优衣库为何也要蹚水移动支付市场?

作为快消品的优衣库在年轻人中的影响力还不错,尤其是曾经的更衣室风波更是让其名噪一时。在一些城市的大商超中,基本都可以看到优衣库的身影,这也说明其在市场的拓展能力,以及受欢迎程度都是有目共睹的。优衣库能够获得年轻人的青睐自然是其成功的秘籍之一。而优衣库之所以受到的追逐,除了价格之外,还有一点就是迎合了年轻人的需求,以及对应用场景的一种快速适应和改变。

近日,我们看到,优衣库的运营商,日本时尚巨头迅销集团(Fast Retailing)将在其智能手机应用中增加支付功能,让消费者可以更加轻松地在店内进行支付,顺带帮助优衣库提高销售的效率。在移动支付异常火爆的今天,后进入者其实市场机会并大不,因为用户习惯的养成在一定程度上是难以被改变的,除非原有的模式被颠覆了。当然,优衣库在意的是日本本土市场,在日本市场打通移动支付的瓶颈可以给用户带来更多选择的机会,对于提升用户黏性还是非常有帮助的。

此举不由得让笔者想到在永辉超市中是可以使用京东支付,直接使用京东到家服务,在自己选择好产品之后,使用手机支付,然后通过独有的电商渠道离开。和超市本身的运营并不冲突,而且还有一些折扣优惠活动,这也是电商和商家(渠道)的另一种合作模式,渠道商需要借助电商带来的流量,电商也可以在线下直接"抢夺"渠道的用户群。当然,在极大程度上是相辅相成的过程,是用户本身的一种选择。以及在产品的交叉中使竞合关系更强,单纯地竞争关系是其次的。

优衣库启动自己的手机支付功能,其实也是大多数电商,包括渠道门店愿意尝试的一种方式,一方面可以通过直接支付减少了交易的中间环节,还可以让用户在选择的时候更加简单和直接。另一方面,也让年轻人用自己喜欢的模式来支付,一解排队之忧。尤其是在节假日人流较大的时候,这样的结算模式无疑更加便捷,用户的体验也会更好。

此外,开通移动支付功能,对一个品牌的黏性提升是有益处的。而且拥有了支付功能之后,可以积攒更多的用户数据,以及由此带来的消费习惯数据流分析。同时也可以带来更多的活动或者消费刺激活动。我们看到,很多餐饮连锁店,或者区域内的品牌,都喜欢推出自己的服务会员卡项目,虽然没有支付功能,但通过会员卡的预付费功能,吸引用户进行储值,通过一些服务、优惠、让利来锁定自己的忠实用户群。

推出移动支付的优衣库,显然也想进行类似的尝试,虽然移动支付不需要储值、预付费等等项目,但是便捷的支付手段,可以让用户的体验提升,并通过一些活动刺激用户的忠诚度。不断地吸引消费回流,这也是锁定用户群的一种策略。目前在很多实体店中都有尝试,即使是一个小小的宠物门店,都要推出自己的会员卡,那些理发店、形象工作室更是如此,目标都是吸引熟客的反复消费。

据悉,此前,优衣库的消费者在线下门店使用电子支付时,支付由第三方服务处理。而如今,Fast Retailing将通过优衣库的手机端应用自己处理这些电子支付。在日本,目前规模最大的移动支付应用是PayPay,目前拥有3500万注册用户。

值得关注的是,优衣库应用目前的下载量大约为3000万次,这意味着,在增加了支付功能后,Fast Retailing将成为日本最大的拥有移动支付功能的零售商。据悉,Fast Retailing与三井住友银行合作开发了Uniqlo Pay移动支付服务。今后,Uniqlo Pay还可以用于线上购物。而在国内市场,不知道这种移动支付是不是得到许可。当然,国内移动支付的手段颇多,优衣库即使在中国市场被允许推出支付功能,也不会对市场造成什么冲击,因为中国用户的习惯养成是支付宝和微信造就的。目前这二者才是真正的移动支付市场的主导。无论是苹果Apple Pay还是银联的支付,都难以对这二者造成实质性的竞争压力。

特斯拉对中国工业有多重要?

最近美国媒体在采访特斯拉CEO马斯克时,我们破天荒地听到一个欧美白人对中国人权的赞美。马斯克说:中国政府很关心人民福祉,可能比美国政府对人民福祉更有责任感,中国若不在乎人权,怎么可能会有平等和公平的竞争环境?

