

智慧零售, 数字零售的必然

如果我们将电商看成是互联网与传统零售结合之后产生的物种, 那么, 数字零售便是数字科技与零售行业结合产生的新物种。同互联网时代, 仅仅只是对零售行业的渠道进行改变不同, 数字经济时代, 对于零售行业的改造更多地聚焦在了底层元素的数据改造上。我们看到的诸多SaaS平台便是在这样的大背景下诞生的, 微盟如此, 有赞同样也是如此。

如果我们对电商时代的发展做一个总结, 那么, 它的发展过程主要是流量的买卖, 即尽可能多地将流量从线下转移到线上, 然后在借助电商平台实现供求两端的精准对接, 从而提升行业运行效率。同样地, 如果我们对数字零售时代的发展做一个总结, 那么, 它的发展过程主要是对流量进一步深化, 并且将流量进行改变的过程, 它实现的是更深层次的改造。

无论是电商时代, 还是数字零售时代, 零售行业的本质都是没有改变的。它们仅仅只是改变了传统零售供需两端的对接方式以及沟通机制, 对于零售本身并未有太多改变。尽管这种做法可以在一定程度上获得发展, 但是, 等到这种改变所释放出来的红利被消耗殆尽, 一切都将重新开始。

随着数字零售的持续, 局限于传统零售之下的矛盾和痛点开始越来越多的出现。越来越多的人开始发现, 仅仅只是利用数字化的技术对零售内部进行改造, 而没有实现不同流程与环节之间的打通, 没有实现零售本质的改变, 商家依然会面临困境和难题。所谓的数字零售, 依然走在搭建中心, 构筑烟囱的路上, 如何建立一个去中心化的, 完美融合的全新的零售体系, 才是保证零售行业有新的发展的关键所在。

智慧零售, 便是在这样的大背景下诞生的。

改造仅是开始, 融通才是关键

回归从电商时代过渡到数字零售时代的发展, 我们可以看出的是, 人们对于零售行业的改造痕迹。传统电商时代, 改造的方式是通过将用户的行为和消费习惯从线下转移到线上来实现的。这种方式带来的是, 传统供求方式的改变, 以往我们需要在线下的场景里完成的消费和沟通行为, 现在只需要在线上就可以轻松实现。亚马逊、淘宝和京东, 几乎都是在这样的大背景下诞生的。

当流量的迁移红利不再, 人们开始了更深层次的改造, 他们通过渠道下沉、去中间化的方式, 将供求两端再一次对接在了一起。我们看到的拼多多、淘特等电商新物种, 都是在这样的大背景下出现的。

除了下沉之外, 我们还看到了以微盟、有赞为代表的SaaS服务商开始对传统零售商家进行数字化的转型和升级, 帮助他们将原本线下的营销、财务、供应链等环节进行数字化的处理, 从而实现了零售行业内元素的数字化改造。

无论是流量的迁移, 还是内在环节的数字化, 其实, 人们更多地关注点是在于对于零售行业的改造上的。在改造的过程中, 他们是基于原有零售行业的流程和环节来实现的。而在改造之后, 零售行业的流程和环节还是以往的流程和环节, 只是表现形式变成了互联网式的, 抑或是数字式的而已。

不可否认的是, 这样一种改造, 的确给零售行业的发展带来了新的发展潜能。然而, 如果仅仅只是改造, 而没有零售原有元素、流程和环节的深入融合, 那么, 所谓的零售, 或许依然传统的逻辑, 传统的模样, 只是它的效率得到了提升而已。等到这种改造所释放的红利被消耗殆尽, 我们就需要打破原有的界限和壁垒, 从融通上做文章。于是, 智慧零售, 开始被推到了前台, 并且开始了对零售行业的深度融通。

营销仅是开始, 产业变革才是本质

如果对电商时代和数字零售时代做一个总结的话, 我们就会发现, 几乎所有的玩家都将关注的焦点聚焦在了营销的方式和方法上。说到底, 他们的唯一目的, 就是为了获得流量。然而, 这种发展模式在流量红利依然存在的大背景下是有效的, 等到流量见顶, 这种以营销为主导的发展模式必然开始面临新的困境和难题。于是, 我们就需要中后端的产业本身着手来寻找新的发展机会。

