

想要生存 就要做电商做不到的事

传统零售业如何破解电商重压

编译 年双渡

在每年一度的年底购物季中,无论是圣诞狂欢、“网络星期一”抢购,还是“黑五”血拼,大把囤货的

购物季电商唱主角

美国消费者在 2018 年的年底购物季创下了 6 年以来的零售新纪录,零售总额在 2018 年 11 月 1 日至 2018 年 12 月 24 日期间同比增长 5.1%,零售规模超过 8500 亿美元。

来自美国财经媒体 CNBC 的消息显示,美国线上网购零售业战绩更是惊人,创下了 25 亿笔订单。在感恩节前的星期三到黑色星期五之间,电商在线销售额同比增长了 26.4%。分析人士表示,美国股市低迷和政府部分关门并没有抑制消费者的购物信心和支出预算。相反,在线网购销售额的增长引领了整个年底购物的繁荣。

2018 年的“网络星期一”已成为美国历史上最大的网购日,线上销售额在一天之内达到 79 亿美元,而购物者在“黑色星期五”则花费了 62 亿美元。

相比之下,英国消费者在 2018 年年底购物季整体的剁手实力虽然并不如往年,但也很不错。据媒

传统零售举步维艰

与蒸蒸日上、势头迅猛的电商形成鲜明对比的,是传统实体零售的日渐没落。

回顾 2018 年的英美传统零售业,最令人唏嘘的是两家老店——玩具反斗城和西尔斯百货提出破产申请。而进入新的一年,英美传统零售面临的巨大挑战丝毫没有减弱。

《财富》杂志甚至报道称,作为影响几代美国人生活的零售业标杆,西尔斯的破产将成为电子商务推动零售行业转变产生的最大不幸。

不仅仅是个别的大型零售商,

中国模式或是未来

相较于欧美传统零售的关店潮,起步较晚的中国零售业则正在重构商业零售的新模式,探寻新的生存之道。

中国是世界上最大的电子商务市场,美国排名第二,而世界其他国家和地区的总和则占到全球线上销售额的 1/3。虽然欧美电商来势汹汹,但与中国“双十一”购物节相比,以上数字就有些不值一提了:仅阿里巴巴在 2018 年“双十一”当天就成交了 308 亿美元。

以《财富》杂志为代表的一批西方主流媒体认为,阿里巴巴和腾讯代表的中国科技巨头的模式,是全球商业的未来。无论是《财富》还是《福布斯》都认为,理解阿里巴巴和腾讯的投资及商业策略,以及它们向全球蔓延的影响力,对理解商

业至关重要。而在中国和美国,线上销售额占总销售的比例还一直在上涨。

体报道,2018 年 12 月 26 日,也就是节礼日(Boxing Day)当天,英国消费者共花费了约 47.5 亿英镑,其中 37.1 亿英镑来自实体店,10.4 亿英镑来自线上消费。尽管线上消费的数额不及实体店,但同比增长幅度却高达 20%。与此同时,出门上街购物的客流量下降了 6.2%,是近年来的最大降幅。

据 CNBC 报道,2017 年美国消费者在线上的消费高达 4530 亿美元。从全球范围来看,线上购物的需求潜力仍然非常大:欧洲的需求增长速度是实体销售的 10 倍;东南亚的电子商务市场也是飞速发展,仅 2017-2018 年,其市场规模就从 109 亿美元上升至 232 亿美元。

作为全球最大的电子商务市场的中国,2017 年的线上消费数字是美国的两倍还多,总计超过 1 万亿美元。同时,在中国和美国,线上销售额占总销售的比例还一直在上涨。

最近 3 年,美国服饰品牌 American Apparel、澳大利亚服饰品牌 QUIK-SILVER、美国最大连锁平价鞋店 Payless、美国女性服饰 NASTY GAL、美国高端牛仔品牌 TRUE RELIGION 等相继破产,对整个美国传统零售业的打击可想而知。2017 年,美国关闭的零售商店更是创下了历史新高。

