

新零售筑起京城理想生活版图

北京市商务委:新商业模式满足消费者对美好生活的向往



阿里巴巴集团于2月2日宣布,发端于北京的“三公里理想生活区”计划将全面升级,除向全国各大城市扩展外,新零售也将从以消费场景为重心转向以人为核心。此前,盒马鲜生一直被看做阿里新零售的标杆和业界学习榜样。实际上,不仅是盒马鲜生,天猫与易果、安鲜达联手打造的“1小时达”及天猫超市扎根社区的前置仓,早已在北京搭建起了一张更大的便民服务网络。经过新零售元年的一番积累,阿里新零售构筑起的京城理想生活版图初现端倪。

揭示商业新风向

可以看到,在新零售带动下,北京商业表现出了更多的活力。展望远景,新零售的未来表现或将成为引领城市发展的风向标。在2月7日举办的2018北京商业品牌大会暨2017年度(第十三届)北京十大商业品牌评选”活动中,由北京商报社、北商研究院共同宣布,启动2018新零售报告”调研活动。

北商研究院副院长《数据》杂志社总经理王海岩表示,2017年被称为新零售元年,北京作为全国首都,聚集了大批的创新商业力量,也因此成为了新零售模式爆发的主要阵地之一。在此背景下,应当对过去一年来北京新零售项目的成果进行一番梳理,既是为了更好地洞悉当前北京商业的现状,同时也是为未来北京商业的发展提供一些可以借鉴的经验。

北京市商务委员会委员王洪存表示,时代发展日新月异,新的生活方式催生出各种新颖新潮的商业模式,来满

足消费者对美好生活的向往和期待。新的时代对品牌发展、对促消费工作都提出了更高的要求。这就要求我们必须抓住新机遇、把握新要求,紧扣商业发展主要矛盾变化,着力解决商业发展中的不平衡不充分问题,引导新的商业模式蓬勃发展,满足消费者多维度、个性化的需求,创造更加安全、放心、便捷的消费环境,让消费者乐于消费、享受消费,在消费中品味更加美好的生活。

品牌的成长绝非一朝一夕之事,想让品牌在广大消费者心目中建立起口碑,与消费者形成信赖和默契,更不是容易的事情。在北京市商业联合会会长于学忠看来,各式各样的创新新零售形式活跃在北京市场,在给老一辈商业品牌带来理念冲击的同时,其实也带来了转型升级的新思路。站在新的起点,这要求北京的商业品牌不仅要在千变万化的市场中,保持年轻心态,踊跃进取,跟上时代的脚步;同时也要求商业品牌,坚守责任和担当。此外他表示,北京市商业联合会将尽自身所能,推动北京商业品牌建设。

理想生活概念升级

去年6月,盒马鲜生亮相京城,就此掀起了北京商业的新零售浪潮,时隔两个月后,天猫启动北京中心战略,联动盒马、口碑、高德、苏宁、银泰、易果生鲜以及众多品牌合作伙伴,将北京作为首发地,启动“三公里理想生活区”计划,为消费者提供基于位置以及线上线下贯穿的“理想生活”。如今,新零售带来的新生活方式已在北京生根。

波龙、帝王蟹,这些曾经被视为高档的进口海鲜,对于如今住上了“盒区房”的消费者来说早已是餐桌上的常客。但从北京当前为数不多的几家盒马生鲜店的情况来看,每天都有排着队的消费者到店选购。

盒马鲜生在北京的扩张速度可谓不快,仅在过去的9个月中,盒马鲜生实现了从无到有,再到当前5家门店的布局。但北京消费者高昂的消费热情,多少还是让盒马鲜生提供的理想生活方式显得有些供不应求。为此,盒马鲜生CEO侯毅日前在国务院座谈会上表示,“互联网+零售”是必由之路,2018年要在北京再开30家店。

也正是在此规划基础上,日前阿里宣布对发端于北京的“三公里理想生活区”计划进行全面升级。阿里表示,过去盒马在哪里、天猫智慧门店在哪里,其周围三公里就是理想生活区。随着新零售由点到面的延伸,物流供应链能力的提升以及越来越多智慧门店和商圈的接入,未来人在哪里,周围三公里都将成为每个人专属的理想生活区。”

让“新鲜”触手可及

要实现理想生活在京城的全覆盖,最终还是需要阿里将新零售模式彻底渗透到社区的毛细血管当中。为此,除了即将开业的30家盒马鲜生外,天猫与易果、安鲜达联手打造的“1小时达”,以及天猫超市扎根社区的前置仓,早已编织起了一张更大的便民服务网络。

去年7月,天猫“1小时达”首站落地北京。截至目前,该项服务已可对500

多种SKU,提供29元包邮的“1小时达”服务。同时,天猫“1小时达”已在北京、上海、成都、武汉、杭州、重庆六个城市开设近百个前置仓,基本覆盖上述六城的主城区消费人群,仅北京市场就有包括盒马鲜生在内的48个前置仓。

在北京疏解整治促提升工作持续推进的过程中,亟须便民商业网点对疏解业态进行补位。盒马鲜生等新零售业态、天猫“1小时达”的互联网服务模式,为改善居民社区生活提供了新的思路。

引动商业生态重塑

新零售推动北京商业发展,这不仅体现在对用户的体验提升上,同样也体现在对传统商业项目的升级带动上。过去一年中,以阿里“盒马鲜生”等为代表的商超新物种在北京市场掀起波澜,随后美团的线下试验掌鱼生鲜、物美与多点DMALL结合的新门店改造、京东的社区生鲜店7FRESH、苏宁的生鲜超市苏鲜生接连出现,“线上+线下”“商超+餐饮”的运营方式,成了新形态商超发展的标配。

不仅如此,新零售的商业力量也让一些传统商业项目得以激活。以盒马鲜生在京首店十里堡店为例,这家店的前身是华堂商场。十里堡华堂是华堂在京设立的第一家店,它曾被业内视为让十里堡商圈崛起的地标性商业,但最终因受百货业态式微以及商场自身运营不佳等因素影响,在2016年正式关闭。一年后,盒马鲜生在十里堡华堂的旧址上首次亮相北京,火爆的人流成为这里的常态。