

“新零售大家说从0到1,其实中国百货零售应是-1到1的过程”。在日前举行的2017年联商网大会上,银泰商业集团CEO陈晓东如是阐述其

对新零售的看法。作为中国百货零售巨头高管,他强调新零售要以客为先,千万要摒弃以店为先的想法。

银泰陈晓东的新零售思维:从-1到1的过程

“新零售大家说从0到1,其实中国百货零售应是-1到1的过程”。在日前举行的2017年联商网大会上,银泰商业集团CEO陈晓东如是阐述其对新零售的看法。作为中国百货零售巨头高管,他强调新零售要以客为先,千万要摒弃以店为先的想法。

去年10月的云栖大会上,浙商总会会长、阿里巴巴集团董事局主席马云在演讲中第一次提出了新零售。他指出,未来的十年、二十年,没有电子商务一说,只有新零售。由此,何为新零售、如何实现新零售开始成为相关行业乃至全社会关注的热点话题。

对此,陈晓东也表达了其看法。“大家都希望有谁能一句话清楚新零售,如果有人告诉你他能够一句话清楚新零售,基本上是忽悠你的;如果说长篇大论把新零售说清楚,也可能是个大忽悠。”

他指出,新零售不是用来说的,而是用来干的。“在干之前,要从顾客价值的角度想象一下,它是什么样子,人和货之间是什么关系。新零售大家说从0到1,其实是-1到1的过程。”

“像周大福这种品牌天天在设计产品、产货、接客。可我们的商场却不接客碰货,难道这是0到1的过程吗?不是,是-1到0的过程,即我们要从地产思维回归到零售思维。地产思维的‘地主’能赚大钱,零售只是‘长工’,赚小钱的。一定要先想清楚,到底是想赚地主钱,还是赚长工的钱。”陈晓东也强调,新零售正带来从人找货到货找人的变化,更加注重货和人之间的匹配效率。



有关新零售,银泰此前也已开启了相关尝试。去年9月起,其开始实施“好东西不贵”战略,诸多品牌商品全年按统一实际价格进行销售,在此前零售价基础上下调20-30%。

银泰方面曾表示,中国零售行业总体上仍处于黄金时代之中,零售行业只有回归本质才能把握机会,其推出“好东西不贵”,是推翻既有体系,改变利益格局的“回归”尝试。

陈晓东说:“‘好东西不贵’只是新零售的基础阶段。好东西是初选,‘不贵’是价格体系。先把好东西给呈现到顾客面前,不贵就是

你跟其他的渠道相比较,并不比别人贵,今后在互联网的对所有零售元素进行重构以后,这两件事会做得更有效率。”

在他看来,新零售时代,信息不对称也将难以获利。其表示,新零售模式下,顾客不再担心进了商场,看了一个东西,还要去查哪个地方卖更便宜。因为全部渠道是一个价钱,且全部渠道会同步调整价钱。

这种线上线下同价的场景,在银泰其实已经实现。在其杭州武林店“生活选集”里,顾客只要拿着手机扫一扫二维码,就可以知道

销售价格、天猫价格。如果天猫调了价,生活选集里面的所有产品也会调价。

“现在是CEO做决定,团队做执行。今后一定会反过来:一线员工最能够感知顾客的需求,他们驱动着机构往前发展,越高层级要做的,是一个维持这个机构平滑运作。”陈晓东说,新零售,人才更重要。现在是能拍脑门,能做逻辑分析的人很重要。招哪个商,怎么给顾客选产品,这个很重要,这是1.0的时代。

他补充说:“再往后是一个数据辅助,人脑决策的时代,这个时候你会拿到不是光历史的数据,还有预测的数据。这是2.0时代。3.0时代是什么呢?数据决策,人脑纠错。到4.0就是机器自主学习。每个阶段人都扮演了极其重要的角色,只不过其角色不同。现在是有组织、无纪律的集体。今后,我们打造一个有纪律,但是无组织的机构,组织的重要性会越来越弱化,个体动能越来越强化。”

