

# 疯长的新零售,何为正确的飞翔姿势?

新零售行业的发展正在进入到一个全新的发展阶段。这是人们之所以感觉新零售销声匿迹的根本原因所在。对于当下的新零售来讲,真正决定它的发展的不是资本是否雄厚,而是能否真正将新零售进行落地。以智慧物流、大数据赋能、无人超市为代表的零售元素的出现,正是这种现象的直接体现。

与早期资本运作期的大刀阔斧不同,这个阶段,新零售行业的发展更显沉稳和坚定。虽然缓慢,但是,它发展的每一步总是可以给我们带来不一样的改变。常言道,改变是一件艰难的事情。但是,如果仅仅只是打打概念,缺少落地,所谓的新零售或许仅仅只是停留在表面,无法真正付诸实现。

值得注意的是,当新零售行业的发展进入到当下这个阶段,或许才是真正考验它的时刻。对于新零售来讲,缺少的不是概念,而是真正可以落地的能力。无论是新零售体系的构建,还是基于新零售而来的对于B端的深度赋能,其实都是新零售正在从理想照进现实的直接体现。

平静之下,新零售正在疯长

从表面上来看,新零售市场一片平静。在这片平静之下,新零售行业其实正在经历一场疯长。相比较早期那些不靠谱的概念,这个阶段的新零售更加接地气,更加能够将新零售的概念付诸实施。看看阿里、京东不断在新零售落地上的探索,这两家企业开始真正用带有浓烈的新零售色彩的东西来进行新零售的落地,从而把新零售带入了一个全新的时代。

B端正在成为新零售的主要用户。相对于电商时代对于C端用户的争夺,新零售时代的B端用户才是真正被改造的对象。因此,谁掌握了B端流量,谁能够给B端用户带来深度改变,谁就能够在新零售时代笑傲群雄。在这个大背景下,我们越来越多地开始看到B端用户成为新零售的主要用户。

不断丰富和完善的对于B端用户的赋能手段,让原本迟迟打不开思路的新零售有了突破口。无论是改变传统意义上的生产方式、供应方式还会营销方式,新零售玩家总是可以找到恰当的赋能手段。大数据赋能产品设计、智能机器人在物流行业的应用、直播的风靡其实都是新零售赋能手段正在变得丰富的表现。

伴随着赋能方式的丰富和多元,面对B端用户,新零售玩家不再束手无策,而是开始可以从不同的角度来满足他们的需求。在C端流量枯竭的大背景下,B端用户正在成为新的流量担当,并且开始为新零售玩家打开一个全新的发展新风口。

新技术的作用正在不断被发挥。电商时代,几乎所有的平台都是用互联网技术搭建一个平台,然后在这个平台上面买买双



方进行对接。真正驱动电商平台的是互联网技术。我们看到的对接、共享都是基于互联网技术来实现的。当新零售时代来临,特别是随着新零售的不断成熟,以大数据、云计算、区块链和人工智能为代表的新技术开始在其中发挥越来越重要的作用。

最值得一提的是,大数据时代的来临所带来的传统设计、生产逻辑的深度改变。以阿里、京东为代表的新零售玩家其实都是在用它们在互联网时代积累下来的数据对传统行业进行深度赋能,从而来获得新的发展机会。阿里云、京东数科都是大数据日渐在新零售行业当中开始发挥作用的直接体现。

随着人们对于新零售的不断成熟,特别是随着新技术的不断完善,它在驱动行业发展过程当中开始发挥着越来越重要的作用。从新技术的角度来看,我们同样可以看到新零售开始茁壮生长的现象。随着新技术的不断丰富和完善,特别是随着新技术与实体行业结合的日渐紧密,我们还将会看到更多源自于新技术的变化出现。

新模式开始逐渐取代传统模式。人们之所以会对新零售产生质疑,其中一个很重要的原因就在于很多的新零售玩家依然在用B2B模式来进行新零售之实。实质上,处于电商时代向新零售时代迈进的阶段,在B2B模式尚未真正退出历史舞台之前,人们的确在用B2B模式行新零售之实。人们对于新零售的质疑也就不奇怪了,当人们依然用B2B之名行S2B之实的时候,新零售遭受质疑便是理所当然的。

