

互联网压垮实体经济 这个说法成立吗

数据告诉你真相是什么

双11天猫交易额突破千亿大关,互联网压垮实体经济的说法又扶摇直上。然而,如果仔细分析数据可以看到,互联网冲击的是实体店,而不是实体经济。压垮实体经济的,是消费低迷,房价高企。

本报记者 任磊磊
刘帅 韩笑

电商对实体的冲击 到底有多大

国内15家实体商超发布的上半年财报显示,大部分实体商超的营收几乎呈现断崖式下滑,有12家企业营收下降,3家增长;利润方面,有11家企业出现下降,4家增长。

财报显示,中百集团利润总额-0.54亿元,同比下降201.85%;净利润-0.62亿元,同比下降387.43%;一向被认为是实体超市行业标杆的大润发母公司高鑫零售,今年上半年净利润14.32亿元,同比下跌2.65%;家乐福、沃尔玛今年上半年净利润同比下滑逾40%。

那么,实体商超丢掉的蛋糕,都吃到电商嘴里了吗?商务部发布的2016年上半年消费调查显示,1-6月全国社会消费品零售总额达到15.6万亿元,同期全国网购同比虽然增长26.6%,但其占社会消费品零售总额的比重仍只有11.6%。

谁瓦解了“巨无霸”商超的暴利

商务部的消费调查显示,实体业态中,购物中心、便利店、超市销售增速相对较快,增速分别达到7.5%、7.3%和6.8%。

在大型超市发展普遍陷入亏损泥沼中时,生鲜超市

(上接B01版)

另外,陈亮还指出,电子商务对企业供应链能力要求极高,尤其大促时物流能力、供货能力、库存管理、供应链管理都会出现问题,很多纯电商企业缺少这方面的经验和人才。

阿里巴巴也意识到这个问题。上个月,1688旗下1688商学院更名为阿里巴巴中小企业商学院,从原来1688会员的店铺运营教学,逐步拓展到中小企业发展全链路的服务与支持,围绕电商人才培养、企业管理、电商发展趋势洞察等等。

仅仅这样是远远不够,据不完全统计,淘宝上有千万家店铺,而真正赚钱的不足5%,有数以百万计的卖家面临企业化转型问题。如今,在网上最受关注的就是针对中小电商企业开发的ERP系统。某系统在短短一两年时间,已经覆盖了电商行业内3成以上超过160万的企业用户,服务4000多家营业额过



今年6月15日,合肥又一沃尔玛超市关门。(网络图片)

呈现逆市上扬态势。永辉超市公布2016年三季度报告,营业收入和净利润继续高速增长,业绩整体符合预期。前三季度,永辉超市实现营业收入370.15亿元,同比增长17.72%;净利润为8.15亿元,同比增长36.57%。

除了生鲜超市以外,便利店发展异军突起。全家便利店公布的财报显示,第二季营收152.7亿元,税后盈余4.59亿元,较去年同期增长25%;上半年营收293.8亿元,较去年同期增长4.7%,税后盈余6.18亿元,年增长率为14.24%,每股盈余2.77元。

目前,大型商超均在布局24小时便利店和生鲜超市。今年年初,华润集团董事长傅育宁就表示,华润万家今年计划关闭68家门店,但要加大便利店和社区商业的

亿的天猫店铺,为3000多家店铺打通了线上线下壁垒。

对于多数处在乡镇的农村卖家更应该意识到信息和资源的重要性。陈亮认为,他们需要走出去,到先进地区学习先进网商的经营经验;地方政府要发挥导向作用,通过合理的电子商务发展规划、产业园建设、人才培养、品牌战略等,提升区域内的整体卖家水平;充分利用大城市的资源,以远程服务的方式,将先进电商服务业引进到本地,从而提升本地网商水平。

新零售时代怎么玩

在2016阿里云栖大会上,马云做了演讲指出电子商务很快会被淘汰,这是个传统概念,明年阿里将不再提“电子商务”这一说,并提出了5个新零售的发展趋势,其中包括新零售和新制造的概念。

新零售——零售行业给

投入。国内消费专家朱丹蓬认为,未来实体商业是向两端发展,要么是非常大型的购物中心,要么是非常便利的小型便利店。今后,超市不会集中在商业中心,而是集中到了社区。这样经营成本小,而且能够对抗电商。另一方面,要把超市做成大型商业综合体。超市要与周边商户合力,增加餐饮等业态,在超市当中增加体验元素。