习惯在外交部例行记者会上怼洋人的华春莹一听到老外谈人权,本来已经进入一级战斗状态,突然听到白人竟然在夸咱们,华姐一时竟有些不适应,我看她略微调整了一下,没找到特别恰当的词汇回应,便用外交常用辞令回复了提问。

这么突然的表白,真的让我们有点措手不及。

马斯克对中国一堆溢美之辞是可以理解的,毕竟是中国让他从破产边缘上升到世界首富,从地狱边上一把将他拉了回来。

中国官员办事,历来以务实为主,不可能让马斯克白嫖,帮助马斯克的特斯拉在中国狂飙突进,当然对中国有好处。

来上海建工厂之前,马斯克同上海市政府签定了对赌协议:上海给特斯拉年利率3.9%的贷款,特斯拉从上海临港以一成价格拿地,但从2023年开始,特斯拉要向上海每年纳税22.3亿元人民币,如果达不成这一条件,则必须归还土地,特斯拉未来5年还要在上海工厂投入人民币140.8亿元的资本支出。

同时帮特斯拉解决土地和资金,这么优厚的条件,根本不是新能源汽车的打法,完全是巅峰时期房地产公司的打法。

美国国内现在分成了科技与宗教两大平行世界,我们牢牢绑定了以特斯拉为代表的科技世界,除了贴身缠斗外,给他们这么大好处,到底对中国有什么用?引进特斯拉,不会对中国国产电动车行业形成巨大的打击吗?像现在特斯拉拉升产量后疯狂降价,会不会完全摧毁中国的电动车行业?比亚迪、蔚来、理想、小鹏能活得下去吗?

下面,我尽可能用最简短的话来解答特斯拉对整个中国工业进步的巨大意义。

为什么特斯拉杀不死中国造车新势力?

在特斯拉之前,苹果公司已经来中国给我们作出过良好的榜样,带动了整个中国工业链条的飞跃式发展。

苹果高管当年接受《纽约时报》采访,说之所以选择将生产搬到中国,是因为中国有大量中级工程师、随时能提高产量的工厂、一站式高科技企业,这些都是全球其它国家都不具备的。

中国2020年就有874万大学生毕业,印度有300多万,预计到2030年中国和印度每年大学生数量超过全球一半,虽然印度教育一看就严重掺水,他们大学居然有8410所!远超中国的2879所,也超美国的5762所,但人数优势放在那,只要盯着印度有没有搞定中央集权,他们一搞定中央集权就会迸发出巨大能量,这些年轻人就会派上用场。

中国因为中央集权做得好,能轻易搞定土地、基建、集资等事情,加上通过大量教育补贴,培养出优质大学生,中高级人才源源不断供应市场,使中国拥有先进的生产关系,全球先进生产力只能匹配到我们这种环境才能迅速发展,苹果最终只能选择中国落地。

苹果到中国后,极大的带动了整个手机产业链的发展,比如柔性线路板行业,是因为iphone里面大量用柔性线路板带起了其他国产品牌逐渐增加柔性线路板的用量,整个行业就带起来了。

同理,苹果同样带动了连接器、声学产品、盖板玻璃、射频产品、摄像头模组等硬件产业链的发展,为中国大陆培养出了立讯精密、歌尔股份、蓝思科技、领益智造、鹏鼎控股、信维通信、硕贝德、欧菲光、大族激光、环旭电子、长电科技、深南电路、兆易创新、东山精密、欣旺达等一大批优先的上下游企业。

A股中还有一批没这么显眼的企业,但也属于苹果产业链,包括:华兴源创、燕麦科技、新纶科技、世华科技、彬彬股份、横店东磁、蓝特光学、赛腾股份、世纪鼎利、科瑞技术、矩子科技、松井股份等。

2020年苹果供应商名单前200名中,中国占86家,占比高达43%。

只有中国才能提供大量土地让工厂盖起来(莫迪现在还搞不定《土地法》,国大党天天用道德绑架他,说他在欺负穷人),也只有中国能提供大量优质工程师进入这些公司完成上下游搭建,这些其他国家都做不到。

苹果与中国互利互惠,苹果需要中国的供应链来维持一年2亿的产量,也同样为中国提供了500万个就业机会,帮中国培育了一大批优质工厂和工程师,提供了先进的管理经验、产品标准,为中国孕育出华为、小米、OPPO、VIVO等提供了土壤。

中国今天这些优秀的手机品牌不是从天上掉下来的,是有了土壤才会发芽成长的。

苹果吃肉,我们喝汤,等到我们长大了,再谈以后的竞争。

引进特斯拉是同样的道理。

特斯拉吃肉,我们喝汤,等到我们长大了.....

