

苏宁大生态圈助力酒类新发展 与消费者品牌商共赢

■ 斐依霜

“经过 26 年的稳健发展,苏宁逐步夯实了发展智慧零售所需的大生态圈,可提供包括场景化、个性化服务、极致物流、线上线下融合服务在内的硬性支撑,这无疑为苏宁超市酒类发展提供了绝佳途径。”3 月 18 日,2017 中国国际酒业博览会开幕式上,苏宁超市酒类经营中心总经理丁雷说。

利用物流优势 15 仓直配 上午下单晚上就能畅饮

消费者网购下单后最关心的,就是物流送货的速度了。苏宁物流通过多年建设,形成了一张深度覆盖的大物流网络,已实现立体化存储、自动化拣选、可视化配送。此外,苏宁还在不断完善小件物流和农村物流,重点拓展航空物流、冷链物流和跨境电商物流,为平台商户、供应商和社会用户提供专业物流服务。

目前,南京、武汉、沈阳、北京等 15 个仓库直配、一日三送的苏宁物流服务,满足了消费者上午买酒、晚上畅饮的需求,有效提升了客户的满意度。

针对酒类商品,在本地化仓储、干支线运输以及末端配送上,苏宁物流以精细、科学运营方式确保商品配送的快速、安全。比如,针对地区做数据分析,酒类商品优先从产地到备货各地小件仓;运输路线和运输空间设计,保证酒类商品实现最少的路径、最合理的装车模式;在末端配送上,酒类商品到达快递点单独拣选,用户在验收商品时确认商品的名称、数量、价格、保质期等信息无误,确保商品包装完好无表面质量问题,方可完成签收。

2016 年,苏宁首次尝试打造抓住“最后一公里”商业模式,已经在南京市的部分社区试点开张一批“社区苏宁小店”。可以想像这样的画面,球迷们观看球赛时,忽然有想喝啤酒的冲动,便可以通过苏宁易购 APP 即刻下单,小店最快可在 1 小时内送到,可以在球赛结束前,享用到冰爽啤酒。

贵人鸟拟 27 亿收购威康健身 布局体育健身领域

贵人鸟日前发布公告称,拟以发行股份及支付现金相结合的方式收购威康控股、上海昱羽持有的威康健身 100%股权,交易价格初步确定为 27 亿元。同时,拟非公开发行股份募集配套资金,用于支付本次交易的现金对价。其中,发行股份及支付现金购买资产部分包括以发行股份方式购买威康控股持有的 75%股权,以支付现金方式购买上海昱羽持有的 25%股权。

乘风破浪 拓展健身领域业务

2016 年,国务院相继印发《全民健身计划(2016—2020 年)》《关于加快发展健身休闲产业的指导意见》。此次贵人鸟收购威康健身,就是顺应时代潮流,向健身休闲领域的拓展。贵人鸟方面表示,通过这次交易,公司业务范围扩展至体育健身领域,从而进一步扩大经营范围,增加主营业务收入来源,降低经营风险。威康健身成为上市公司的全资子公司后,可以借助上市公司的资本、资源优势,加速拓展业务布局,并进一步规范公司治理,提升管理水平,提高市场知名度和影响力,吸引更多优秀人才,拓展在健身行业的市场份额。

“对于坚决布局体育产业的贵人鸟来说,成功收购威康健身是一件值得庆贺的事。”福建体育产业研究中心研究员任慧涛表示,贵人鸟基于体育用品,逐步从运动鞋服制造及品牌经营转向体育产业运营。

欲速则不达 转型之路需谨慎

从传统的体育用品经营到体育保险、体育游戏、体育投资等市场的延伸,在一些业内人士眼中,贵人鸟的“飞翔”似乎有些急了,其他业务并未与主营业务实现有机链接,实现良好的协同关系。由于近年来贵人鸟不断对外收购,使得其资产负债率随之提高,这次高达 27 亿元的收购,或将进一步增加贵人鸟的债务,也会给现金流带来巨大压力,这无疑加剧了其财务风险。

任慧涛一方面肯定了贵人鸟的布局,另一方面也指出其布局太快的弊端,“除了要注意投资机会外,更不能忘记投资回报。目前来看,贵人鸟有些投资与公司本身擅长的领域并不挂钩。”“在当前体育产业爆发的大环境下,企业不可能再像以往那么保守,体育品牌企业本身都有很多体育资源,但是从鞋服制造商到体育产业运营商之间仍需求稳,心急吃不了热豆腐。”任慧涛表示,新收购的威康健身品牌形象高于贵人鸟,后续双方将如何合作、品牌形象如何融合、如何稳定发展都是很大的问题。(李晓明)

“经过 26 年的稳健发展,苏宁逐步夯实了发展智慧零售所需的大生态圈,可提供包括场景化、个性化服务、极致物流、线上线下融合服务在内的硬性支撑,这无疑为苏宁超市酒类发展提供了绝佳途径。”3 月 18 日,2017 中国国际酒业博览会开幕式上,苏宁超市酒类经营中心总经理丁雷说。

借助苏宁体育做大场景化消费 推出足球定制产品

眼下,由于国家对足球产业的大力扶持,以及互联网电视的普及,足球运动的影响力,已经从一二线城市渗透到三四线城市。

苏宁体育是苏宁集团的重要新产业板块之一,目前坐拥江苏苏宁足球俱乐部、江苏苏宁女足足球俱乐部、意大利国际米兰足球俱乐部等庞大的体育资源。据统计,仅江苏奥体中心均场观看人次就达 4 万人,累计球迷消费市场极其广阔。球场 LED 大屏,球衣前胸、后背、袖标,现场布展等,均是位置最佳的场景化露出,可有效触达上亿足球粉丝。