从这个角度来看, 以流量为主导的零售行业的发展模式仅仅只是一个开始, 而流量之外的产业变革, 特别是零售行业与上游产业的深度融合, 才是关键所在。仅仅只是借助对流量的获取方式的改变, 仅仅只是局限于对零售本身的流程和环节的改造是不行的, 我们还需要对零售本身更大的变革。

借助零售来回溯到上游的生产制造企业, 让生产制造企业的生产变得更加智慧, 更加有目的性, 而不是按照自身的想法去生产, 才是真正实现产业变革的关键所在。如果零售行业的新价值在这里, 那么, 我们仅仅只是借助数字技术对零售行业的内在流程和环节进行数字化的改造是不够的。打破零售行业原来的环节壁垒, 推倒横亘于零售行业内部的烟囱系统, 真正让零售行业进入到智慧化的发展阶段, 才是关键所在。从这个角度来看, 智慧零



售, 同样是数字零售的必然。

数字仅是工具, 智慧才是终局

数字化, 是智能化的先导。这一点, 正在成为越来越多的人的共识。无论是在零售行业, 还是在制造行业, 这一点都是适用的。尽管数字化可以让零售行业从传统的有形存在, 变成一个无形的、数字化的存在, 但是, 我们始终都无法否认的是, 数字化仅仅只是一种工具和手段, 仅仅只是一个进行时。

当数字化完成, 特别是当数字化对于零售行业的内在元素、流程、环节进行了深度改造之后, 我们还需要将这些改造之后的数字化的资产、元素进行再一次的应用, 才能获得新的发展机会。智慧化, 便是在这样一个时候出现的。

从表面上看, 零售行业的智慧化是从零售行业内在的流程和环节的融通上开始的, 但是, 它的终点在于零售行业与其他行业的深度融合, 以及由此所达成的一个智慧化、智能化的世界。从这个逻辑来看, 数字化仅仅是开始, 仅仅是工具, 而数字化之后的再应用, 再升级, 才是终局。那么, 数字化升级和应用之后所达成的终极状态究竟是什么呢? 笔者认为, 正是智慧化与智能化。从这个角度来看, 智慧零售, 同样是数字零售的终局。

需求瞬息万变, 供给亟待智慧

观察零售行业的每一次变革, 其实, 从本质上来看, 基本上都是由底层的需要所引发的。电商时代, 用户的需求是可以快速、简单、便利地找到心仪的商品; 数字零售时代, 用户的需求是个性化、精准地找到心仪的商品。总之, 用户的需求是瞬息万变的, 我们只有不断地变换供给的方式和方法, 才能让供求两端持续实现高

效对接。

的确, 数字零售时代的来临, 的确让零售行业本身的运行效率得到了提升, 并且让零售内在的流程和环节都获得了改变, 但是, 如果仅仅只是将这种改变局限在零售行业内部, 而没有反馈给供给端, 供给端依然在按照传统的逻辑进行供给, 那么, 面对瞬息万变的需求, 传统、陈旧的供给方式同样要面临诸多挑战的。

因此, 如何在需求端瞬息万变的大背景下, 赋予供给端更多智慧的方式和方法, 并且真正让前端的零售与后端的生产制造、供应实现无缝连接, 才是保证供求两端可以实现真正意义上的平衡的关键。

很显然, 我们现在所看到的数字零售仅仅只是局限在改造零售本身, 而没有与上游的生产制造端实现深入、全面地联通。因此, 纵然是它获得了发展, 但是, 这样的发展依然是不可持续的。只有真正实现了需求与供给的高效、智能的对接, 深度改变了传统意义上的需求和供给模式, 才算是真正完成了数字化零售的全部升级与改造。基于这种逻辑, 我们同样可以肯定的是, 数字化的零售, 仅仅只是一个开始, 融合了需求与供给的智慧零售, 才是终局。

经历了数字零售的洗礼, 越来越多的人开始感觉到仅仅只是用数字化的手段对零售行业进行改造, 仅仅只能解决零售本身的困境和难题, 无法为零售行业的持续发展获得力量。于是, 人们开始思考零售进化的新通路, 智慧零售便是在这样的大背景下诞生的。当智慧零售开始出现, 数字零售便不再是终局, 而是变成了一个进行时, 而比它更具前瞻性的智慧零售, 则成为了它的必然。



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。

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。

地道陕西名吃, 聘请原陕西丈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

