

“

今年的“双12”又一次成为各商家短兵相接的战场。只不过，曾经这只是电商的独自狂欢，现在已经成为线上和线下商家的集体狂欢。

近两年来，以线上线下融合为特点的新零售业态在全国掀起风潮。一个值得注意的现象是：在海南，阿里巴巴、京东这样的电商巨头的触角正在逐渐伸向实体店——争抢线下“流量”。

今年9月28日，海口首家盒马鲜生入驻国贸商圈，生鲜、餐饮一体、悬挂链系统……很多人来盒马，就想看看阿里巴巴开的超市什么样。

对盒马鲜生的入驻倍加关注的，还有海口东方广场常务副总经理罗火霖。他强烈地感受到近年来零售业的巨变，从受到线上电商对业务的冲击、新购物中心对客流的分流，到如今新零售业态的崛起，他说：“传统百货公司，从未如此艰难！”做线上平台，做线下活动……他焦虑却感到无力，为“在零售赛道上弯道超车”辗转难眠。

《中共中央国务院关于支持海南全面深化改革开放的指导意见》要求，海南高标准布局建设具有国际影响力的大型消费商圈，完善“互联网+”消费生态体系，鼓励建设“智能店铺”“智慧商圈”。

“海南建设国际旅游消费中心，打造业态丰富、品牌聚集、环境舒适、特色鲜明的国际旅游消费胜地，无论是对新零售抢滩，还是对传统零售转型来说，无疑都是一次跨越式发展的新机遇。”罗火霖说。

融媒·延伸



扫一扫看H5产品  
无人便利店



什么是新零售  
新零售有什么特点  
是空有噱头的概念  
还是未来发展的必然  
走进这家无人便利店  
或许你能找到答案

扫一扫看视频  
新零售在海南



12月14日中午，在海口市国贸商圈某银行上班的符夏云打开了盒马鲜生的App，经过一番挑选，10分钟，点好了自己和同事的午餐。27分钟后，她收到了来自盒马鲜生加工好的海鲜，“味道好，食材也让人放心。”

“纯电商时代过去了，未来十年是线上、线下和物流结合在一起的新零售时代。”从阿里巴巴集团董事局主席马云提出“新零售”概念以来，新零售已经成为阿里巴巴的重要发展战略之一。

今年9月28日，海口首家盒马鲜生入驻国贸商圈。开业首日，一些市民到店购买新鲜的帝王蟹、波士顿龙虾，然后在现场加工尝鲜。而更多的市民，则是好奇，想看看曾经塑造中国电商版图的阿里巴巴如何打造实体店。

生鲜、餐饮一体、悬挂链系统、“自助收银”机……盒马鲜生给市民带来了很多的意想不到的。

曾经，在符夏云的观念中，超市应该像沃尔玛一样，规规矩矩在传统零售这个领域做卖场。她起初没明白，盒马鲜生为什么花费很大的精力做餐饮、做线上

## A 线上巨头为何逆向“掘金”实体店

电商发展的核心是用户流量,线上资源见顶,就需要挖掘线下的富矿

下单,以及周边三公里的配送,直到她第一次使用盒马鲜生的APP下单,“这种线上线下的融合,确实给我带来了更好的购物体验,它更便捷,同时也让我有了更丰富的选择。”

传统的零售行业是以“货”和“场”为中心的,新零售的核心是真正以“人”为中心。盒马鲜生相关负责人表示,盒马以消费者需求为导向,利用阿里巴巴的技术,重构了零售业态。

业内人士分析,线上巨头逆向“掘金”实体店,是因为电商发展的核心是用户流量,但随着流量红利的减弱,电商获取用户的成本增加,因此需要寻求新的发展模式——线上线下的融合。

寻求新发展模式的不只阿里巴巴,海口龙华路的京东便利店,红色的门店装修异常醒目。

“京东便利店不是加盟,而是合作。我们的模式在于升级改造传统小店,跟传统的连锁便利店有本质的不同。”京东集团便利店业务相关负责人在接受海南日报记者采访时表示,目前,京东便利店已经覆盖海南大部分市县。

该负责人介绍,产品层面,京东掌柜宝能为店主提供品类齐全、一站式购齐的订货体验。科技赋能层面,京东为店主提供了自主研发的智能门店管理系统,集商品管理、顾客管理和营销服务于一体,不仅有收银、收货、库存、会员、销售报表、促销管理等日常功能,还基于京东线上大数据优势,根据消费者画像给予门店智能补货、智能选品的支持,并与京东便利Go小程序打通,实现实体门店和京东便利Go数据、会员、库存一体化管理。

