



新零售第二弹

2018新零售研究报告

MobData研究院出品

这是一个最好的时代，也是一个最坏的时代

- 新零售不知不觉已经进入2周年，2016年末“新零售”概念产生，2017年各种业态开始风生水起，生鲜电商、无人货架成为资本“宠儿”，零售企业从未如此受到关注。可以说，尽管零售实际上没什么新旧之分，但如果没有“新零售”这个概念，没有由此引出的一系列新物种、新模式，实体商业在经济增长放缓的大环境下，可能还处于漫长的沉寂阶段；
- 经历了2017年的小试牛刀与2018年的快速发展，新零售赛道上的竞争已经进入白热化阶段。在各方玩家的竞逐下，人们既看到了零售新业态与新物种的问世，也看到了传统零售的转型升级。那么，2019年行业将何去何从？相信这是很多人关心的话题。



目录 Contents

1. 2018新零售内涵篇

本质未变，多维创新

2. 2018新零售主要赛道篇

3. 2018新零售大数据篇

4. 新零售未来趋势篇

2017年是新零售发展“元年”，本质是线上+线下+物流的一体化



新零售诞生契机

线上零售遭遇天花板

- ✓ 电商的线上流量红利见顶；线上边际获客成本较高

移动支付等新技术开拓了线下空间

- ✓ 智能终端的普及，让消费不再受时间和空间制约

新中产阶级崛起

- ✓ 消费升级，更关注消费体验和自我价值的满足和实现

零售市场集中度不高

- ✓ 中国零售市场集中度不高，尚有进一步发展空间



新零售表现形式

线上发展线下

- ✓ 线上平台接入线下模式，拥有线下仓库、门店、物流

线下发展线上

- ✓ 线下开通线上渠道，打造官网、线上门店、小程序等

联动发展

- ✓ 线上线下相互导流，统一进行运营管理

统一管理

- ✓ 线上线下同步联动管理用户，统一进行品牌管理

新零售范围

范围不断延展，思维不断创新，万物皆可“新零售”

