

2019年,我们要记住这10个零售小趋势

2019之后再无“新零售”,“新零售”将成为零售本身,而“有意识瞄准,无意识击发”将成为全零售行业共识。

最佳零售态度

“有意识瞄准,无意识击发”是射击技术的专业术语,讲的是在使用枪械进行射击时,缺口、准星、靶子中心三点一线,全神贯注地把精力集中于瞄准点上,在无意识的情况下扣动扳机,这样射击出去的子弹才会更有效地击中目标,达到“人枪合一”的境界。

在2018风云变幻的一年中,在资本和市场的喧嚣与狂热之后,越来越多的零售企业意识到:回归零售本质,聚焦主业才是正途。

对不少人来说,2019是充满不确定性的一年,2019年所处的局面会让更多人焦虑。但是,如果我们把视线放长一点,2019每一步都会像刚过去的2018一样,机遇与挑战,挫折与成长,交替或同时出现。

说到底,这是个价值回归的年代。在当前这种市场情况下,我们更应该努力寻找符合经济规律的价值增长,关注企业内生的价值增长,保持一种“有意识瞄准,无意识击发”的状态,全心全意聚焦于服务顾客,在无意识下把顾客体验做到极致,最大程



度地挖掘顾客的价值。

畅想2019零售,“新零售”将成为零售本身,而“有意识瞄准,无意识击发”必将成为全零售行业的共识:

1.更加注重顾客的体验,把顾客的体验做到极致,最大程度地去挖掘顾客的价值。

2.更加注重线上线下一体化,线上线下有机融合,到店到家协同发展。

3.更加注重数据的挖掘与分析,通过大数据驱动业务发展。

“有意识瞄准,无意识击发”不仅是一种态度,更是一种境界。

记住以下十件事:

1.展望2019年,我国消费市场作为经济增长第一拉动力的作用将更加突出,预计2019年社会消费品零售总额增长

9%左右。

2.2019年政府全年减税降费总规模将达到1.3万亿元以上,有效减轻了企业和个税负担,必将对商业发展产生积极且意义深远的影响。

3.《电子商务法》正式出台,电商企业的经营行为将更加趋于规范,竞争的焦点有望由价格战转向兼顾品质、服务等多个方面,但长远来看真正受益的反而会是头部电商企业。

4.线上线下正在加速融合,但产品与服务体验才是用户最看重的方面,是真正凝聚用户实现消费落地的关键。

5.流量红利结束后,从流量转为留量成为趋势,通过激发老客户,带来新客户,于是用户运营成了新零售标配。

6.数字化加快零售效率提升,数字化转型显现出提升流通效率的巨大潜力,数字化技术广泛应用为消费升级搭建高效和



高体验的消费链条。

商品数字化:大幅提升商品的触达性,同时可以让消费者更多参与到商品的设计环节。

场景数字化:打通商户和消费者信息,使需求可识别、可触达洞察服务,结合场景信息有效调配上游资源,提升消费链条的服务率。

体验数字化:消费者可充分了解信息、物流,另外还可通过VR与AR技术享受到更好的消费体验。

7.数据的巨大红利,其主要核心就是把经验主义的商业因果关系转化成可追溯、可视化、可复制的商业变量关系。

8.农村电商快速发展,广大农村无论是工业品需求,还是农产品供给,工农业产品的城乡贸易都存在巨大的市场空间。

9.阿里商业操作系统横空出世,将正式开始发力,市场集中度预计将加速。

从2016年至今,阿里巴巴的新零售布局已由单点爆发→联动成面→打通融合,形成了一个立体的“星系”,激发了新零售在多产业内的协同效应。并在近期阿里巴巴正式发布了阿里商业操作系统,要系统帮助全球零售业重构商业运营的11大要素。

阿里巴巴集团CEO张勇在演讲中指出,过去20年,在阿里巴巴经济体内部,包括购物、娱乐、本地生活服务等多元商业场景及其形成的数字化能力,与云计算等其他服务充分融合,已经形成独特的阿里巴巴商业操作系统。阿里商业操作系统是一种赋能,而不只是提供工具。工具只能解决局部问题,而系统解决系统问题。

横空出世的“商业操作系统”,是阿里认定的实现新零售的法宝。这个操作系统的诞生,既来自于阿里20年间电商业务的沉淀,也脱胎于这两年在新零售方向的探索。它的作用是让制造、销售、物流、金融等11项企业运营中的商业要素,全部都能在线化,进而数字化。

10.阿里巴巴、腾讯等知名互联网公司,纷纷调整组织架构,把业务经营重心从消费互联网转入产业互联网。

以上这十点是否引起你的足够重视?如果没有,请记住这些小趋势。(联商网)

北京24小时便利店少于上海?