随着大S平台的不断完善,特别是平台去中心化的持续开启,B2B模式开始发生着越来越多的深度改变。当这个改变不断发生,我们还将会看到更多基于新零售的新事物的出现。这个时候,新零售便不再仅仅只是一个建构于B2B模式的存在,而是变成了一

个建构于S2B模式之上的存在,从而开始把新零售从理想带入了现实当中。

对标阿里、京东,我们同样可以看出这样一种发展脉络。它们开始不再单纯地扮演平台角色,而是开始扮演参与者和入局者的角色。当以阿里、京东为代表的大型平台完成了这一角色的改变之后,S2B模式才算是真正落地,并且成为一种全新的驱动行业发展的新力量。

当下,新零售行业的发展远不及早期那样大刀阔斧,而是开始变得谨小慎微。对于新零售来讲,这绝对是一个发展的新机遇。把握好这个机遇,我们才能从电商时代真正挣脱出去,进入到完全属于新零售的全新发展阶段里。这个时候,新零售才能告别平静,真正进入到爆发式的全新时代。

新时区里,新零售如何迎风飞翔?

对于新零售来讲,当下这个阶段无疑是一个全新的发展阶段。结合当下新零售市场的状态,找到新零售玩家们迎风飞翔的正确姿势,才是新阶段发展的正确方式和方法。

告别资本至上的思维,真正从新零售本身寻找机会。互联网时代,人们对于流量和资本思维其实是相当迷恋的。这个习惯一直延伸到了新零售时代,所以,在新零售发展的早期,很多的玩家其实都是把新零售看成是一个融资的手段来看待的。这个时候,新零售不再是改造传统生产方式的手段,而是变成了一种融资手段。

虽然资本至上的发展模式让新零售获得了快速的发展,但是,这种发展是不可持续的。因此,当资本退潮之后,我们看到了新零售的降温。当新零售进入到精耕细作之后,资本在其中扮演的不再是那么重要的作用,通过新零售本身寻找发展新机会,成为越来越多的玩家开始关注的重要领域。

如果我们要寻找新阶段新零售发展的新机会的话,从新零售本身来寻找发展新机会无疑是一个更加重要的方向。相对于资本的供血,基于新零售本身的自我造血,或许才是它真正可以获得持续发展的关键所在。这是我们看到那些真正可以自我造血,可以有比较亮眼数据的新零售平台之所以会不断发展的关键所在。

关注行业改造和升级,真正让新零售成为满足用户消费升级需求的手段。在互联网时代,真正决定一个平台好坏的关键在于它到底有多少的流量。这是那个时代之所以会出现如此多的流量平台的根本原因。有了流量,就有了市场,有了盈利的可能性。当新零售时代来临,一味地去关注流量早已不再奏效,因为现在的流量已经是消费升级的流量。

真正获得发展机会的关键在于用供给侧的升级来满足用户的消费升级。当新零售行业的发展开始进入到新时区之后,找到真正改变行业,改造行业的方式和方法,才是新零售真正可以持续发展的关键所在。不再一味地关注流量的多少,而是关注对行业是否能够有新的改变,或许才是新零售得以持续发展的关键所在。

在这个阶段,我们不一样以流量的多少来衡量一个平台的好坏,而是要从是否能够对行业进行深度改造来判断玩家们的实力。只有这样,新零售行业的发展才能真正跳出原有的发展逻辑,进入到一个全新的发展阶段,新零售时代才算是真正来临。

不做旁观者,真正让新零售成为行业的一份子。经典的互联网模式并不把平台看成是行业的一份子,而是游离于市场之外的旁观者。虽然在互联网红利期,这种发展模式非常有效,但是,一味地做旁观者,最终让平台方始终缺少对行业的深刻认识,更加不能与行业携手前行。

人们之所以质疑电商的平台模式,其中一个很重要的原因就在于它仅仅只是一个交易达成的场所而已,并未真正参与到行业的实际运作过程当中。进入到新零售时代,不再有旁观者,每一份子都是新零售的组成部分,每一份子都是新零售的元素。只有这样,我们才能真正从根本上让新零售行业的发展方式跳出电商的逻辑,真正进入到一个全新的时代。以阿里、京东为代表的新零售巨头现在都是通过不同的方式深度参与了行业运作的方方面面,从而真正给行业的发展带来真正的影响和改变。经历了野蛮生长,新零售行业的发展开始进入到新的发展阶段。从表面上看,新零售的发展势头不及以前,实际上,它的发展却正在经历一场前所未有的变革。新零售行业的发展正在进入到新时区,找到正确的飞翔姿势,我们才能真正在新时区里持续发展。

## 日本让“芯”回归的真正目的何在

近日,国内外媒体纷纷关注日本对英特尔和台积电伸出橄榄枝的新闻。人们不禁产生疑问,牢牢掌控上游科技、在芯片制造业老而弥坚的日本,为何还要急着迎娶土肥圆的下游“晶圆代工厂”?