而在美国之外,新加坡和英国的零售业同样状态低迷。在英国,2017 年有近 6000 家商店关闭,相当于每天有 16 家商店关门歇业。

业的未来发展至关重要。

其中,西方媒体重点关注的是以阿里为代表的线上线下实现同步增长的商业模式。这场发生在中国零售业变革,象征着未来的方向。

《巴伦周刊》也发表文章说,这种商业模式对中国线下消费者的数字化改造迅速而深入,且效果显著。

《财富》杂志的执行主编拉辛斯基认为,以阿里巴巴为代表的中国科技巨头,实现了大规模的跨部门协作,重构了零售业上下游的各个环节,而在这些方面,亚马逊和沃尔玛都相形见绌。新零售的核心理念,不应再把零售割裂成线上线下两个渠道,对于用户来说,它们应该是一个紧密联系和互动的有机整体。

与之形成鲜明对比的,是英美两国屡创历史新高的实体零售店的关店速度。这其中,开创了按目录订购的先河、被视为那个时代的“亚马逊”的美国零售业代表



回顾 2018 年的英美传统零售业,最令人唏嘘的是两家老店——玩具反斗城和西尔斯百货的提出破产申请。而进入新的一年,英美传统零售面临的巨大挑战丝毫没有减弱。 CNSPHOTO 提供

百思买逆袭意义非凡

如今,欧美传统零售面临的问题是,实体零售不敌运营方式更科学的沃尔玛、家得宝,而当公司试图进军线上零售时,又遭遇了亚马逊等电商巨头的全方位压制。

随着近几年电商的崛起,包括西尔斯在内的传统实体零售行业本就遭遇巨大的冲击,再加上其自身策略选择的失误,失去了大片富有竞争力的产品领域,增加了很多拖累公司发展的业务线,更令企业的生存发展雪上加霜。

这么看来,实体零售的未来着实令人担忧。

不过,就在西尔斯百货破产清算的前一刻,它提交了一份收购要约,似乎使这家已走到破产边缘的前美国零售业巨头有机会继续在 2019 年生存下去。

不过,一片哀鸿中的传统零售业仍不乏亮点——顶住亚马逊等电商冲击,创造出差异化战略优势的美国实体零售店百思买(Best Buy),或许可以给实体零售带来一些启示和一线希望。

2012 年前后,百思买遭遇亚马逊的冲击,包括百思买高管在内的许多人都认为,百思买快要倒闭了。然而,这种情况不仅没有发生,而且百思买还在接下来的几年里实现了翻盘。

《彭博商业周刊》在《百思买的逆袭》一文中分析了百思买的三大策略,第一大策略就是百思买解决了展厅困境并对实体店进行了电商化运营。

所谓的展厅困境就是光看不买,消费者在实体店体验商品,然后回家在亚马逊上下单。百思买的解决之道就是,宣布百思买商品

的价格将和亚马逊以及其他十多家电商平台的报价一致。这一决定虽然以牺牲百思买的利润为代价,但也极大地抵消了电商的价格优势,从亚马逊手中抢回了客户。

在电商化运营方面,百思买奉行的宗旨是——亚马逊有的,百思买都有;亚马逊没有的,百思买也要有。

要知道,亚马逊的王牌之一就是向消费者收取会员年费、免费送货的服务,而百思买不仅连年费都不收,还能做到多数网购商品都可以在两天内免费送达,跟亚马逊的速度一样快。不仅如此,百思买还整合了库存和相关的智能应用,消费者在网上下单后,既可以由百思买配送,也可以去实体店自提。这样既提高了配送效率,而且消费者也能尽快拿到货物。

百思买的第二个策略是为消费者提供上门服务——个人首席技术官服务(Personal Chief Technology Officers)。个人首席技术官的主要工作就是上门帮助消费者实施智能家居解决方案,或者帮助甚至教会消费者怎么更好地使用现有产品,且所有服务都是免费的。

这一服务并不是一次性的。百思买对上门工作人员的要求也非常明确——除了对产品具有极高的专业度之外,还不能让消费者有被推销产品的感觉。为此,百思买还规定,个人首席技术官只拿年薪不拿提成。