2017主流新零售范围

聚焦零售存量市场



2018新零售主要延展范围

聚焦零售增量市场



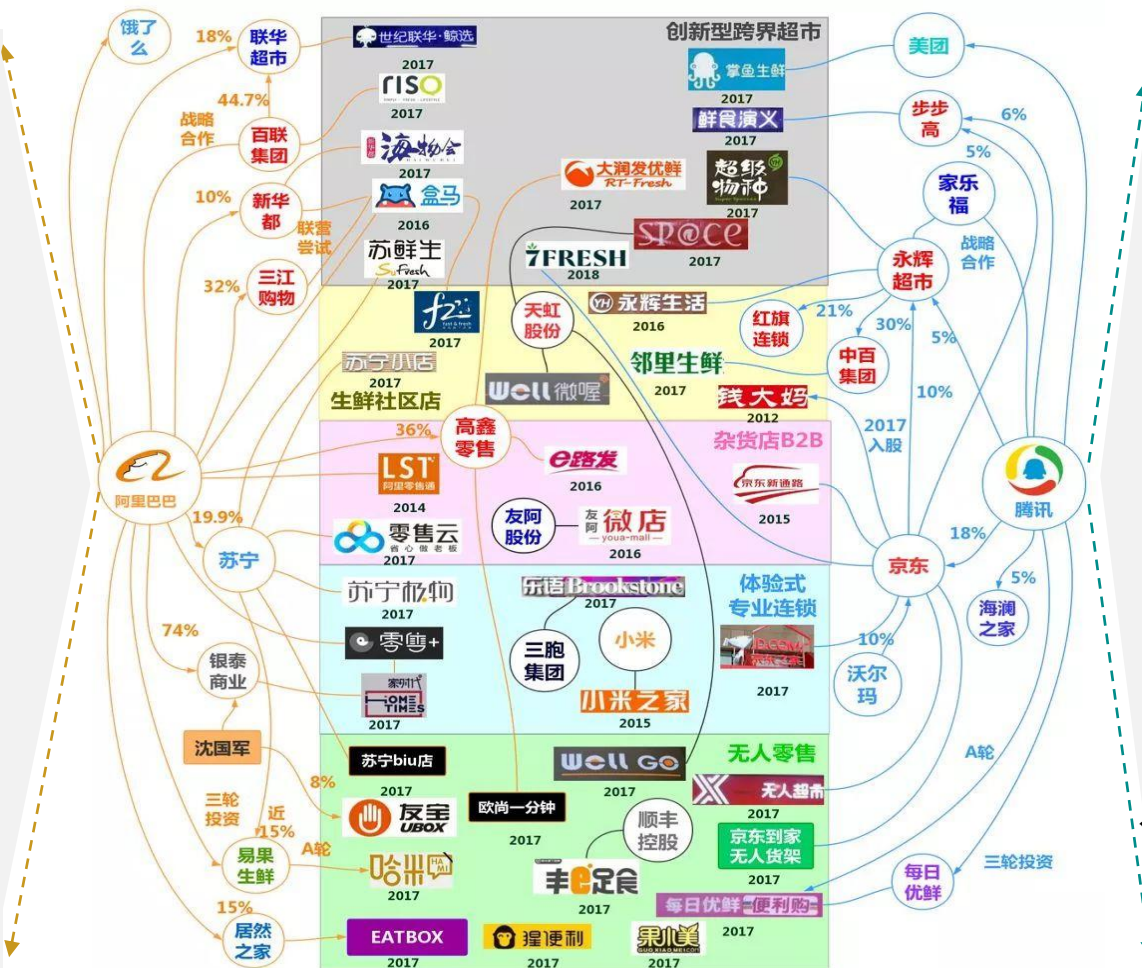
新零售竞争格局

互联网巨头从跑马圈地到合纵连横，阿里系vs腾讯系，输赢未见分晓

MobData 研究院 阿里系

“轻资产” + “重股权” 的阿里系

- ✓ 阿里自马云在2016年末提出新零售概念后，一直积极布局（主要以股权收购为主，占股比例较高）；
- ✓ 模式属于典型轻资产平台模式，只提供数据和营销支持，具体运营交给合作伙伴；
- ✓ 阿里只做**第三方商户平台**，没有自营库存和自建物流；
- ✓ 各业态以阿里为中心，紧密配合，形成团结一致的关系网络



MobData 研究院 腾讯系

“重资产” + “轻股权” 的腾讯系

- ✓ 马化腾曾公开表态“腾讯不做零售，只做底层，把机会让给所有合作伙伴”这一点腾讯与阿里相似，主要以**入股方式参与零售业态布局**，但股权占比相对不高；
- ✓ 腾讯布局新零售领域，主要通过**与京东、永辉超市的合作**，形成“三足鼎立”态势；
- ✓ 京东当前以自建物流的“**重资产**”模式布局新零售，打通线上与线下渠道

新零售+大数据

线上+线下数据交叉互动是关键，人即数据



依托大数据引导效率提升 沟通效率

- ✓ 用户数据积累为沟通预先准备
- ✓ 人工智能客服减轻人工客服压力，沟通方式多样
- ✓ 品质升级减少客户挑选时间
- ✓ 购买所需市场大大缩短

物流效率

- ✓ 智能化、无人化仓储与运输，大大提高运输与物流效率
- ✓ 前置仓的探索，大大缩短最后一公里的配置时间
- ✓ 配送时间可以缩短到1小时

选择效率

- ✓ 千人千面的商品推荐与组合
- ✓ 消费者无需投入大量时间即可买到自己心仪的产品
- ✓ 深度体验，帮助决策

新零售转型

从需求侧到供给侧转型，大数据应用场景多样化



预览已结束，完整报告链接和二维码如下：

https://www.yunbaogao.cn/report/index/report?reportId=1_38129