最后,关于新零售应该怎么干,陈晓东也表达了他的看法。他提醒:“新零售不能蛮干,大方向要看准,别被表象遮掩了本质。”

“我们的顾客分三种,一种是买我东西的人(顾客),一种是给我东西卖的人(供应商),一个是帮我卖东西的人(员工),这三类人要照顾好。你先去想像一下:到了新零售做成的时候,他们各自能有什么价值,想清楚了,义无反顾地往前走,这中间有试错的过程,但是选择比努力更重要。”他说,新零售要以客为先,千万要摒弃那种以店为先的想法。(中新网)

在投资中取胜的一剂良方

会的不断发展,人们的物质文化需要在不断增强,理财形式也不在满足于单调的储蓄管理,而更倾向于基金、股票、保险等更为丰富的投资方式。

众所周知,投资有风险。在金融投资行业,由于本身缺乏投资类专业知识的基底,再加上投资市场上信息披露的局限,大多数投资者处于弱势地位。有经验的金融人尚且存在着不理性的投资行为,更何况没有严格专业基础的投资者。

致富类书籍的需求度日趋增长,市面上关于投资理财的书籍虽多如牛毛,却也存在着良莠不齐的情况。一些所谓的“秘籍”,要么打着致富的旗号招摇过市,要么大过高深对初入门的投资者而言不免晦涩难懂。

《小乌龟投资智慧》一书,语言有趣易懂,由浅入深。单从书名,便可体会到作者的童心。在投资这场龟兔赛跑中,我们个人投资者

就是那只小乌龟。如果乌龟和兔子硬碰硬,在兔子擅长的优势领域去挑战兔子,那么它无疑是自寻死路。但是,一只聪明的小乌龟,会在充分认识到自己的优势和短板的基础上,寻找最适合自己的优势和特点的投资方法来增加自己取胜的几率。作者希望通过分享作为一个理性投资者应该具备的知识,帮助大家提升和武装自己,用更智慧的投资方法来增加自己在投资赛跑中取胜的几率。

值得一提的是,本书作者伍治坚,作为毕业于复旦大学和新加坡国立大学高才生,在伦敦和新加坡的金融投资行业摸爬滚打了十多年,提出以“投资者的利益第一”的宣传口号,显然是经过了深思熟虑,反映了作者对于发达国家金融市场的根本性问题的深刻理解和洞察,可谓一阵见血。

在这本书中,作者由浅入深,从投资者易犯的错误到投资者需要知道的理论,从各类

资产的介绍到资产配置的组合,仔细深刻,绝对会带给读者很好的投资启迪。另外,作者本人的丰富金融体验注定了本书的大视野观,能将股票、债券、基金、大宗商品的投资历史、原因、风险与回报细细道来,同时也兼顾海外资产的配置情况。

在这场金融投资游戏中,我们个人投资者被大量的因素困在了绝对的弱势地位,而这并不意味着我们只能接受任人宰割的命运。做一个聪明的小乌龟,以证据主义为中心,坚持有效系统,控制成本,和长期坚持,用更智慧的投资方法来增加自己在投资赛跑中取胜的几率。以上正是《小乌龟投资智慧》一书中,作者伍治坚想要分享给大家的。

做一只聪明的小乌龟,做一个成功的个人投资者。

《《小乌龟投资智慧》,伍治坚 著,电子工业出版社,2017年2月第一版,定价:59.8元)

去杠杆 有待企业转变发展理念

当前,有很多企业家坚信,企业资产规模是好东西;部分企业家甚至认为,企业资产越多越好,规模越大越好。还有一些企业家把“做大”奉为圭臬,认为企业只有做大,才能做强。

扩大资产规模就不避免地要加杠杆。根据“资产=负债+所有者权益”这一会计恒等式,企业要扩大资产规模,要么增加负债,要么增加所有者权益。企业负债主要来源于银行贷款,负债增加将同步提高杠杆率,企业增加所有者权益一般不会提高杠杆率,也不会增加财务成本。增加所有者权益有两种途径,一是内源式,二是外延式。前者是靠自身的利润留存来实现,这种方式的积累速度较慢;后者依赖于资本市场实现,虽然能够实现净资产快速扩张,但能够上市融资的企业毕竟凤毛麟角。因此,提高杠杆率增加贷款,是目前大部分企业扩大资产规模的主要途径。