《彭博商业周刊》为此举了一个例子:一个消费者家中的电视机坏了,便联系百思买的个人首席技术官来维修。但经个人首席技术官

诊断后告诉该消费者,维修的费用都可以买一台新的电视机了。该消费者表示同意换新的同时询问新的电视机什么时候能送到,此时已经是 10 点了,而百思买个人首席技术官的回复是——11 点。

这个速度,可以说赶超了中国。作为美国最后一家全国连锁的传统电器巨头,百思买的成功逆袭代表的是传统零售业在时代的浪潮中重新定位的一种尝试。百思买从濒临倒闭到起死回生,要对抗的不仅仅是亚马逊,更重要的是在面临变革的时候如何实现自我颠覆。

正如百思买掌门人休伯特·乔利所说,传统零售要想和亚马逊竞争,就得做亚马逊做不到的事。

除了上述优势之外,百思买还有一点优势是亚马逊所没有的——超过 1000 家大型商店。一个有趣的趋势是,不少零售商正在扩展线下店面,像亚马逊就开设了大约 20 家实体店,以及至少 6 家亚马逊便利店,以及只上架在亚马逊网站上评级为 4 星商品的亚马逊 4 星商店。

虽然实体店的销售数据不像线上销售数据那么令人惊喜,但有证据表明,在实体店购物的消费者最终还是会从在线平台购买更多的东西。

可以看出,电子商务的重点和优势还是在收集数据上,开设实体店能够为这些科技巨头提供更多关于购物行为方面的数据,这就会帮助巨头们为线上和线下消费者提供更好的服务。

人工智能可以用在像 Alexa 这样的语音助理之中。电视公司将尝试通过使用人工智能来提高图像质量,而自动驾驶汽车则是为了使他们们的产品更安全、更高效。

(陈辰)

首次登顶全球市值最高公司 亚马逊会否重蹈西尔斯覆辙

1 月 7 日,美股收盘后,市值最高公司的位置再度发生变化。

成立了 24 年的美国电子商务巨头亚马逊股价上涨 3.44%,每股收于 1629.51 美元,再创 2018 年 12 月 13 日以来新高。公司市值达到 7968 亿美元,超越微软,首次登顶全球市值最高公司。

在过去的几年中,亚马逊的业务已扩展至诸多不同领域,但其核心仍然是电商业务。统计数据显示,亚马逊去年的销售总额占到美国电商销售总额的近半数,该公司大约 90% 的营收都来自于零售业务。而且亚马逊的电商业务仍有发展的空间,亚马逊目前的销售额只占美国零售总额的 5%。

此外,该公司一直在包括印度市场在内的其他市场进行大笔投资,并通过收购全食超市获取更多的实体店销售额。

在传统零售业黯然收场的同时,亚马逊却在开疆拓土,重登全球市值第一的宝座。大多数西方媒体给出的评论都是哀叹“旧王已死,新王当立”。

但《大西洋月刊》却刊登了一篇不一样的文章,从回顾亚马逊商业史的角度提出了一个非常独特的观点——亚马逊现在走的,就是 100 年前西尔斯百货崛起时走过的老路。想要了解亚马逊的发展和未来,看看西尔斯就可以了。

文章指出,西尔斯百货就是 100 年前的亚马逊。在今天很多人赞叹亚马逊模式的时候,西尔斯在 100 年前就已经做过一遍了。

那个时候,最快捷高效的信息交流渠道就是邮政系统,可以说那时的邮政系统就是互联网出现之前的“互联网”。也就是说,靠“目录订购”崛起的西尔斯正是借助了当时最前沿的科技,正如今天的亚马逊。

凭借对于用户需求的精准把握和高效运作,当西尔斯成为美国最大的邮购零售商之后,便开始不断拓展自己的商品种类,从留声机到汽车,从枪支到日用百货,它被称为那个时代的“万货商店”。而今天的亚马逊,也开始拥有了这个称呼。

