

· 商讯 ·

海淀区举办“服务明星”评选

“工匠精神”是一种高尚与执着的精神,同时还是一种态度、一种信仰、一种力量。无论在日常生活还是服务工作中都是一种不可或缺的工作态度。时代呼唤“工匠精神”,现实也需要“工匠精神”。

为了弘扬李克强总理在2016年初政府工作报告中提出的“培育精益求精的工匠精神”,由北京市海淀区商务委员会主办、北京市海淀区商业联合会承办的2016年度“身边的服务明星”评选活动于近日正式启动。针对此次活动的“身边的服务明星”系列报道也已陆续展开。

张大龙是翠微超市一名普通的收银员,早期曾受到国家领导人接见。虽然年仅22岁,但工作中的他善于探索,从不断的实践中总结出“快速扫码”、“盲打录入”、“花式点钞”、“商品装袋”、“假币辨别”、“识别假卡”等特色专业技能。他常说:“我们要以‘最亲和的微笑、最亲情的服务、最快速的收款’,为顾客提供‘快、准、好’的收银服务,解决顾客‘等’的烦恼。”

张大龙在工作之余坚持“每日一练”的点钞训练,多年来从不间断。如今,他平均1.25秒卖出一件商品,是3-4个普通超市收银员一个班的工作量;而且他能在10秒钟内准确找出100张钞票中的30张假钞。他始终坚信,熟练的业务技能不但会减少顾客的等候时间,更会为企业赢得更多的忠诚顾客。他希望用自己“全心全意投入,尽善尽美服务”的服务宗旨为顾客带来愉悦的购物体验。

阿迪达斯启动零售学院

阿迪达斯集团在上海启动了全球首个阿迪达斯零售学院,目前阿迪达斯在中国拥有1万家门店,计划到2020年在大中华区拥有1.2万家门店。为此,阿迪达斯需要建立高质量的零售人才输送系统,快速培养关注与熟悉消费者的优秀员工和门店经理。

阿迪达斯零售学院位于上海虹桥商务区的虹桥天地购物中心,覆盖面积达2000平方米,设有一个高科技互动学习空间,多个授课厅和会议室以及一间模拟店铺,供员工将所学知识和技能实时应用到真实店铺业务中。在零售专家的指导下,学员将通过先进的互动课程来进行学习。阿迪达斯承诺通过零售学院为学员提供业界一流的学习体验,学员群体不仅包括阿迪达斯的零售员工,还有望在不久的将来推广至零售合作伙伴的员工。

零售学院的启动契合阿迪达斯2020年大中华区“立新”战略的规划,在这一战略指引下,阿迪达斯确立了三大战略方针,即重点城市、速度和资源开放。在重点城市方面,阿迪达斯在其全球六大重点城市之一的上海启动全球首个零售学院可谓意义重大。上海有望成为亚洲未来的运动和时尚潮流中心,是重要的创新理念试验基地。在速度方面,零售学院将以创纪录的较短时间周期培训管理岗位所需人才。零售学院的高效培训计划将使门店经理培训周期从27个月缩短至18个月,这不仅能为阿迪达斯的重要岗位快速培训及输送人才,还能加速员工的职业晋升。在资源开放方面,通过零售学院收集到的反馈意见能让员工在培训过程中发挥更为重要的作用。

区域零售价值逆势迸发

实体零售一片阴霾,但区域零售成为难得的亮点。门店集中,转型试错成本低,更了解当地消费者,在全国连锁零售品牌屡屡曝出关店、营收利润下滑时,区域零售反而凭借其小而灵活的体量显出更大的发展潜力。究其原因,区域零售深耕当地消费者的运营能力和电商发展向线下战略转移成为主要推动力。山东家家悦、浙江三江购物、西安民生这些近日最为活跃的品牌,它们的发展轨迹也是区域零售寻找价值的三条路径。

上市 寻求资本助力

零售业是我国市场化程度最高、竞争最为激烈的行业之一。华润万家从上市公司华润创业剥离,物美商业从H股退市,这些大型连锁零售品牌的动作让近年来低位徘徊的零售行业更加踟躇。不过今年12月,山东区域连锁零售家家悦集团成功挂牌上交所,向资本市场展示了不一样的零售力量。

家家悦主营业务为超市连锁经营,立足于山东省内,以大卖场和综合超市为主体,其从事食品流通行业可以追溯至计划经济时代的威海市副食品公司,1995年转型后开始从事连锁零售业。截至2016年9月末,家家悦业务范围覆盖山东省威海、烟台、青岛、莱芜、济南、临沂、淄博等多地市,拥有门店数量达到620家。

家家悦有着明显的特色和核心竞争力,如生鲜直采,这也是当年永辉超市成功突围的法宝之一。家家悦已经与200多个合作社及养殖场建立了直接合作关系,与100多处基地签订了五年以上的长期合同,超过80%的生鲜都采取了“源头直采”的模式。家家悦募集资金将用于连锁超市建设项目、生鲜加工物流中心项目、连锁超市改建项目以及信息系统升级改造项目。在上市仪式上,董事长王培垣说,资本融资犹如一支强心剂,为家家悦的长远发展提供强大的推动力,更重要的是进一步提高公司的核心竞争力和盈利能力。

生鲜因为需要协调产地、冷链运输和终端卖场及消费者的关系,往往投入巨大但见效时间长,而专



注于区域的零售商得益于门店集中、配送方便,当地直采在生鲜方面往往有明显优势。海淀区国资委下属零售企业超市发专注于做足做深海淀,在生鲜方面一直有持续投入,据超市发党委书记李燕川介绍,超市发进行的三个重点工作第一便是将现有门店调整升级,始终围绕商圈顾客结构,设计更加清晰的门店定位和服务,集中力量做好生鲜品类经营,挖潜生鲜加工,满足社区顾客在餐桌上的高频刚需。