压垮实体店的到底是什么

互联网压垮的不是实体经济,而是实体店。

但实体店的困境不只是互联网一方造成的。它们面对的问题还有:租金成本高企;全球经济不景气下的消费放缓;人力成本和生产成

很多传统行业造成了巨大冲击。而物流的本质将不再是谁比谁更快,而是智慧物流,其真正的目的不是为了消灭谁,而是看谁能最快实现零库存。新制造——传统制造是标准化、程序化和流程化,未来的制造将是个性化、定制化,制造模式从B2C转向C2B,不能适应这一转变的企业都将被淘汰。马云特别强调,人们要特别重视IOT带来的变革,作为数据的重要来源,IOT对制造行业的冲击力远远超过人们的想象。

阿里自身也面临转型。阿里上个月的利润报告中提及,今年的年度活跃用户较第二季度仅增加1%,同期移动端月活跃用户仅增加5%;尽管收入同比增长55%,经营利润率却有所下降。

阿里巴巴试图在支付宝上增加更多的社交属性,以增强用户黏性。近期,支付宝上线了具有社交属性的产品校园日记和白领日记,鼓励

本同步增长;商品同质化严重等。

“纯电商时代很快会结束,未来的十年、二十年,没有电子商务这一说,只有新零售这一说。线上线下和物流必须结合在一起,才能诞生真正的新零售。”今年10月,马云在2016年阿里云栖大会上如此表示。

除了线下品牌纷纷触电外,互联网品牌布局线下渠道的也越来越多。随着亚马逊实体店的开业,当当也高调宣布要建立1000家实体店。阿里和京东也启动了线下实体店的布局,线上线下融合已成大势所趋。

线上电商与线下实体店之间,如今已不再是泾渭分明的对手,而更多的是互相融合、互相合作的“队友”。

用户增加彼此之间的互动,促进分享,但是却因为大尺度照片以及一些提供“有偿服务”的女性发出的邀请而引发质疑。

阿里巴巴集团董事局执行副主席蔡崇信就曾经表示,要想抓住年轻人眼球,你必须提供更多的社交属性,这样他们才会重新回来,并且参与到这个平台中去。

在刚刚结束的2017阿里妈妈全球品牌广告主峰会上,董本洪提出了一个“Uni-Marketing全域营销方法论”的概念。新零售体系下“消费者运营为核心”,以数据为能源,实现“全链路”“全媒体”“全数据”“全渠道”的营销方法论。

陈亮表示,“对淘宝电商而言,更关键的是,要将营销多元化,从单一的淘宝推广转向全渠道推广,包括微博、微信、论坛、媒体、贴吧、粉丝群等,品牌建设是一个复杂系统的工程,任何单一的渠道都无法塑造一个成熟的品牌。”



一周财经言论

证监会主席刘士余: 搞杠杆收购的野蛮人是土豪、妖精、害人精



“有的人集土豪、妖精及害人精于一身,拿着牌照的金融牌照,进入金融市场,用大众的资金从事所谓的杠杆收购。”

——12月3日,证监会主席刘士余在公开讲话中痛批“野蛮收购”,“你用来路不当的钱从事杠杆收购,行为上从门口的陌生人变成野蛮人,最后变成了行业的强盗,这是不可以的。”这些话引发业界的高度关注,本周一A股市场应声而跌,险资举牌概念遭重挫。

创富荐书



《感官品牌:隐藏在购买背后的感官秘密》
作者:林斯特龙

在消费者变得越来越挑剔、同质化商品层出不穷、广告战愈演愈烈的环境下,如何让自己的产品和广告突出重围,让自己的品牌长盛不衰?

全球品牌大师林斯特龙向我们揭示了全球顶级品牌成功的共性。全书用数百个真实的品牌案例,最为新颖的见解与实用策略,为每一位品牌管理者、营销人员、广告人提供了实战性的指导。相信在本书的指导下,每一个人都能成功运用五种感官打造广告力、营销力,让自己的品牌重获新生。

“泡沫在任何行业都有,只是大小而已,啤酒要是没有泡沫就不好喝了。那么中国房地产有没有泡沫呢?有,但是我觉得中国房地产绝对不会崩盘,不是相对,是绝对不会崩盘。”

——王健林认为,尽管中国现在房价比较高了,尽管中国房子盖的量也比较大了,但是中国现在毕竟只有55%的人生活在中国城市,还有45%在农村,还有很多农民想要进城。

“上兵伐谋,作战之前必须要想清楚你的战略是什么,决战于庙堂之下。阿里巴巴当年有几个最重要的决定,我是到寺庙去开的,在菩萨下面讲打打杀杀,讲赚钱,讲多少利润多庸俗,想想怎么去帮助别人,超预期,帮助别人,做事情就会好很多。”

——马云在南华早报中国年会演讲中说。

本报记者 张頔 整理