

2017年商界风云录

“商改写”一线城市百货探索新出路

转型

▶ 事件:
除了加码体验和社交元素,“商改写”模式成为一线城市商业转型的不可不提的关键词。就北京市场而言,5月,中粮广场C座由商业改造为写字楼后重启揭幕;7月初,原华堂商场十里堡店已经挂出办公招商的横幅,转型写字楼的消息靴子落地;太阳宫百盛如今即将成为北京中融信托广场;在最新的消息当中,王府井商圈的银泰in88和淘汇新天两大商业项目也在多年调整乏力后,筹备部分转型写字楼。

▶ 解读:
“商改写”主要集中在北京、上海等对写字楼有需求的一线城市,二线城市还不多。多个项目连续相同的路径进行改造也引来业内的大量关注。对于一线城市而言,商业经营竞争日益激烈,调整至办公楼迎合办公需求是相对适合的方向。从投资来说,商改写是一笔比较清晰、稳健的投资。在一线城市核心区域,商业地产项目的经营意义不大,而更多的要改造成为写字楼市场,这也是实现楼宇经营效益最大化的导向。

北京华联BHG易主 高端精品超市路坎坷

▶ 事件:
2017年6月,北京华联综合超市股份有限公司以2.94亿元将持有的北京华联精品超市(BHG)100%的股权转让给凯大百川。华联综超认为,高级超市这类业态对商圈要求严格、客层狭窄、店铺布局受限,未来的发展空间有限,以后将集中资源发展社区生活超市。华联精品超市是华联综超旗下针对中高消费群体的精品超市品牌,以经营进口食品和优质生鲜为主,截至2017年6月在北京共有15家店。

▶ 解读:
BHG曾是京城最具代表性的高端精品超市品牌,一线明星、社会名流曾是位于SKP的BHG常客。但是,BHG没有像SKP一样,保持在高端消费渠道的先发优势。BHG持续亏损并遭转卖的境遇,令市场对精品超市这一业态的发展再度存疑。尽管北京已经成为万亿元消费规模的城市,但高端精品超市依然数量不多。海淘和跨境电商的兴起都对以高端、进口商品为主的精品超市带来了打击。

BATJ的战场已经从互联网领域过招,蔓延到大手笔购入传统零售企业。这让转型中的中国零售业面临新生,但这又注定是一个阵痛的过程。互联网裹挟着新业态不断破土,而另一方面传统商业也在由内而外寻求自立。所以,2017年,在中国零售业注定是不平凡的一年,很难用一两个词去概括动荡、阵痛、新生中的零售业。我们试图通过大事件的蒙太奇方式,放一场零售业大片。

断腕

饿了么收购百度外卖 订餐平台双雄争霸

整合

▶ 事件:
8月24日,饿了么收购百度外卖,而阿里为此次饿了么收购百度外卖提供了融资支持,收购达成后,百度外卖将暂时保持独立运营,高层及公司架构不变,此次收购也并未涉及之前备受关注的百度糯米,而饿了么与百度外卖合作达成后未来的发展规划也终于浮出水面。饿了么CEO张旭豪在内部会议上表示,百度外卖自创立就以走高端路线的差异化定位和自建配送的模式进入市场,为行业发展提供了新思路。

▶ 解读:
此次收购是外卖行业的一重磅炸弹,饿了么与百度外卖收购事宜的尘埃落定意味着外卖行业“三巨头”时代的结束,从而转变为饿了么与美团之间的战争。同时也是外卖经过烧钱期后的一次妥协。
外卖行业几大巨头经过多次调整,将资源整合也是一大趋势。分析认为,饿了么与百度外卖的合并一定会涉及到多方资源的调整,以及人事上的变动,也会影响到处于成长期的其他平台。

中国商业地产联盟秘书长王永平: 线上线下融合是大势所趋

线上线下的融合是2017年商业领域的一大趋势,以往二者的融合更多停留在概念和共识上,并且以线下向线上融合为主,但今年的趋势是线上主导线下的融合,相比前者力度更大,涉及融资额也更多,这些变化是前几年没有出现的。
谁来主导线上线下的融合不重要,因为外界很难摸清二者的联系。从可能性角度看,线上商业主导线下商业是比较可行的,因为线上的资本力量强大,且这些资本在线下商业的融合期会更加宽容。比如,线上互联网企业将线下收购后,如果前两年不挣钱,可以对资本方解释称,行业间需要在流量上竞争,但线下整合线上亏损两年,资本方就难以接受。
不过,现阶段二者的整合会出现很多问题,如线上运营人员对线下精细化管理模式不熟悉,也缺乏足够的耐心,线上商业更加注重模式、资本和流量。这会导致线上线下的融合达不到预期。
实体商业的互联网化会是未来的一大趋势,而现阶段几大线上巨头整合情况的成败,将会对整个行业的整合带来重大影响。