我们一直想搞好新能源汽车,从2009年到2019年这10年,补贴金额超千亿元,但是中国电动汽车完全没有形成和外资抗衡的竞争力,反而到处是钻研如何获得高额补贴。

你们不争气,那就想办法让你们争气。

特斯拉的到来,将拉动整个新能源汽车产业链的发展,涉及到十大部分,包括:动力总成系统、电驱系统、充电、底盘、车身、中控、内饰、其他构件、外饰等。一共有130多个供应商替特斯拉供货,而中国企业占据一半。

2020年12月29日,特斯拉副总裁陶琳说特斯拉的国产化率已经基本实现。

特斯拉在上海建厂后,因为关税、海运、仓储、零部件成本都下降了,其成本比在美国生产降低了65%!加上上游技术的不断革新,才会有了特斯拉Model Y今年疯狂降价的现象。

那特斯拉疯狂降价,会不会摧毁国内电动车行业?

我个人认为不会,特斯拉真正会摧毁的,绝不是国内的电动车行业,而会是传统燃油车行业。

前些日子丰田章男突然炮轰电动车,是真的急了。

世界都认为未来将会是电动车的天下,燃油车在后面小几十年一定会被淘汰,资本已经给出了答应,拥有83年历史的丰田市值为2121亿美元,中国成立刚6年的小鹏汽车2020年8月才上市,现在市值高达371亿美元,上市两年多的蔚来市值979亿美元,比亚迪现在市值也约1000亿美元,上市半年的理想汽车现在也有294亿美元。

要知道蔚来2020年只交付4.37万部车,小鹏只交付2.7万部车,理想只交付3.26万部车,比亚迪交只付了17.9万部新能源车,其中高端车汉月销售达到了1.2万台。

而特斯拉一年共交付近50万部车,市值达到了惊人的7700亿美元左右,相当于3个丰田,7个大众。

市值表明资本对未来的期待值,燃油车市场开始进入夕阳产业,大家都盯着电动车给燃油车挖坑。

在25万以上车型里,中国2020年销量340万台,Model 3只占14万台,占比4.1%,短时间内,特斯拉无法动摇燃油车的市场,现在特斯拉又跟个疯子一样降价,真把中国现在电动车品牌都锤死了咋办?

不重要,只要电动车上下游产业链在这里,中国可怕的消费市场在这里,就算锤死了蔚来、小鹏,马上也会诞生新的中国品牌站起来继续跟特斯拉死磕。

只要有产业链在,品牌就会起来,普通人平时接触到的是to C类事物,不关注这些,其实只要中国to B类根基在,新的挑战者就会源源不绝站起来。

特斯拉打死一个,还会再站起来一个,一直累到特斯拉打不动为止。

特斯拉的历史使命会和苹果手机一样,我们会让他们在15年内赚到足够多的钱,你们慢慢吃肉,但要顺便将中国的电动汽车产业链给我们整合优化起来,让上下游更强大、更健康,像苹果带出来华为、小米、OPPO、VIVO,特斯拉也会带出一批优秀的国产电动车品牌,这才是我们想要的。

我们图的不是现在,我们图的是将来。

最后,我们还要将视野再拉大一点。

我们要明白,为什么中国要疯狂发展电动车?

特斯拉最近价格狂降、质量老传出各种小毛病,都是整个公司急着赶工造成的,因为我们在驱赶着特斯拉要效率。

中国急着要完成全国转型,从燃油车汽车市场尽快过渡到新能源汽车市场。

这样不仅能倒逼新能源产业转型,还能摆脱中国对石油的依赖,以及在石油背后美元金融的控制,才是我们最终的目的。

电动车的发展,跟中欧投资协定、跟数字货币的推广、跟一带一路等大战略是一体的,是中国走向富强的几条主线。

只是因为国内电动车这十年的发展太不争气,拖了国家大战略的后腿,我们才坚定地引进世界最强的电动车公司,来帮助我们向前一步。

我们往后几年,会帮助特斯拉以更快的速度前进,至少在十年之内,特斯内前程似锦。

正是因为这样深深地绑定了特斯拉,马斯克才会一反白人们的傲慢,猛夸中国的人权状况。

毕竟,只有先喂饱了特斯拉,他才有力气,搅动历史的发展。