在拥有了大量客户之后,西尔斯有了同制造商议价的能力,能够有效降低成本和零售价,并以此黏住客户,这也和今天的亚马逊非常相似。随后,西尔斯开始做线下实体店,仅在 1925 年到 1929 年的 4 年时间,西尔斯就在美国开出了 300 多家实体店。

总之,西尔斯的发展轨迹跟如今的亚马逊几乎一模一样。但最终,今天的西尔斯还是倒在了亚马逊的面前。

总结了西尔斯的崛起衰败之路,文章给亚马逊提出三条建议:首先,实体店和线上业务并不矛盾,不是此消彼长的关系。其次,在建立实体店的过程中,西尔斯走过的弯路是把店面设计成了很蓝领、很朴素的风格,但没想到消费者根本不买账,最后还是改成高端装修才赢得消费者的喜爱。而亚马逊的实体店,也曾被批评装修简陋不够高端。要知道,在这个时代,线上需要的是效率,线下追求的是体验。最后,文章指出,规模是优势也是负担。西尔斯最终完善了自己的产业链和一系列附属品牌,但与此同时也激起了其他品牌和供应商的不满。而亚马逊也正在不断成为各个领域的颠覆者,仍需要协调并处理好与其他竞争者和监管部门的关系。(蔡凡妮)

国际消费电子展开幕 5G 成为业内最大看点

国际消费电子展(CES)1月8日在美国拉斯维加斯开幕。

CES 是全球最大的消费技术产业的盛会,在本届展会上,除了物联网外,5G 和无人驾驶也成为大家关注的焦点,一些新零售领域的黑科技亦陆续亮相。

2019 年被称为 5G 商用元年,5G 自然成为本届 CES 的一大看点。移动芯片领头羊高通就表示,2019 年将有 30 多款基于 5G 的应用上市。高通总裁克里斯蒂安

诺·阿蒙指出,5G 将给人们带来全新的沉浸式体验,包括近乎即时的云接入、多人虚拟现实技术游戏、增强现实技术购物,以及即时视频协作等,全球已经为迎接 5G 智能手机的顶级体验做好了准备。

展会主办方、美国消费技术协会的市场研究副总裁史蒂夫·凯尼格将 5G 列为头号看点。他引用业界人士的话说:“我们过去 30 年将人连接起来,未来 30 年会将物连

接起来。”

如果说前四代移动通信可以让我们随时随地找到想要联系的人,那么 5G 则有望让你随时找到汽车、家居用品和城市设施,并使它们共同构成一个智能网络。

美国消费技术协会主席加里·夏皮罗说,5G 不仅让连接速度更快,还将让所有行业以前所未有的方式分析和分享数据。

在今年 CES 的参展商中,有 1000 余家中国科技公司,相比去年

减少了 20% 以上,不过在总共 4500 家参展商中,中国企业仍旧占据 1/4 以上,仅次于美国。其中,一些中国的电动车企业带来了自己的新产品,未来的电动汽车不仅能自动驾驶还能替人们安排好午饭吃什么。

拜腾智能互联汽车市场部副总裁亨利·文德斯表示,人工智能语音助手已经可以为家庭服务了,现在这样的体验也将扩展到智能汽车里,完美地嵌入出行生态圈

中,这是对汽车语音识别系统的完美应用,让语音识别的想像空间再上一层楼。

消费者技术协会主席盖瑞·夏培罗说:“人工智能是这次展会的明星,也是其他技术的材料。”

人工智能可以用在像 Alexa 这样的语音助理之中。电视公司将尝试通过使用人工智能来提高图像质量,而自动驾驶汽车则是为了使他们们的产品更安全、更高效。

(陈辰)

上海市江桥批发市场 1月8日蔬菜批发价 单位:元/公斤			
品名	价格	品名	价格
青菜	1.20	青大蒜	2.20
卷心菜	0.40	茄子	4.00
大白菜	0.65	圆椒	4.60
长白卜	0.90	菜玉米	3.80
土豆	2.40	芹菜	2.20
黄瓜	3.80	蘑菇	6.00
冬瓜	2.30	蒜苗	6.00
番茄	3.50	百合	11.50

数据提供:
上海蔬菜(集团)有限公司