但《报告》认为,新零售全渠道资源的打通,催生了大量就业岗位。目前在阿里巴巴新零售平台内,仅内容电商从业者已经超过100万人,还有电商主播、“淘女郎”,设计师、数据标签工、数据清洗、数据采集、拣货员等新型就业岗位被创造出来。2015年阿里零售平台就产生了直接就业1100万人,带动相关就业1900万人。

《报告》因此称,“新零售让潜在的消费者需求被不断挖掘和分析,这就意味着市场拥有了更多的商机,让大众创新、万众创业具备了快速发展的市场土壤,从而使新零售可以创造更多新的工作岗位。” (新华网)

零售企业加速触网 零售类小程序占比上升

传统零售企业正在通过小程序寻找更多的触网机会。9月12日,小程序统计平台阿拉丁发布8月微信小程序榜单,工具、零售、内容类小程序占比达54%,零售类和交易类小程序增长迅速,占比上升6%。在业内人士看来,零售类小程序未来的增长趋势或将超过工具类小程序,更多的零售企业正在将小程序作为触网工具。

根据阿拉丁数据监测显示,8月TOP100小程序中工具、零售、内容类小程序占比位居前三。工具类小程序和生活服务类小程序占比均呈现下降趋势,前者下降趋势较为明显达到9%,后者下降幅度较小为3%

并跌出了前三。与前两者相比,零售类小程序和泛娱乐类小程序占比呈现上升趋势,零售类小程序上升幅度最为明显达到了6%,泛娱乐类小程序上升3%。

在8月榜单中,生活服务与新零售共有9个小程序上榜,以传统零售企业为主,如骆驼官方商城、沃尔玛卡包、屈臣氏e卡、周黑鸭官方商城,尽管上述传统零售企业在榜单的位置较为靠后,但数量有所上升。在零售和生活服务类小程序中,垂直电商从第二季度的2个增加到5个,综合电商占到3个,零售、生活服务较二季度榜单增加了3个。报告显示,小程序提升了上述企业的原有运行效率,

未来预计会有更多生活服务与新零售小程序上榜。

尽管传统企业不断尝试小程序,互联网企业小程序占比仍有绝对优势。8月互联网企业在小程序中的占比达到78%,传统企业为22%。2017年二季度,互联网企业占比为75%,传统企业为21%,互联网企业的占比依旧高于传统企业。在中国电子商务研究中心主任曹磊看来,电商80%的交易在移动端完成,除App外,小程序正成为新的引流方式,电商企业接入小程序后,也节省了装机成本。同时,小程序更像是轻型的应用软件,不占内存,不用升级,方便用户使用。 (联商网)

1号店将与京东合并供应链

本报讯 日前,1号店宣布将与京东商城共享包括采购、营销、物流、服务在内的全供应链体系。

据了解,此次双方联合采购分为两个方面,一是两者的自营品牌将通过集约化采购,能降低成本,提升效率。二是1号店原有的第三方商家也可以同步入驻京东商城POP平台,实现多渠道发展,交一份服务费,双平台运营。

1号店相关负责人表示,与京东实现联合采购和供应链协同,并不表示1号店丧失了采购权,1

号店独立的采购体系保持不变,同时如果已经是京东供应商,可以直接使用京东的合同。在实现了联合采购和供应链协同之后,1号店的商品丰富度将大大提高,尤其是来自海外的进口商品品类将更加多样。同时,供应链的协同将提高物流效率,更快更便捷地为消费者服务。1号店的品牌将继续进行独立的差异化运营,紧抓都市女性消费主体,并为已有的1号店会员提供更多的福利,提升用户的购物体验。

今年5月份,1号店宣布进行品牌换新,对LOGO、APP和PC页面、会员体系等进行升级调整。此外,1号店在南京试点创新项目,针对不同地区的消费习惯和品牌认知度进行商品筛选和推荐,上线准时达服务等。

公开信息显示,1号店上线于2008年,开创了“网上超市”的先河,2016年6月京东宣布收购1号店。目前,1号店在线销售涵盖15个品类,超过1000万种商品。

本报讯 年轻消费新势力的崛起给便利店市场注入了活力。从苏果超市了解到,8月25日-9月11日期间,便利店鲜食销售同比增长100%以上。

苏果相关负责人表示,“竞争促进了便利店市场的繁荣。为满足市民需求,本月还将新推20款鲜食新品,给市民的一日三餐提供更多选择。此外,苏果继续加快便利店发展,本月还将新开16家好的便利店。”

鲜食对于消费者来说并不陌生。从2014年,定位为“24小时生活服务站”的苏果第三代“好的便利店”就推出了200种冷热鲜食,包括寿司、三明治、便当、咖啡、热蒸包、沙拉、关东煮等,满足年轻人的“一日三餐”需求,店内设立就餐区。同时,苏果“好的便利店”将核心功能进一步延伸,提供充值、缴费、快递、共享充电、O2O洗衣、美团外卖等多种便民服务。

与此同时,苏果早在7月初就对外宣布加快发展便利店,未来五年内南京市场达到1000家,总数达到1800家规模。如今,8月开11家,9月开设16家,五年内总数达到1800家的规模指日可待。

苏果相关负责人表示:“便利店是城市的毛细血管,按每3000人拥有一家便利店来计算,南京便利店市场还有不小的发展空间。近年来,由于消费模式的转型,碎片化、即时性、场景化的消费特点带动了便利店业态的繁荣发展,公司2015年就制定了便利店每年110家以上的发展规划,以及进一步巩固优势区域,填补市场空白,同时向省外重点城市扩张的发展战略。”

苏果九月再开十六家『好的便利店』