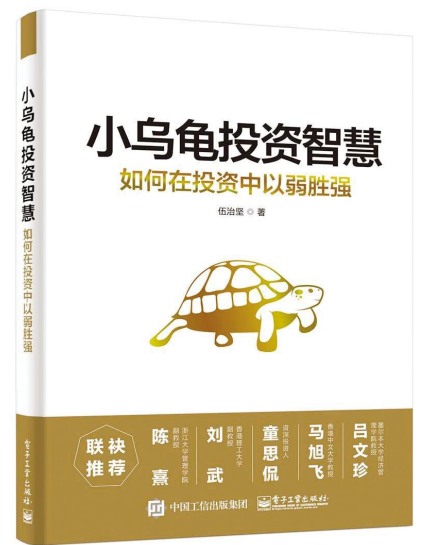
盲目“加杠杆”来“扩规模”将会有巨大风险。财务杠杆具有两面性,如果企业在经营上升期,“加杠杆”可以扩大股东收益;在经营下滑期,“加杠杆”反而会放大经营风险。随着我国经济发展进入新常态,经济增速不再是以前那样高速度,如果不顾一切地继续“加杠杆”将会大大增加企业的经营风险。部分企业“加杠杆”后虽然暂时没有经营风险,但“加杠杆”将加大企业财务负担,从而降低企业利润,也就是常说的“企业为银行打工”。

上市融资虽然不会有财务风险,但如果企业盈利能力没有得到根本改善,即使上市融了资,企业也不能为股东创造更大价值。如果企业上市扩大了资产规模,却降低了运营效率,这就失去了上市的本意。同时,如果企业单纯把上市作为自身“扩规模”的手段,很容易把股市当成“提款机”,从而产生一系列的资金挪用问题。

企业的价值,应体现在不断产生的收益流量里,扩大资产规模仅仅是达到目的的手段。从最理想状态来讲,最优秀的企业应该是不需要资产就能产生收益,不需要任何投资就能有源源不断的回报。当然,这只是一种纯粹理想化的模式。但衡量企业运营效率的指标,也绝不是资产规模或者资产增速,而是周转率指标。企业要提高周转率,销售收入一定要比资产增速快才行。

目前,全社会非金融企业的杠杆率过高,这一现象的微观基础是很多个体企业杠杆率过高。今年我国将继续深化供给侧结构性改革,去杠杆的一项重要内容,就是货币政策也将稳健中性。在这一背景下,企业要树立正确理念,“有多少钱就干多少事”。一方面,要优化资本金和负债的结构配置,合理控制并逐步降低杠杆率;另一方面,要充分论证投资风险,真正承担起投资的风险责任。这样,既能提高企业自身资金使用效率,同时也能够带动全社会融资结构的优化。

有关方面和企业有必要正确看待“做大”与“做强”的关系。企业做大并不是做强的必要条件,做强也不是做大的充分条件,两者之间没有必然的因果关系。特别是在深化供给侧结构性改革的背景下,“大而不能倒”更不可能是“不败的神话”。企业的产品竞争力和技术含量,将显著影响着企业销售收入,进而影响周转率,这才是企业的核心竞争力。因此,企业家与其关注资产规模指标,还不如把精力聚焦于核心竞争力提升上。(贺强)



陈瑶瑶

每个人都想用自身的财富换取更大的财富,而这意味着每个人都需要投资和理财规划,每个人都要成为一名投资者。随着现代社

以国企改革为主题的东北振兴专题论坛在沈阳举行

国企改革是东北振兴的“龙头”,牵动影响东北振兴全局。为找准国有企业特别是辽宁国有企业改革的突破口,以“国有企业改革——东北振兴的重头戏”为主题的东北振兴专题论坛,4月7日在东北大学贤明会堂举行。

