

北京开启 新零售大门

十九大报告提出，我国经济正处在转变发展方式、优化经济结构、转换增长动力的攻关期，建设现代化经济体系是跨越关口的迫切要求和我国发展的战略目标。在此背景下，新零售概念应运而生，并成为当前商业领域的热词。

新零售的概念最早由阿里巴巴集团董事局主席马云在2016年云栖大会上提出，它已成为传统商业转型升级、现代商业发展方向的代名词。2017年被称为新零售元年，北京作为全国首都，聚集了大批创新商业力量，也因此成为了新零售模式爆发的主要阵地之一。为此，北京商报社、北商研究院联合推出《北京新零售发展报告》，以更好地洞悉北京商业的市场现状，同时也是为商业企业的转型提供一些思路。

《北京新零售发展报告》在内容上主要分为三大板块：遇见新零售、解密新零售和预判新零售。在报告中，将透过消费者的眼睛，讲述他们眼中的新零售；结合北京商业的市场环境，梳理新零售在京的落地成果；通过重点案例分析，解密新零售的本质；听取专家观点，寻找北京新零售发展的未来方向。本期，我们将报告的内容摘录选登，更多精彩内容，请关注北京商报网。

遇见新零售

2017年对于中国零售行业是意义非凡的一年，实体零售逐步回暖，互联网巨头带着流量和资金涌入线下，新零售如浪潮般袭来。“商超+餐饮”的组合业态、传统门店的互联网化改造、店中店模式的架构重组，种种零售创新形式被冠以“新零售”之名。对于消费者来说，或许还不能理解新零售的内涵到底是什么，但新零售已经确实实地，在以一种润物细无声的方式融入到了人们的生活中。

消费者对新零售的认可，从平常的购物习惯中就能看出。目前，北京商业市场上已聚集了盒马鲜生、7FRESH、苏鲜生、超级物种、掌鱼生鲜、地球港等多种新零售业态。根据北京商报社、北商研究院联合发布的调查问卷显示，51.72%的受访者有过在新零售门店的购物体验，65.52%的受访者体验过门店商品“30分钟送达”的上门配送服务。

在商品的选择上，如波龙、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。智利的J级车厘子、墨西哥的牛油果、新西兰的“黄金果”猕猴桃，这些进口的生鲜水果，原来可能只有在为数不多的进口生鲜超市才能买到，如今只需要在手机上下单，很快就能被送进家门。

此外，根据调查结果显示，受访者到新零售门店最经常购买的三类商品分别为水果蔬菜、进口海鲜、零食饮料，这也意味着新零售门店无论从选址还是选品上都满足了社区居民的消费需求。或许对于很多消费者来说，他们并不知道自己所住的小区因为有了如盒马鲜生等新零售门店而被冠以了“盒区房”、“鲜区房”的称号，但他们已经体验到了新零售所带来的便利生活。

解密新零售

新零售是在消费升级趋势下应运而生的现代商业形式，而在过去一年中，这种新型的商业形式已经在北京市场上落地生根。究其原因，一方面消费者对优质的商品、便捷的服务提出了需求，而与此同时，北京不断优化的营商环境以及不断开放的市场环境，也为新零售茁壮成长准备好了土壤。

根据此前北京市商务委披露的数据显示，2017年北京疏解提升市场241个，物流中心55个，涉及建筑面积约438万平方米。此外，自2015年以来，北京共新建或规范提升基本便民商业服务网点3685个，平均每年1000多个，在此基础上，今年建设力度还将进一步增强，预计将建设提升基本便民商业网点1400个，其中蔬菜零售网点500个。

上述数据表明，当前的北京商业正处于稳步发展阶段，同时也是市场优化升级的关键时期。而在此期间，北京的商业市场也同样面临着，如在疏解整治促提升工作持续开展的情况下，社区居民的日常生活购物需求要依靠新型业态来填补的问题。而盒马鲜生等新零售门店、天猫1小时达等互联网服务模式，已经为改善居民社区生活提供了新的思路。

实际上，零售企业对于创新商业模式的探索始终没有止步，新零售之所以“新”，在于它区别于传统零售，可以为消费者提供更加丰富的商品和服务。而多元化业态的融合、对新技术的应用以及线上线下融合

的全渠道模式，成为新零售业态共有的特征。

就以阿里而言，通过一系列的资产并购以及生态体系内的孵化，当前的阿里已经形成了探索新零售的八路纵队，从线上的天猫、淘宝，到线下的盒马，以及苏宁、银泰、高鑫零售等合作伙伴。正如阿里巴巴集团CEO张勇所说，让互联网世界和实体商业世界真正“结合”在一起，通过数字、数据化和技术，创造更多的客户价值和商业价值，并以此探索出未来商业模式的新形态，这才是新零售探索的目标。

预判新零售

新零售改变的不仅是消费者的购物习惯，同样也实现了传统商业的重塑。放眼未来，新零售也将是北京商业的发展方向。透过当前市场中的这些新零售样本可以看到，新零售打通了线上渠道和线下渠道，让购物场景变得更为多元化，同时也降低了消费者选购的时间成本。而随着后台大数据不断打通与共享，生产商和零售商可以及时获取消费大数据，对产品进行反向定制，能更精准于消费需求从而提升运行效率。这些流通环节的效率提升，让新零售与新消费变得契合。

可以预见的是，未来的零售业创新将是数据驱动下的新型智慧商业，是聚焦于技术应用、消费需求主导以及更加丰富的服务形式的商业创新。正如中国贸促会研究院国际贸易研究部主任赵萍所说，融合是新零售发展的大势所趋。线上零售不仅打破了时空的限制让品牌面向全国销售，更催生了很多的新业态，而线下优势是对消费者的理解，让商业回归本质。未来，实体门店借助新零售技术把消费者、人、商品进行数据化后，实体店的大数据会慢慢形成。

就北京商业市场的发展而言，当前社区商业是北京提升生活性品质服务业最重要的一个领域。早于2010年起，北京开始着重打造一刻钟社区服务圈，希望通过完善社区公共服务设施，让社区居民在步行一刻钟范围内满足商业、生活、文体娱乐等方面的服务需求，而新零售的发展正是围绕社区商业品质服务提升进行的布局。新零售走进社区后，将带动生活性服务业向品质化、品牌化方向发展，未来两者的结合将有更多可想象的空间。

北京商报记者 陈克远