2019年发生的日韩摩擦犹在眼前。日本之所以有底气对韩国要横,其根本原因就是韩国半导体制造业对于日本高科技材料的长期依赖。体会有恃无恐的底气十足,日本自然也懂得受制于人的谨小慎微。而当2020年新冠肺炎疫情在世界范围内蔓延,更让“芯”的回归成为日本的当务之急。

首先,新冠肺炎疫情的蔓延,让全球化供应链体系出现断裂。2019年,美国就已经在紧密联系英特尔方面,希望后者将晶圆代工厂设立在猎猎飞扬的星条旗下。而2020年年初,新冠肺炎疫情席卷全球,突如其来的阴云打乱了全球经济联动的节奏。中国、越南、东南亚等国家和地区生产工厂的相继减产甚至停摆,国际物流进入慢速道,全球化体系崩塌的危机,导致与集成电路相关联的汽车制造业、电子设备制造业等陷入僵局。

正如专业人士所说:“集成电路是一个高度全球化的产业,但这与形成一个自主可控的集成电路产业链并不冲突。在全球化领域下,做掌握最多资源、最大话语权的一号人物无疑也是许多国家所期待的国际定

位。

其次,中国在自主研发方面大手笔投入,逐渐摆脱对国外技术的依靠。在此次新冠肺炎疫情中,中国作为最早爆发出疫情,同时也是最早恢复经济生产的国家,引起了邻国日本举国上下的高度关注。同时,4月份,中国对日本的出口额大幅增加,除了口罩、消毒液等防护物资,还有一个重头的出口产品,就是个人便携式电脑。真金白银的交易,可圈可点的数字,让日本政府和经济研究部门瞪大了眼睛。日媒也注意到,即使在新冠肺炎疫情最严峻时期,位于武汉的三家巨型晶圆代工厂也没有停工。3月,在中国的新肺炎疫情刚刚出现企稳迹象时,国家集成电路产业投资基金已经对武汉注资。

2014年9月,中国成立了国家集成电路产业投资基金,2019年10月,中国又成立了国家集成电路产业投资基金二期股份公司。或许可以这样说,近年来的中美贸易战对于中国来说是一次利好。正是由于美国限制了对中国的芯片等产品的出口,加速推动了中国自主生产的步伐。伴随着“中国制造2025”行动纲领的逐步推进,从国家层面加大对产业基地的布局,鼓励上游技术研发,曾经作为“世界工厂”的中国正在一步步摘下“代工厂”的标签。而作为具有强烈危机感的国家,日本政府不会坐等自己国家被时代抛弃。与其被近邻中国绕开、坐以待



毙,不如未雨绸缪,有备无患。

再次,国际形势变数增多,迫使日本加大国内投资。有目共睹,作为日本盟国的美国,迎来了一位任性的领头羊。不过,即使在其他领导人治下,这位盟友也必定是以本国利益为最根本的出发点。1978年的东芝遭受制裁事件,成为日本杯弓蛇影的痛。

简单的说,日本一方面在科技领域领跑全球,另一方面却又要碍于盟友的面子,不能随意选择买家、待价而沽。如果高新技术无法最大限度的转换为经济价值,等于有价

无市,一切都归于零。而如果仅仅将影响力局限于市场研究和电路设计上,必将影响日本半导体行业的发展,在日薄西山的路上越走越远。同时,适时的摆脱盟友美国的“保护”,也是日本首相安倍晋三的“小目标”之一。一石数鸟的事情,何乐而不为呢?!

无论“土肥圆”最终花落谁家,日本是否能够把“芯”收回来,都无法动摇“中国制造2025”坚定的步伐。但身处智能时代,关注芯片市场的重新布局,对于未来国家关系的走向至关重要。