本次论坛由东北大学、中国(海南)改革发展研究院联合辽宁省发展和改革委员会、辽宁省国有资产监督管理委员会共同主办,中国东北振兴研究院承办。

来自国家发改委体改司、国资委企业改组局的相关负责人,国家级智库的专家学者,辽宁省人民政府、辽宁省发改委、辽宁省国资委相关负责人,辽宁省各市县领导干部,国有企业高级管理人员、东北地区高校的专家学者共500余人出席了论坛。

与会人士围绕“东北制造业转型升级趋势与深化国企改革”,“东北国企如何增活力、减负担”,“国有企业改革与民营经济发展”,“搞活国有资本与深化国企改革”等议题进行了深入研讨和交流,多位嘉宾围绕论坛主题发表了演讲。

在论坛上,有专家指东北国有企业市场化程度低、比重过高、效率不佳。

有专家建议要强化对国有企业领导人离任审计,加强对国有资产流失追究。

有专家认为国企改革需要宽松、宽厚、宽容的“三宽”环境。有大批干部愿意带头改革,关键是要有那样一种氛围、那样一种制度。

混合所有制是国企改革的重要方向。专家认为,要根据参加改革的国有企业的不同情况、区别不同类型和层级,稳妥推进。要坚持“三不”:不搞拉郎配,不搞全覆盖,不搞直接管。

沈阳市委常委、副市长刘晓东表示,今年是供给侧结构性改革的深化之年,作为东北振兴发展的主要内容和重要动力,推动国企改革取得实质性突破是一项十分紧迫的任务。

辽宁省国资委相关负责人表示,众多中国经济领域著名专家学者汇聚一堂,为辽宁国有企业做强、做优、做大出谋划策,为辽宁老工业基地振兴注入了强劲的动力。(沈殿成)

浙江东阳打造“中华国艺馆”试水“互联网+红木产业”

“互联网+”时代的到来,让跨界融合成为传统产业寻求新增长点的转型方向。6日,浙江省东阳市木雕红木家具产业管理办公室(以下简称“木雕红木办”)与东家·守艺人平台和东阳中国木雕城签署战略合作协议,在未来三年内建设和运营“中华国艺馆”红木家具电商平台。

作为匠人手作电商APP,东家·守艺人主要借助互联网工具实现从消费者到制造端C2M互动。其集聚了大量匠人资源和设计师资源,致力于传统工艺的复兴,让文化通过商业来表达,让传承成为潮流。

此次与东阳市木雕红木办、东阳中国木雕城结成战略合作伙伴关系,是东家·守艺人平台推行“互联网+产业”模式的一次有益尝试。东家将深耕产业间深度融合,发挥上下游综合优势,助力地方产业转型和

升级。

东阳市副市长蒋震雷表示,东阳市政府将结合东阳的资源禀赋,和东家·守艺人在建材采购、木雕红木、工业领域以及文化旅游领域展开深度合作。

记者了解到,本次“中华国艺馆”项目将借助政府对产业的扶持和引导,结合互联网企业在用户触达和产品呈现上的优势,帮助东阳红木增强创新活力和产业动力,力争在国内传统文化领域打造出一个典型案例。

东阳市木雕红木办主任傅为民表示,将落实东家战略合作协议,把东家APP打造成木雕红木行业政策资讯发布、产业宣传推广、产品销售展示的线上宣传窗口,提升东阳木雕红木家具行业的影响力。(奚金燕)

探索智能咨询 中源数聚发布管理大数据业务

3月27日,“运筹帷幄,全球共享”中源数聚管理大数据(RBD)发布会在北京举行。来自管理咨询行业、互联网领域、创投界、政商界的人士齐聚一堂,见证中源数聚管理大数据(RBD)的正式发布。