苏宁体育让消费者享受各大体育盛事的同时,也为酒类供应商创造出粉丝营销、广告冠名、品牌曝光、场景定制等机会。通过大数据分析,可识别出消费者的球迷身份,通过反向定制具备足球标识的酒类产品,定制有顶级俱乐部授权的酒类产品,可最大化地满足球迷的个性需求。

此前,苏宁已经与古井集团联合推出一款苏宁定制的 50 度 4000ML 足球原浆酒,一比一复制足球大小,深受球迷喜爱。而据透露,近期,借助苏宁足球的资源优势,苏宁超



市还将定制国米足球俱乐部授权的意大利达里奥骑士原瓶进口红酒,并引进到国内,给球迷更高品质的享受。

借助金融、超级 IP 资源、线下等多方资源 与品牌商、消费者共赢

如果说物流、定制品是消费者关心的,那么金融服务和文创超级 IP 资源则是酒类品牌商更关心的话题。

据介绍,苏宁金融集投资理财、众筹、消费金融服务于一体,可以为供应商提供企业贷服务,消费者也可以使用任性贷,解决不时之需。另外,苏宁金融还可以运用众筹方式对窖藏酒、特色新品进行首批推广销售。

在品牌传播方面,传统的广告传播渠道已经不能满足互联网时代的需求,影视植入等方式成为新宠。苏宁文创目前拥有 PPTV、苏宁影视、苏宁影城等业内领先的文化板块。酒类品牌完全可以借助苏宁文创旗下的龙珠直播、游戏资源,植入由苏宁文创集团投拍的大 IP 影视剧及与之合作的综艺资源等等,推出场景定制酒,比如《三生三世十里桃花》中

的桃花醉酒产品。

此外,“智慧大脑”苏宁大数据平台能够帮助酒类品牌方了解全国亿万消费者的消费习惯,使其对产品结构和铺货计划进行优化调整,进而提升自身供应链管理效率。对于消费者而言,苏宁数据云能够按照消费者的个人兴趣、年龄、职业等近千种维度进行人群细分,帮助达成精准营销,更好地满足消费者的个性化需求。

智慧零售的另一大要点是要求购买便捷化。在苏宁现有的近 4000 家门店的基础上,苏宁超市线上所售酒类商品,线下可全面铺货全国各级市场,最近的苏宁小店可在 1 小时内送达货品。未来,消费者可在遍布城乡的 2000 余家苏宁易购直营店内直接购买,也可在苏宁易购服务站扫码下单、线上直发。

眼下,五粮液也将联合线下苏宁云店探索体验店项目,打造 O2O 闭环。未来,苏宁超市亦不排除采取宜家式的场景销售模式,让消费者身临其境,充分感知购物的乐趣。

“基于苏宁完善的电商大生态圈,我们相信不久的将来,我们的消费者可以完全享受到个性化、定制化、场景化的消费体验。我们的供应商也可以和苏宁一起共创共赢,分享智慧零售带来的果实。”丁雷说。(中新网)

发改委主任:深化改革破解经济三大结构性失衡

国家发展改革委主任何立峰 19 日说,当前中国经济发展面临实体经济结构性供需失衡、金融和实体经济失衡、房地产和实体经济失衡,必须用深化改革的办法,提高供给体系质量效率,实现供求关系新的动态均衡。

何立峰当日在中国发展高层论坛 2017 年会上说,我国供给体系产能虽然十分强大,但大多数只能满足中低端、低质量、低价格的需求。同时,我国存在资金脱实向虚现象,大量资金在金融体系内自我循环,加大了金融体系风险,加重了实体经济的融资困难。

此外,大量资金涌入房地产市场,一度带动一线城市和热点二线城市房价过快上涨,推高了实体经济成本。

今年是供给侧结构性改革的深化之年。何立峰说,随着去产能等重点任务的深入推进,一些深层次的矛盾问题可能日渐凸显。面对挑战,既不能畏难厌战,又不能急功近利,必须用科学的方法来引领和指导。

何立峰说,一方面,要遵循市场规律,完善市场机制,打破行业垄断、壁垒阻隔和地方保护,加快形成统一开放、竞争有序的市场体系,提高企业资源要素配置效率和竞争

力。另一方面,要用改革激发市场活力和社会创造力,用政策引导市场预期,做到政府行为不缺位、不越位、不错位。此外,供给侧结构性改革是一个长期过程,不可能一蹴而就,必须保持战略定力。

何立峰还表示,今年要重点推进五方面工作:一是着力创新制度供给,优化要素配置;二是着力实施创新驱动,振兴实体经济;三是着力扩大有效需求,稳定宏观环境;四是着力防控潜在风险,坚决守住底线;五是着力保障改善民生,增强人民获得感。(陈伟伟 潘洁)

十堰工厂二届四次职工代表大会召开

3 月 14 日上午,东风德纳车桥十堰工厂召开二届四次职工代表大会暨 2017 年形势目标报告会,在回顾总结 2016 年工作的基础上,明确 2017 年工作思路 and 重点。

2016 年,该厂一级 KPI 全部达成,期望交付满足率达 99.73%,0 公里 PPM(卡车)下降 23%,自制件索赔率下降 9.8%,长期库存下降 34%,JPMH 提升 22.3%.完成三级改善课题 3091 项,其中工厂级改善课题 11 项,包括锅炉房拆除、液化气改天然气等大型施工改善项目。平稳推进业务、组织机构及员