政策

新政过渡期再延 跨境行业继续狂奔

▶ 事件:
政策松绑,跨境电商发展再度提速。9月20日,跨境电商零售进口监管过渡期政策二次延期,从2017年底延长至2018年底。而在此之前,该政策已于2016年11月有过一次延期。此外,今年12月7日,商务部发布信息称,自2018年1月1日起,跨境电商零售进口监管过渡期政策适用范围,从原本的10个试点城市变为15个,新增合肥、成都、大连、青岛和苏州5个城市,也为跨境电商提供了更多的保税备货口岸选择。

▶ 解读:
“4·8”新政以来,针对跨境电商的宏观政策一直不断调整。政策呈现收紧态势时,从事零售进口的跨境电商平台中的大量商品被拒于海关之外,跨境电商行业进入“熔断”状态;正面清单以及跨境电商零售进口监管的政策松绑,让巨大消费推动下的跨境电商行业热浪再度袭来。
跨境电商接连迎来政策利好,意味着对跨境电商零售进口的监管从初期的尝试逐渐向系统化与成熟化的方向转变。

入股高鑫零售 阿里“鲸吞”线下商业

并购

▶ 事件:
11月20日,阿里巴巴集团、欧尚零售、润泰集团达成新零售战略合作,阿里投入约224亿港元收购高鑫零售36.16%股权,十几天后,阿里再度出手,拟全面收购高鑫零售已发行股份。今年以来,阿里新零售探索步伐明显提速。从2月起,就先后以战略合作、入股等方式,与上海百联集团、联华超市、新华都等传统零售达成联手。此外,今年5月,阿里还完成了银泰私有化,更早之前,还入股了苏宁云商和三江购物。

▶ 解读:
在收购高鑫零售之后,甚至已经有人把阿里形容为国内最大的线下零售商,这一方面反映出阿里的布局策略,同时也让人们窥见了未来商业的一角。
阿里一直在弱化“电商”的概念全力加码新零售。作为线上零售巨头之一,阿里的转型也带动了更多电商乃至线下零售企业开启变革的积极性。对阿里来说,需要在百货领域找到新的试验田,而百货企业则有希望在整体环境低迷的大背景下,找到逆袭契机。

中国社科院财经战略研究院主任李勇坚: 线上服务消费拉升电商增长率

2017年中国电商销售增长率触底回升,目前统计数据显示,今年电商增长率是33%左右,超过业内预期。线上服务消费增长带动电商增长率回暖,得益于中国电商市场的超前布局。生活服务O2O在“大浪淘沙”之后,存活的平台逐渐掌握用户的消费特点,服务也趋于精细化。
2017年是电商发展的转折点,电商增长率提升,也在于线上线下融合发展。在此之前,互联网、电商界希望可以“颠覆”实体零售;在2017年互联网、电商与实体零售的交集是“合作”。电商在用户数据管理、供应链管理等方面具有优势,但这一优势更适用于实体店的升级。虽然“融合”早有耳闻,但2017年才是电商、实体真正付诸行动的一年。无论是阿里入股高鑫零售,还是腾讯重金入股永辉超市旗下生鲜超市超级物种,电商、实体巨头间的融合有了实质性的进展。同时,融合也衍生出很多新的业态。
未来几年,电商发展或许会触到天花板,电商巨头意识到线上的资源挖掘进入瓶颈后,寻找可以合作的实体零售企业就成为趋势。

入局

香港置地落子内地 有望提升王府井定位

▶ 事件:
王府井是在国际市场运营多家高端零售店的香港置地在北京的首个项目,11月28日开始试营业。该项目为王府井高端商业体系,在全部入驻品牌当中,王府井分为奢侈品牌、时尚品牌、生活与健康品牌以及餐饮品牌等。引进30多家全品牌旗舰店,并将北京文化融入香港消费体验之中。2017年以来香港置地在内地市场的投资份额明显加大,截至6月底,香港置地在内地已布局北京、上海、南京等重点一二线城市。

▶ 解读:
香港置地为香港知名物业投资、管理及发展的上市集团,业务主要集中于中国香港及新加坡,涉及优质写字楼、高档零售物业。作为王府井品牌的新丁,王府井的高端定位无疑为王府井商圈高端属性添砖加瓦,有望改写北京高端商业的发展。就整体市场来看,在零售市场主攻高端的香港置地不断加码内地市场,也表明内地一线城市和重点二线城市高端商业的市场仍有或者趋于成熟。

腾讯入股永辉 互联网巨头掘金实体零售

输出

▶ 事件:
12月16日,腾讯以8.81元/股的价格收购永辉超市5%股权,拟对永辉子公司“永辉云创”进行增资,拟取得永辉云创在增资完成后15%股权。这距离阿里入股高鑫零售仅过半月。从2017年上半年经营情况看,高鑫零售以营收540.8亿元排名国内商超首位,永辉超市以283.17亿元位居第二。永辉云创孵化的新零售项目超级物种一直被视为与阿里盒马鲜生的对标项目。超级物种与盒马鲜生在全国落地超20家店。