小花是一个经常加班到深夜的人,每次深夜打车回家,她都会和跟师傅说“您就停在那个亮着灯的7-11那就行”。“小区的楼下,只有这么一家24小时便利店。”小花说,长年营业的便利店,就像是东野圭吾的《解忧杂货铺》一样的存在,“需要的时候,它总是在。”

其实,深夜便利店的选择并不特别丰富,饭团、关东煮、方便面、咖啡,这些就是进店的人最常买的东西,更让小花喜欢的,是几个陌生人坐在一桌子却不觉尴尬的气氛,“所以,有时候,即便不买东西,我也会在下车后先进店里转一转,似乎只有听了那声在夜里依旧有温度的‘你好,欢迎光临’后,我才有勇气哼着歌穿过黑漆漆的小区。”

凌晨的街角,温暖的灯光,热腾腾的便当和好看的饭团寿司,还有一杯冒着热气的饮料……对于深夜归家的“晚归人”来说,24小时便利店是一个有故事的地方,也是年轻人会关注的事物。

在知乎上,有一个问题叫做“北京的24小时便利店比上海少很多么?”,回答者超过了200

人。名为“孟章”的网友将“帝都”24小时便利店少于“魔都”的原因归纳为三个“半”:半年、半边和半天。半年,指的是北京冬季太冷,市民们都不愿意出门而是选择宅在家里;半边,指的是北京马路宽阔且中间有隔离带,所以只有半条路的生意;半天,则是说北京人的夜间消费习惯和上海有很大差距。

从数据上看,北京的便利店确实不如上海和广州。根据中国连锁经营协会发布的“中国城市便利店发展指数”显示,2017年,上海市便利店饱和度为3278,即每3278人就拥有一家便利店;广州市便利店饱和度为3076;而北京市便利店饱和度仅为9620。

不过,值得一提的是,这块“短板”正在补齐。以我所住的劲松潘家园一带为例,2017年,这个有着几十万居住人口的大社区,24小时便利店只有一家——7-11。而到了2018年,社区的24小时便利店已经超过5家,有本土,有外资。

我没有进过深夜12点的便利店,可我走过早上5点的便利店。我记得,那是3月份“倒春寒”的日子,时候太早,街边

的早餐摊点都还没开张,我只能到便利店去买份早点。推门而入,一句“欢迎光临”的问候,似乎立即隔绝了屋外的寒冷。令我惊讶的是,此时的店内已经坐了几位客人——几位身着工服的环卫工人。他们并没有消费,只是静静地坐在桌边,似乎要躲屋外的寒风,而工作人员也没有特别关注他们,而是在结账台做着自己的事情。这种“漠视”,让我颇为感怀。很多时候,人们需要的就是这种“漠视”背后的尊重。

当然,在我看来,正在补齐的“短板”仍有一个缺口,那就是区域分布不均。我的印象中,全城的24小时便利店集中在东北部,特别是东三环的三里屯、工体等人流聚集区,而西南部的24小时便利店则相对稀疏一些。所以,把区域不平衡的问题解决了,这块“短板”也就不是“短板”了。

深夜的城市,故事仍在发生。24小时便利店,就像是城市的补给站,既售卖食物,也售卖温暖。我们期待,每一座大城市里,都有更多温暖的地方,在深夜里为“晚归人”亮起灯光。(北京晚报)

家家悦济南保利中心店盛大开业

1月25日,家家悦济南保利中心店盛大开业,这是家家悦集团创新推出的首家生鲜市场,通过生鲜市集+超市+便民服务的业态组合,打造社区便民服务集聚综合平台。

家家悦济南保利中心店,位于济南市保利中心商业楼负一层,经营总面积近2000平米,整体规划分为超市区、集市区和便民服务区三大区域,超市区由家家悦集团独立经营,商品主要以杂货、食品、日化、针纺等快消日用类目,满足顾客的日常生活需求;集市区采取联营形式,以传统市集摊位模式,为社区居民提供生鲜食材、蔬菜水果、肉禽海产、杂粮鲜蛋等“菜篮子”商品;便民服务区为周边居民提供鲜花预定、美团外卖、法律咨询、旅游指导、衣物修补、干洗、理发等各种便民服务,以满足居民日常生活需求,便捷消费为目标,打造便民消费服务中心。

此次家家悦推出的生鲜市场,也是响应济南市政府“建设社区便民消费服务中心”的号召,以社区居民为主要服务对象,以满足社区居民基本生

活消费和便民、利民需求为目标,通过社区菜市场、便利店、便民服务的业态组合,满足不同消费群体的多样化需求。生鲜市场采用不同摊位独立经营、独立结算模式,家家悦集团统一规划设计、统一招租、统一管理,既保留了传统市场自主交易、经营灵活的特点,又加入了现代超市标准统一、管理规范的优势基因;同时,门店设立了专门的检测实验室,对经营商户的生鲜商品进行抽检,合格后才能进场交易,确保商品质量安全,这对那些习惯在菜市场买菜的顾客来说,无疑是一种更佳的选择。

随着当前消费升级和客群细分,零售行业正在经历经营模式和经营业态的变革,但是不论怎么变,最终目的都是为了实现人们更加舒适、便捷、美好的生活!家家悦济南保利中心店正是紧紧抓住了消费者的需求,通过把超市、生鲜市场、便民服务的各自优势进行整合,打造便民、利民、惠民的现代化服务平台,让广大居民的美好生活从家家悦开始。