点评

海南大学经济与管理学院副院长刘家诚:不难发现,盒马鲜生、京东便利店的入驻有一个共同的特点——都有大数据的支撑。现在所说的新零售,是企业以互联网为依托,通过运用大数据、人工智能等先进技术手段并运用心理学等知识,对商品的生产、流通与销售过程进行升级改造,进而重塑业态结构与生态圈,并对线上服务、线下体验以及现代物流进行深度融合。新零售,更多程度上是一种“智能零售”。

## C 新零售打开“无边界”的想象

随着科技的变革,零售业不再细分为线上线下,而是把线上线下相融合,带给客户更好的购物体验

新零售带动的消费供给创新升级效应正在显现。

京东集团便利店业务相关负责人介绍,传统小店升级成京东便利店后,有的流水账可以翻倍甚至是翻十倍。

去年,我省颁发《海南省推动实体零售创新转型实施方案》,要求全省要调整业态结构,引导业态雷同、功能重叠、市场饱和度较高的购物中心、百货店、家居市场等业态及时调整经营结构,改变千店一面现象。同时,要鼓励有条件的实体零售企业利用现有商业设施,嵌入文化、动漫、自然、景观、服务等元素,将商业业态与物业形态和消费者参与、体验、感受融合,合理布局购物、书店、影院、休闲、娱乐、餐饮、美容、体育、健身等业态功能,发展与消费者“强链接”的多样化业态。

上海金融与法律研究院研究员、数字经济智库新零售研究中心主任傅蔚冈接受海南日报记者采访时指出,传统零售业应该意识到一个问题:有了技术支撑,才能在竞争中脱颖而出,要时刻把握住时代的脉搏,给用户带来更好的体验,才能突围。而新零售应该意识到它也存在野蛮生长问题,需要一段时间才能实现协同发展。“从历史的维度我们可以了解到,不同的技术条件会涌现不同的零售形式,不同的零售形式会涌现代表性的公司。随着科技的变革,零售业不再细分为线上线下,而是把线上线下相融合,带给客户更好的购物体验。”

海南大学经济与管理学院副院长刘家诚表示,由于传统零售如传统百货、传统“夫妻店”小卖部,更具有人情味,也能给消费者带来丰富的消费体验,因此仍会保持一定的生命力。新零售会和柜台零售、传统商超、百货商场在一段时间内共存共生,但新零售很快会占绝大市场份额。

新零售在“摸着石头过河”,传统零售业逆境转型,两者可以互为优势,融合发展,最终给消费者更好的购物体验。

(本报海口12月17日讯)

# 新旧零售的博弈

■ 本报记者 傅人意



无人超市商品都贴着芯片,顾客结账时系统通过自动识别来扣款。本报记者 袁琛 摄

## B 传统零售企业如何寻求“新赛道”

融入技术变革,做好自身商场的服务,才能实现新零售升级

“海口传统百货的高层变动频繁,原因是近几年业绩没有起色。因为业绩,我经常睡不好。”罗火霖分析,传统百货经营三大难:一是一般位于老城区,场地面积受限,无法扩大经营业务。二是客流被新购物中心、电商分流,挖掘新客户动力不足。三是面对电商给出的价格红利,百货没有价格优势。“总之,坐着收租、客人自动上门的传统零售业的黄金时代过去了。”

作为传统百货的负责人,罗火霖一直保持对商业世界的观察和敏感。他在杭州考察银泰百货时发现,银泰百货已引进AR技术,消费者可以通过机器自助搭配衣服,机器还会给出专业意见,提供多种搭配方式。

“我认为,新零售是零售业发展的必然趋势。”罗火霖说,商业模式和人的身体一样,需要“阴阳结合”,虚实结合,电商无法脱离实体,实体应该融入电商“因子”,才能掌

控新零售模式。

但是想在新零售“赛道”上弯道超车并不容易。罗火霖介绍,早些年,东方广场已开发线上平台“东方商场”,但是运作效果很差。和海口友谊商场、明珠百货等其他传统百货商场一样,线上平台仅局限于微信公众号,专注于培养客户黏性和打折促销的一些宣传,真正达到电商销售效果的微乎其微。

罗火霖说,在海南,很多传统百货商场运营模式均为地产模式,即品牌商入驻商场,由商场提供物业服务,再由品牌商和商场双方分成。“商场不掌握库存量,对品牌没议价权,打折促销时力度没有电商有优势。”

罗火霖认为,无论新零售如何更迭变迁,最终都是一个指向:让消费者的体验更好,更丰富。接下来,东方广场将在会员服务上更细致、在商场场景体验上布置得更贴心,让传统百货更具温度 and 人情味。

