

追逐时代浪尖国美再出发



家住北京朝阳区的李先生准备装修,买建材、选家具、看家电、找工长……各种问题让他有点焦头烂额。顶着大太阳跑几个建材城还能忍受,关键是问了一圈朋友之后,他发现装修这件事“水挺深的”,了解的越多越有点拿不准主意。

最近,在国美看家电的时候,销售人员向他推荐了国美“打扮家”APP。打扮家将安排一名施工专家代理在线量房、找设计师虚拟设计、向工长询价等事项。等李先生确定施工方案后,平台将全程监管设计、材料、家居、施工等环节。整个过程在线化、标准化,李先生可随时查看进度。于是,他决定把买家电、家具、家居用品,装修施工等打包给国美。当然,国美对他的一站式采购也给予了足够优惠。

原来国美还可以干这么多事?满足李先生需求的是正在蜕变中的,颠覆很多人传统认知的国美。

从实体到电商,从社交电商到娱乐电商、直播电商,零售业的变化日新月异,身在其中的企业唯有以变应变。在这个快速变化的时代和比拼耐力的行业,蜕变的国美能否赢得更多消费者的青睐?任何一家企业的发展都是由无数波峰波谷构成的,国美又能否冲上下一个波峰?

国美的蜕变:从家电到家生活

从家电到家装、食品酒水、日用百货等全品类一揽子解决方案,这只是国美蜕变的一部分。如果仔细观察的话,可以发现,不论线上“真快乐”平台,还是线下“国美家”平台,国美卖的东西越来越全,提供的服务越来越多。那么,国美究竟要变成什么样?

这恐怕要从2017年国美战略转型说起。2017年,国美推出“家·生活”战略。彼时,国美就开始从以家电为主业向“家·生活”市场延展,打造“家电+家装+家居+家服务”及金融一体化全渠道购物体验。

到2020年,国美宣布“家·生活”战略进

入第二阶段:构建双平台新零售生态系统,形成以线上平台为主,线上线下双平台+自营/第三方外部供应链的“社交+商务+分享”的国美生态圈。于是,我们看到国美联手京东、拼多多,看到主打娱乐化、社交化零售的“真快乐”平台上线……

追逐时代浪尖国美再出发

从家电到家生活,这是国美要走的方向。“家·生活”战略进入第二阶段的国美到底变了什么?其实,可以从“货”和“场”两个维度找到答案。

“货”的维度,数码电器、食品酒水、服饰鞋包、日用百货、母婴玩具、美妆个护、珠宝首饰、生鲜等等,这些主流电商平台在售的大类目,国美全部覆盖,做到了“别人有的我有”。目前来看,虽然家电占比较高,但从品类结构上看,国美已经成为综合零售商。

而在“家·生活”战略下,国美持续深耕的家居家装领域,做到了“别人没有的我也有”,除了各大平台在售的家居、家具商品外,国美比其他平台做的是更深的是家装服务。今年4月,国美推出搭载“BIM智能装修平台”的打扮家APP,推动透明家装,力求让“消费者更省、设计师更优、装企算得清”,解决家装市场长期存在的痛点。

国美披露的数据显示了全品类拓展的速度。今年4月初的全球投资人电话会议上,国美提出要在18个月内拓品50W+SKU的目标。令人惊讶的是,短短十多天,“真快乐”APP的商品SKU数就突破了50万!

而在“场”的维度,国美将在打造“国美家”为主的线下平台,新增大量家居家装服务场景。线上主打娱乐化、社交化的“真快乐”APP也实现了场景创新,“抢-拼-ZAO”的互动玩法,让其不再仅仅是个购物平台,而是可以逛、可以玩的新空间。

简单来说,国美的变化有两条线,一是从家电向百货、日化、服装、家居家装等全品类拓展,二是从零售平台向娱乐化新零售平

台升级。

国美的底气:从连锁门店到六大平台

如同植物发芽,破土而出的一瞬间源于地下能量的积蓄。一个企业看得见的变化也源于背后那些看不见的改变。

在实体连锁时代,规模是制胜的法宝,支撑连锁门店快速扩张的管理能力,是彼时国美的核心竞争力。如今,国美拥有了六大平台系统,分别是线上平台、线下平台、供应链平台、物流平台、大数据 & 云平台、共享共建平台。

归纳起来看,这六大平台又可以归为三类,一是“场”的维度——线上线下双平台;二是“货”的维度——供应链平台;三是服务于前两个维度的后台支撑——物流、大数据、共享共建平台。

这其中与国美“家·生活”战略直观关联的是货和场维度的双平台及供应链平台。在国美的规划中,线上平台以“真快乐”APP为主,京东、拼多多等渠道的国美旗舰店为辅,定位为“线上购物广场+本地生活服务”,值得注意的是,经过过去一年的合作,国美已成为京东、拼多多平台上的第一大店铺;线下平台以“国美家”为主,定位“线下展示体验+生活服务平台”,以商品展示体验、家延伸以及家娱乐为核心,抢占本地生活服务行业的制高点。

这两个平台不是割裂的而是连通的。线下的3400多家国美门店,以三公里为半径,形成了网格化覆盖,同时,以“一店一页”的模式实现了所有线下门店的数字化、线上化,并将这些门店置入国美线上平台。双平台部署,让国美将线上线下流量高地尽收囊中,形成了对尽可能多用户的覆盖。

