

2016, 商业向哪儿看



商圈共享经济可实现客流提纯

西单大悦城总经理 沈新文

资源整合已是零售业的共同命题,品牌商可以在营销层面帮助项目节约平台搭建、运用、推广的时间和开发成本。严酷的商业环境要求应以商圈为基础,发挥合力。实现商业、酒店公寓、联通银行等多平台的组合和客流共享,强化平台价值。实体零售行业从单纯的卖产品、卖质量、卖服务的传统模式,向体验式消费思维转变。转型的关键不仅是线上线下融合,更重要的是与“商圈本地化服务”结合。



品牌保鲜是关键

北京赛特奥莱总经理 乔宇

奥特莱斯是舶来品,但已经加入了中国特色元素发展成为奥莱业态。奥特莱斯运筹帷幄的最关键条件仍在于把握核心品牌。在给消费者带来更好购物体验感受后,品牌依然是奥特莱斯运营中的一张王牌。尽管奥特莱斯近年在逐渐淡化“奢侈品+折扣”概念,但这部分品牌仍然至关重要。同时,消费者对奥特莱斯的需求呈现多元化,基于这种消费形式,除了有品牌做保障外,奥特莱斯还需要以复合型发展模式给消费者带来新感受。



优秀商业平台能改变商圈

北京国华置业公司董事长 房超

商业地产目前在“量”上已有了飞跃,但在“质”上没有太多提升。消费需求、习惯、结构的变化,让传统商业面临很大挑战,尤其对于集合强势品牌的高端商业来说调整难度更大。供方平台发生变化后需重新诠释商业内涵,商业终极目标应该是“打造和引领生活方式”。同时,电商的兴起要求实体商业的供方平台不断发生变化,也鞭策经营者不断思考如何提升平台,通过平台改变整个商圈,引导消费者的习惯,改变消费者的感受。



传统零售转型要靠金融渠道

每克拉美创始人 郝毅

今年是国内钻石卖场“划分势力范围”的重要一年,线下布局直接影响品牌的市场地位,而供应链金融则为企业打造一个“生态圈”,为企业发展准备充足的“弹药”。对于资金密集型黄金钻石行业而言,上下游服务商需要较大的资金支持,而供应链金融已成为行业发展的新方向。

目前钻石行业多家企业已开始涉足金融领域,在互联网浪潮下,钻石卖场显然也已经到了变革期。



利用平台提高议价能力

步步高董事长 王填

海外采购不比在国内做生意,单兵作战发挥不了优势,成本价下不去,购买价就不会低。为了满足中国消费者对优质海外商品的需求,我们必须成立联合平台,去平等、专业地与世界对话。全球联采众筹平台的建立为行业缔造一个共享资源、共享市场、共赢市场的全球供应链联盟。通过统一订货,提高平台与海外供应商的议价能力,实现产品线优化与采购成本控制,进而有效推进供应链金融等体系建设,最终实现成员企业盈利规模的整体提升。



不要走“+互联网”错路

京东副总裁 邓天卓

传统企业互联网思维有两种:“互联网+”和“+互联网”。“互联网+”是用结构的思路重新设计方案链接供给和需求。“+互联网”代表工具思维,把互联网当成工具,充分发挥原来自己的优势。但“+互联网”没有根本打破格局重新把握供给需求,“互联网+”才是真正的趋势。作为今年京东打造的O2O服务平台,京东到家利用京东物流和社会化物流结合,整合各类O2O生活类目,为用户提供3公里范围内生鲜、超市产品、鲜花、外卖送餐等各类生活服务项目。



跨境电商增长靠非标品

洋码头创始人兼CEO 曾碧波

跨境电商当前的主要矛盾是国内消费者日趋多元化的需求与大量海外商品不能进入国内市场之间的矛盾。不过,部分跨境电商还停留在主打标品、爆款的竞争层面,长远来看,这样的平台将会面临增长乏力的困境。

加码非标品将成为跨境电商未来发展的趋势之一。移动互联网的社区属性则可以帮助消费者发现更多的海外非标商品,将跨境电商与移动社区有机整合,是跨境电商未来几年发展的重要特征。



互联网模式打通传统医疗痛点

1药网联合创始人 于刚

为了构建完整的互联网医药生态健康体系,1药网正在积极地与各方合作,探索用互联网打通传统医疗的各个痛点。与同仁堂开展的战略合作中,不仅接入同仁堂的优良产品,开设中医品牌馆,也接入了同仁堂线下的中医药师资源,为消费者提供整套专业医疗健康解决方案。

此外,在就医端,我们与趣医网展开合作。在支付端,我们也正在与泰康在线洽谈后续合作,探讨保险业务如何与医药进行紧密关联。



北京商圈面临多层转型

北京工商大学经济研究所所长 洪涛

北京商圈经历了“少商圈-多商圈-均衡商圈-向五环及周边辐射商圈”,目前基本上已经改变过去“东重西轻、北重南轻、内重外轻”的商圈状况,而且“消费的内轻外重”现象开始出现,从而引发“城市空心化现象”。当前北京零售业面临转型发展,具体表现为:增长方式转型、服务质量转型、业态转型、体验型业态、O2O业态融合等。这些也是百货店转型发展的方向,特别是增强体验性创新业态的调整。



电商巨头烧钱布局产业链

中国电子商务研究中心主任 曹磊

阿里、京东等电商巨头作为平台,具有较好的延展性和平台属性,它们今年广撒网,大规模投资创业项目,项目涉及线上线下和产业链的前后端。这样做既规避了有潜力项目被竞争对手收购的风险,也避免有潜力项目在自身发展不够完善的领域做出成绩,从而成为竞争对手。除了小部分资本投资外,更多的属于战略投资,是对线上线下业务进行补充。但这种做法弊端也非常明显:非常烧钱,只适合不差钱的巨头。