数字蝶变中的苏宁易购

1月15日，在2021北京商业品牌大会暨2020年度(第十六届)北京十大商业品牌评选揭晓活动上，58个品牌分别问鼎北京十大商业品牌、北京十大商业品牌评选-防疫保障、北京十大商业品牌评选-扶贫攻坚以及2020年度北京商业创新优秀样本。其中苏宁易购作为线上线下融合的优秀品牌代表，再次摘得北京十大商业品牌大奖。

本届北京十大商业品牌评选活动围绕“数字驱动·品牌蝶变”主题展开，这与苏宁易购多年来的数字蝶变经历不谋而合。

在苏宁30年的发展历程中，张近东始终坚守实体经济，依托自身实体基因成功转型互联网，探索出线上线下融合的发展路径，并在物流、科技、互联网门店等方面夯实基础设施建设，输出智慧零售解决方案，推动行业上下游变革，成为坚守实业、服务行业的“零售服务商”代表。

坚守实体拥抱互联网，企业创新转型的“苏宁模式”

30年来，苏宁从空调专营起家，经历连锁零售转型，到2009年成为家电连锁头部企业。彼时的张近东预见到互联网变革将成为大势所趋，随后坚定地带领苏宁走上触网升级的道路，并率先提出“沃尔玛+亚马逊”的发展模式。

“未来的零售企业不独在线下或者线上，一定是线上线下融合的模式。”出于对未来趋势的判断，张近东认为新技术带来的不仅仅是零售格局的重构，随着技术的下沉，行业必将回归到用户的消费体验上。因此他从未放弃线下的实体门店，而是在拓展线上的同时，把握零售本质，不断以互联网技术丰富线下消费场景资源，构建了以用户需求为核心的全场景智慧零售生态圈。

进入场景零售时代，人们对消费的关注重点从价格向体验转移。这时的苏宁已经将线上线下业务融合打通，从三万亿的家电3C市场进入到了三十万亿规模的大消费品市场，实现从线上到线下，从城市到乡镇的覆盖。到2020年底，苏宁在全国拥有各类互联网门店超1万家，落地物流基地62座，链接品牌制造商4万多家，各类技术人才超2万人。仅2020年，苏宁各类创新业务快速发展，苏宁零售云新开门店2700多家，家乐福到家业务销售规模同比增长30%。

数字赋能实业，“零售服务商”的新时代社会责任

如果说在十年前转型互联网的企业是抓住了时代的机遇，那么在当下这个创新密集和产业变革的时代，企业面对的则是如何坚守主业，抓住数字机遇赢得未来的新命题。张近东认为，就零售行业而言，推动商品流通的基础设施建设、开展服务用户的前端渠道创新是新时代下扎根实业的关键所在。

张近东曾表示，在推动新旧动能的转换中，企业的数字化转型与建设，是突破发展瓶颈的重要路径。只有掌握了数字化经营管理的能力，才有机会参与到新一轮的市场大潮中去。

在30周年之际官宣了“零售服务商”的新身份后，苏宁所拥有的场景、供应链、物流、金融、科技等核心能力将在助力行业转型升级方面发挥积极作用。张近东明确指出，苏宁将进一步强化做社会化企业的初心，持续加强在实业智造、乡村振兴、小微创业、双循环发展四个重点领域的服务。一个助力行业、服务社会的“零售服务商”正在逐步承担起更大的时代使命和社会责任。

苏宁在30年的发展中经历了诸多变化，但张近东始终聚焦零售，立足实业，承担起服务行业发展的使命，推动行业上下游变革，探索出属于自己的道路。在各行各业纷纷进行“数字蝶变”的今天，苏宁的未来还有很大想象空间。