“这是大数据战略在管理学研究、管理咨询与培训领域的融合。”北京仁达方略管理咨询股份有限公司董事长、中源数聚(北京)信息科技有限公司执行董事王吉鹏表示。

探索“互联网+”转型 定义管理大数据

据悉,仁达方略是国内大型管理研究与咨询机构,成立近二十年来,已为许多大企业大集团提供过专业的管理咨询与培训服务,在企业转型升级、兼并重组、战略规划、组织变革等领域创建了诸多引领性的管理理论与方法论,积累和沉淀了大量企业管理数据,涵盖发展战略、法人治理、集团管控、流程与组织、人力资源管理、风险控制、企业文化等多个领域。

为适应近年来互联网的发展,推动管理

咨询行业“互联网+”转型,满足企业客户对管理咨询的新需求、新变化,仁达方略从2011年开始探索企业管理咨询与互联网的融合路径,并将管理数据业务从咨询业务中独立出来,投资成立中源数聚(北京)信息科技有限公司,专门负责管理数据业务,打造大数据专业团队,进行管理数据挖掘与分析,搭建管理数据云体系,为咨询服务提供更加专业、可靠的数据支撑。经过不断探索,中源数聚已打造管理数据仓库,积累了管理大数据应用经验,提出“管理大数据”(RBD)概念和定义,并完整构建了管理大数据体系架构。

王吉鹏在发布会上指出,管理大数据(RBD)是企业发展过程中不断积累的,涉及战略、法人治理、组织、人力资源、企业文化等专业领域的各项管理数据。众多企业的管理数据整合到一起,可以形成多生态、跨产业链的垂直整合、横向共享的完整生态体系,具有“海量”的特征,辅以智慧与人工智能,管理大数据可以为企业的组织变革提供及时有效的支撑。据介绍,中源数聚管理大数据的数据来源包括互联网、行业协会和专

家学者咨询师、高校、券商、投行、咨询同行、企业、合作站点和数据公司等,构建“管理大数据平台+专家会客厅+青藤俱乐部+研究平台+培训直播”的基本构架,中源数聚对获取到的“海量”管理数据进行系统分析和处理,使数据产生价值,并以较低的成本为企业客户、研究机构、商学院、咨询同行等创造财富。

挖掘数据价值 构筑“智能咨询”新模式

基于中源数聚管理大数据业务,企业客户可以直接购买管理数据或定制研究报告、专项数据分析,可在线定制企业管理咨询服务。基于大数据分析、云平台和人工智能,还可以为企业智能化咨询以及在线培训等,从而重构传统管理咨询业务形态,升级管理咨询模式,使管理咨询业务具有小型化、专业化、个性化和智能化的特征。

由此,仁达方略将完成两个转型:一是由过去的“以管理咨询为主”向以管理大数据为核心、结合“互联网+”与“人工智能”的

“平台+内容+定制”模式转型,实现管理大数据、研发、咨询、培训的互相融合、互为支撑。随着人工智能的应用,可以实现客户“半自助咨询”以至“自助咨询”。二是盈利模式的转型,从过去“以咨询费为主”,转向“会员费+数据产品销售+定制服务费”的新模式。换句话说,未来的企业咨询服务会减少对咨询师的依赖,由管理大数据这个“云脑”便可识别、分析和提供服务。

据王吉鹏介绍,中源数聚借助大小数据结合的采集、分析、处理技术,可以通过整合客户内部、外部多重数据源,利用多层次数据分析、处理技术,为客户提供多层次、多维度、全方位的管理决策支持。中源数聚管理大数据的数据解决方案,将率先在煤炭、电力、机械等行业内客户开展应用,并在各行业协会、高校、券商、投行等机构进行大力推广。“RBD”将倾力打造大数据领域的“云平台”战略,用开放共享的互联网精神汇聚长尾大数据,打通管理数据孤岛,实现跨企业的异构数据共享,最大化变现数据的商业价值。”王吉鹏强调。(中新社)