触达更多用户之后,国军用供应链平台将用户留下来,它的策略是一增一减。增是增加供应品类,在家电品类基础上,国美打造了食品酒水、服饰鞋包、家居家装、日用百货、母婴玩具、美妆个护等六大类商品采购平台,并跟京东、拼多多做供应链的整合互补。在品类丰富之余,国美定制公司基于大数据分析,提高商品供给精准度,比如定制的新一级能效空调在今年618大促中大卖。基于C2M反向定制模式的商品在国美供应链平台的占比越来越高。

减是降低价格。“真快乐”APP中的真就包括真低价。物美价廉永远是零售业的第一法则,国美把低价作为经营的核心策略。基于供应链平台优势,千元档空调、百元档冰箱、十几块钱的雨伞、几十块钱的风扇……这样的低价商品在“真快乐”有很多。在今年618期间,国美把价保做到了99天,这显示出其长期坚持低价策略的决心。

物流、大数据分析、共享共建等平台,在服务国美场、货创新的同时,帮助供应链和双平台精细化管理,实现降本增效,进而提升消费者购物体验。这六大平台系统是国美战略转型的底气所在。

国美的未来:从开创家电连锁到引领娱乐化零售

有观点认为,零售业经过连锁、电商等两次革命后,正在进入消费者主权的第三次零售革命。消费者成为引领零售业变革的主导力量。事实也是如此,人的变化成为这轮零售革命的关键因素。直播间成购物间,朋友圈变成交易场,边玩儿边买,边看边买……零售业的这些新变化都源于人的变化。

总结下来,一方面,人们不只在商场购物,在刷朋友圈、刷视频、看文章、追偶像的时候都可能产生购物需求;另一方面,人们不再盲目崇拜大牌,而是追求个性化、差异化、性价比,网红产品、DTC品牌崛起就是例证;再者移动互联网的发达,让用户之间的联系更紧密,增强了对零售企业的议价能力,这是团购、拼购模式兴起的基础。

企业的决策都是基于行业趋势与企业现状做出的综合决策。30多年前,国美开创了家电连锁模式,这是当年的市场状况与消费习惯做出的决策。在当下,基于“人”的变化,基于娱乐化、社交化趋势,国美正在向娱乐化零售方向前行。

今年1月,国美推出“真快乐”APP,要让零售回归初心:购物应该是开心快乐的,而不应被各种复杂的规则、不好的体验破坏。物美价廉的快乐购物是基础,在此基础上,国美“真快乐”推出的“抢-拼-ZAO”组合玩法以及“短视频+直播+赛事”的内容营销,让消费者和商家在浓郁的娱乐氛围中消费、交易。今年618期间,国美还举办“快乐ZAO城”线下市集活动,现场有乐队、舞蹈表演,还有美食、直播、潮玩、游戏等,打造了一场年轻消费者喜欢的沉浸式消费场景。

事实也证明,国美的这套娱乐化玩法是成功的。3月份的“嗨Five黑伍”活动,国美“真快乐”平台全网GMV环比提升176%;4月份的“416”大促期间“真快乐”APP UV峰值较黑伍大促期间增长294%;5月份的五一大促“真快乐”APP UV同比增长297.3%,全网GMV较四月大促提升123%;6月份的618期间,“真快乐”全网DAU同比2019年增长270.32%,同比2020年增长189.11%,全网新增访客量总占比达78.83%,同比2020年增长114.32%。

市场是检验国美转型结果的标准,从今年上半年的大促活动看,国美已经展现出转型的阶段性成绩,初步得到市场认可。

在比拼耐力的零售行业,如果只盯着对手很容易迷失自我,唯有盯着用户才可能找到前进的方向,按照自己的节奏持续奔跑。

国美这几年的蜕变正是基于对用户变化的角度出发,而非竞争的角度出发。国美循着用户变化的足迹,踩准行业变化的点,将精力放在用户身上,基于用户需求的变化调整企业战略,开启了娱乐化新零售道路。

没有成功的企业,只有时代的企业。相信国美能在新的时代,再次走向成功。



川陕名吃

地址 (DC店和Rockville店)
2700 New York Ave. NE,
Washington, DC 20002
316 N. Washington St.,
Rockville, MD, 20850

营业时间
周日至周四: 11am-10pm
周五、周六: 11am-11pm

电话: (202)636-3588 (DC)
(202)534-1620 (DC)
(301)-875-5144 (MD)

* 从马里兰大学沿1号路南下, 从乔治城和乔治华盛顿大学沿New York Ave东行, 均约15分钟车程。店内有大型KTV包厢享受美食, 纵情欢歌。

地道陕西名吃, 聘请原陕西文八沟国宾馆主厨省师傅和赵师傅及其团队主理厨艺; 同时聘有精通川菜, 粤菜和各类家常菜的驻店厨师; 新的经营理念, 为您提供一流的服务。店内设**钓鱼台豪华包厢**(最多容纳60人)及**大型宴会厅**(可容纳300人以上), 酒水齐全, 卡拉OK助兴。环境优雅, 空间宽敞, 自拥上百停车位, 可承接各类公司、社团和私人大型宴会。餐厅地处华盛顿近郊, 交通便利, 诚挚恭迎大华府地区各界人士前来品尝指导。

董事长: **柳奇** 敬呈

钓鱼台豪华包厢

肉夹馍



凉皮



羊肉泡馍



夫妻肺片



长期诚聘英文好且业务熟练的收银员和大堂经理, 有意者请电洽。