点评

上海金融与法律研究院研究员、数字经济智库新零售研究中心主任傅蔚冈:传统的百货公司想通过开发APP进行“线上+线下”的融合发展是很难的,成本十分昂贵,且线下的客流未必能引到线上。只有融入技术变革,做好自身商场的服务,才能实现新零售升级。

目前市场上涌现的无人超市,最核心的不是“无人”,而是需要考虑消费者在什么情况下需要“无人”经营。无人超市不能陷入“秀科技”的漩涡,而是要利用科技提高运营效率。比如上海出现自助面条机,它紧紧抓住用户几个需求:出面快、等待时间短,因此比较受市场欢迎。无人超市如果和传统的“夫妻店”小卖部对比,“夫妻店”更有温度,更有人情味。像目前的京东便利店、无人超市,均可以成为传统超市升级改造的“帮手”。

用,阿里巴巴也已推出“淘咖啡”无人便利店。

“这些无人便利店背后有很强的资本支撑。我们不是一个量级的,但是其商业模式我们一直在摸索借鉴。”陶永坤说,无人超市的核心不是无人,我们更愿意把这种新型的超市称为“智能超市”。

陶永坤以无人超市和传统超市,“夫妻店”小卖部做了一个对比:后者的瓶颈是产品同质化、库存量高、进货慢、人工成本高。“你在小区附近的小卖部看看,产品大同小异。但是无人超市经过大数据后台分析,可以精准发现,在海口海甸二东路和在海南四东路的社群人口,对‘椰树豆奶’的需求都不一样,前者销量第一,后者排名在第五以下。根据这种差异化,我们可以及时补货,进行精准化销售。”

但是,无人超市的运营也遇到了难题。去年由于选址不当,经营困难,陶永坤将一家位于新城吾悦广场的无人超市关闭。

“无人超市背后需要大数据支撑,其成本

高昂,很烧钱。”陶永坤说,比如每个商品都贴一个RFID芯片,顾客结账时系统自动识别芯片从而扣款。“一个RFID标签就要5毛钱,这就不适合20元以下的商品。”

在供应链方面,“竺”无人超市目前拥有500个供应商,但是供应商多位于外地,物流成本十分高昂。

尽管在资金上遇到难题,陶永坤在这一年里还是拒绝了3家资本抛来的“橄榄枝”。“我们还没有搞清楚整个模式,还没有底气去大规模融资。”陶永坤说。

陶永坤说,目前,无人超市一天的营业额是2000元左右,相比于一般的便利店要略低,但是毛利率较高。未来,从商业角度来看,无人超市瞄准的应该是节省人力、提高购物体验以及可复制规模化的目标,只有这样才能实现真正的盈利。“未来我们希望成为一个平台公司,可以借助我们的技术、供应链帮助更多传统的小卖部、超市升级。”

### 传统百货的焦虑 “从未如此艰难”

盒马鲜生开业那天,罗火霖跑到门店买了99元/斤的波士顿大龙虾。罗火霖说,盒马鲜生吸引了很多年轻的消费者,它身上具备了“新、奇、特”的特质。他也曾想过,能否将这样的新零售业态引入东方广场,开发一些新的客流。

这几年,他强烈感受到零售业的巨变。对于东方广场自身的运营,他用一句话来形容:“从未如此艰难!”传统商场70%以上是服装类产品,加上目前海口不断崛起新的购物中心,传统百货生存压力十分大。“消费者的偏好已经发生了明显的变化。年轻人不可能专门为了买衣服而来逛街,集电影、书吧、美食街等为一体的购物中心更有吸引力。”

### 无人超市的困惑 “仍在寻找能存活下来的商业模式”

去年以来,海口有度科技公司联合创始人陶永坤在海南海口、澄迈创办了5家“竺”无人超市。刚开业时,无人超市受到诸多媒体的关注,“但是我们危机感一直非常强,也不认为无人超市是多么先进的东西,我们仍在寻找能够存活下来的商业模式。”

海南日报记者来到一家位于海口市海甸四东路鹏辉广场的“竺”无人超市内进行购物体验。超市约30平方米,是一个密闭可移动的棚区。一对年轻的外国夫妇买单时拿出手机刷二维码即完成支付,全程购物只需1分钟。在超市的角落,有一个类似摄像头的数据分析器,可以将消费者的身高、年龄、消费喜好收集并进行后期分析。

在国内,目前已有很多企业涉足无人便利店,其中缤果盒子等无人便利店已进入商

总策划  
曹健 蔡潇 陈成智

执行总监  
齐松梅 许世立

版面设计  
张昕

H5设计制作  
动画剪辑  
杨微

视频拍摄  
袁琛

视频剪辑  
李玮亮

实习生  
符慧