结盟 找到流量入口

一家位于浙江宁波的零售连锁企业,因为有了阿里概念,以52.17元/股的历史高价及14个涨停板创下历史新高纪录。三江购物从11月21日公司公告“阿里系”入股并复牌以来,17个交易日公司股价暴涨310.5%。阿里找到了新零售的一个载体,三江零售傍上了阿里这个超级流量入口,成就一次双赢交易。

三江购物在公告中称,受经营成本不断上涨、消费需求结构调整、网络零售快速发展等诸多因素影响,实体零售发展面临前所未有的挑战。《国务院办公厅关于推动实体零售创新转型的意见》鼓励线上线下优势企业通过战略合作等多种方式整合市场资源。基于上述行业形势变化趋势及国家产业政策,杭州阿里巴巴泽泰与三江购物决定通过股权合作建立战略合作关系。三江购物的零售业务在浙江省内布局,大部分门店均可以改造为区域社区服务平台。通过整合内外资源、加强信息化系统建设、提升实体店消费体验,三江购物将打造互联网时代的社区平价超市。

新零售时代来临,曾经想要颠覆线下实体的互联网也开始重新审视实体价值,越来越多的实体零售上市公司将进入互联网巨头的名单。12月6日,步步高发布的定增公告显示,公司募资12.5亿元,其中新沃基金参与申购5亿元。随后,不少

媒体发布消息称,奇虎360持有新沃基金30%的股权。12月7日-8日,步步高股价持续涨停。12月9日,步步高公告澄清,奇虎360公司与参与公司定向增发的新沃基金管理有限公司没有股权关系。尽管如此,步步高当天股价涨幅仍超过10%。

收购 培育规模优势

国内大型连锁零售企业的发展壮大都走过并购收购这条路,从而一步步从地方零售跨区域发展到全国性零售。华润收购万家、苏果、TESCO等国内外零售品牌;物美收购美廉美、浙江供销超市、新华百货、百安居等多业态零售品牌;步步高以约15.8亿元全资并购广西地区连锁商品零售龙头企业南城百货,收购江西心连心超市,并且以15.88亿元参股重庆百货。

现在新一轮的全国零售成长竞争赛又开始了,与上一轮不同的是,这一轮零售企业的全国扩张多了线上渠道和品牌。去年9月登陆H股的区域零售商顺客隆发布公告称,主席劳松盛、金元、兴农及建农,与独立第三方绿色实业(香港)订立一份有条件谅解备忘录,建议出售公司不少于51%的股本,即约1.48亿股股份。绿色实业(香港)最终控股为西安民生,西安民生隶属于海航集团旗下海航实业集团控股公司,是陕西省西安市一家以经营百货零售业为主的大型商贸企业集团。

西安民生今年9月完成268亿元定增,购买作价为268亿元的海南供销大集控股有限公司100%股权。10月,西安民生全资子公司海南大集网络贸易有限公司拟与海航商业控股有限公司共同收购掌合天下(北京)信息技术有限公司并与掌合天下原股东签订《股权投资协议》。西安民生表示,此举将极大加快供销大集控股打造全国性的完整O2O运营平台进程,对实现公司转型后的战略定位起到积极作用。

北京商报记者 邵蓝洁

国美打造社交商务生态闭环



一直在寻求转型路径的国美,在30周年庆典上高调公布了未来战略。国美控股集团杜鹃宣布,国美作为传统连锁企业的代表,在后互联网时代要重新定义零售,国美要建立以用户为王、产品为王、平台为王、服务为王、分享为王、体验为王,线上线下融合的社交商务生态圈,形成对用户利益最大化的新零售模式。

“今天最有资格站在台上来讲述国美30年的人不是我。”杜鹃用这句话作为国美30年庆典的开场白。一句话勾起了在场所有人的共鸣,道出了国美这家民营企业经历的风雨,甘苦也许只有身在其中的黄光裕、杜鹃以及国美员工和关注零售的人士能感受到。

正如杜鹃所言,一个人成长到30岁只需要时间的推动,企业则面临很多抉择、挑战和竞争。互联网时代的到来,使国美遇到了作为一个实体零售和大型企业转型的双重挑战,但是他们既没有迷茫,也没有慌乱,而是通过回归零售本质,把六大板块重组,国美从过去“单一的零售型企业”转型成为全零售生态圈的“综合性产品加服务提供商”。

“经过30年的零售价值沉淀,国美对零售业态的探索进入了新的阶段。”杜鹃指出,国美重新定义的零售是,建立以用户为王、产品为王、平台为王、服务为王、分享为王、体验为王,线上线下融合的社交商务生态圈,形成对

用户利益最大化的新零售模式。“未来新零售格局中,我们将扮演非常重要的角色。”杜鹃强调。

与动辄脚互联网企业开辟新业务不同,国美的核心力量是跟随黄光裕一路打拼过来的老将。在国美30周年庆典上与杜鹃一起启动国美“6+1”新零售生态闭环的是国美控股集团常务副总裁周亚飞、国美控股集团常务副总裁魏秋立、国美电器有限公司总裁王俊洲、国美互联网生态(分享)科技公司CEO方巍、国美控股集团智能家居/家电制造板块总裁李俊涛、国美控股集团智能手机制造板块总裁何阳青、国美控股集团地产板块总裁于星旺。北京商报记者 吴文治