▶ 解读:
互联网巨头主导的新零售阵营初步显现。在“新零售”角逐中,此前一直是阿里、京东大打对手戏,但腾讯动作却显得相对迟缓。
不过,腾讯目前已经是京东的第一大股东,而京东早在2015年就入股永辉。此次腾讯入股永辉,不可否认会形成“京腾”阵营,并与阿里新零售阵营形成正面对垒。同时,在经过自建电商碰壁、经营模式固化等问题后,大部分实体零售商也在寻求第三方互联网企业的赋能改造。

中国国际贸易促进委员会国际贸易研究部主任赵萍: 深挖社区商业 加速扩充新业态

纵观2017年商业发展态势,热点事件主要集中在四个方面。首先,诸如无人便利店等形式的无人零售开始出现。其次,实体零售业整体实现回暖。一些创新力度比较大、调整速度比较快的企业在今明显已经开始好转。这也说明国家在实体经济这方面相关举措落地之后稳定的效果,验证了实体零售业未来并不会被取代。
另外,电商与实体店之间的融合。无论是阿里的盒马鲜生还是京东第四次零售革命的提出,都说明了线上线下融合已经是大势所趋。最后,社区商业开始深耕。此外,小业态逐渐成为线上线下共同关注的业态形式,尤其是社区小业态。越来越多的电商、实体零售业以及快递公司都开始瞄准社区便利店。同样,2017年整体商业发展趋势也与热点事件密不可分。今年商业领域最重要的特点就是线上线下开始深度融合。以往零售业大都停留在线上线下互补的状态,如今线上对线下的整合已经开始注重店铺数据化,打通线上线下零售模式,实体店对于线上的探索已经不止于App。

联手

腾讯京东唯品会合作 电商现“双寡头”

▶ 事件:
12月18日,腾讯、京东和唯品会达成合作。腾讯、京东向唯品会投资总计约8.63亿美元,分别持有7%和5.5%股份。交易完成后,唯品会董事长兼首席执行官沈亚仍保持绝对控股。此外,腾讯和京东还分别与唯品会达成了战略合作协议。腾讯会在微信钱包界面给予唯品会入口;京东则在手机App主界面和微信购物一级入口主界面接入唯品会;唯品会则会与京东在品牌联盟合作、流量联盟合作等方面寻求共赢。

▶ 解读:
腾讯、京东、唯品会三方联手的影响力无异于此前阿里入股苏宁时引发的“星球碰撞”,这也意味着腾讯、京东、唯品会的“三军会师”,确立了电商双寡头格局。
人口红利消退,曾经的PC端用户逐渐转向移动端,种种因素促使了腾讯、京东、唯品会的合作达成。在当前的市场环境下,老牌的电商企业想要取得进一步的发展,总避免不了如何打破流量瓶颈的话题,而“京腾会”的合作方式,或许正是一种答案。

“超市+餐饮”频现 零售创新还是复制

试水

▶ 事件:
盒马鲜生这一“四不像”业态横空出世,随后超级物种、海物会、鲜食演义等“超市+餐饮”的体验式业态在2017年迎来了爆发,并被统一归入新零售概念,吸引了传统实体零售商、互联网巨头的纷纷尝试。新业态对传统零售带来的成效也已经有所体现。以步步高搭载鲜食演义的新门店为例,门店销售额、客单量方面均有25%-30%的提升。联华精选调整后的“超市+餐饮+社交”混合业态也使营业额同比增长20%以上。

▶ 解读:
实体零售的客流被电商分流。新零售通过餐饮等高黏度的消费场景以及丰富的体验,再次吸引顾客回归。
有分析认为,过去,传统卖场之间的竞争主要在于比拼品类全、价格底,对于顾客来说多是一次性购物场所,缺乏粘性和吸引用户停留的特质,现在卖场转型的趋势已经倾向于去打造满足中老年、中高低客群多层次需求的综合性生活空间。“零售+服务”会成为未来的主流业态。

物流企业集体上市 扩展综合业务寻增量

▶ 事件:
2017年,处于第一梯队的民营物流企业悉数完成上市,拥抱资本市场则是物流企业构建完整物流网络的外在表现。2017年,物流企业的巨头们或是完成上市,或是距离上市仅一步之遥,先是韵达和顺丰借壳在深圳证券交易所上市,随后百世赴美敲钟。自此,物流行业中占据半壁江山的民营物流企业悉数完成上市,拥抱资本市场。12月,已经筹备上市近三年的德邦几周折也已经获得证监会批准,即将登陆A股。

▶ 解读:
资本成为物流企业优化配置并取得市场竞争优势的供给资源。大型物流企业均在向综合性物流企业转型,持续扩大现有的业务领域和网络范围,同时抢占市场先机并扩大市场份额,找到新的增量空间。
随着物流资源向行业巨头倾斜,大型物流企业会不断拓展业务的覆盖范围,并依托资本的支持加速开拓市场,以提供单一服务为切入点向提供综合服务转型。

资本

北京商报记者 吴文治 陈克远 郭白玉 赵述评 王维涛 陈韵哲 徐天悦 魏蕊 实习记者 刘卓澜