

银泰牵手支付宝 传统零售业注入互联网因素

■ 本组稿件采写 贾丽娟 诸振家 张倩怡 林晓丽

策划

对于绝大多数民众来说,在日常生活中使用现金及银行卡消费无疑是最频繁的。不过,按照目前的趋势,未来电子支付将逐渐取代现金。15 日,中国百货业大鳄银泰商业集团与支付宝钱包达成战略合作,双方重点推动公众服务、手机支付等合作,并进一步在系统、会员等方面深入合作。今后消费者在银泰可以无现金消费,拿出支付宝钱包即可直接在中国 37 家银泰百货、银泰城门店享受手机支付服务。作为“年轻、时尚”的标签,银泰成为中国首个在实体店引入支付宝钱包支付的百货连锁公司。

银泰:与支付宝合作推手机“当面付”

继“双 11”抛出“与天猫拼了”口号之后,银泰商业再次与“阿里系”合作,在银泰 29 家门店推出手机“当面付”服务。据了解,这是国内首家百货连锁公司接入支付宝服务。

马云现身助阵

银泰商业官网显示,公司于 11 月 15 日宣布与支付宝钱包达成战略合作,从即日起在 29 家银泰百货、银泰城门店为消费者提供手机“当面付”服务。未来双方还将在系统、会员等方面深入合作。据介绍,消费者在收银台付款时,可以打开手机上的“支付宝钱包”,选择“当面付”,分别可以扫码支付与声波支付,以代替现金或银行卡。

16 日,阿里巴巴集团执行主席马云现身杭州银泰百货武林店“捧场”,一度引起围观。他用几十秒的时间完成了手机支付宝刷卡购物,随后闪电退场。

众所周知,银泰商业集团董事局主席沈国军与马云同为浙商,在诸多领域都有亲密合作,最近的一次大动作是共同打造菜鸟物流。而此次双方的合作,被马云称为“是标示性的”,他对媒体表示,百货业未来的趋势一定是线上和线下融合,谁也挡不住变革,支付宝这次率先跟银泰合作,今后会更多地进军线下,还会做到电视上。

事实上,银泰作为百货行业的大型企业之一,其“双 11”期间与天猫合作、甘当“试衣间”的行为曾受到业内侧目。但结果,“双 11”当天银泰天猫网点的销售额达到 3704 万元,是去年的 6 倍。

而此次线下支付引入支付宝,是银泰商业 O2O 战略的又一步。

“我们经常是先开枪后瞄准。”11 月 15 日,在第十五届中国连锁业会议上,银泰商业集团执行董事陈晓东笑称。他说,未来的零售业谁谁也说不清,可能是目前各种形态的融合。他还指出,“如果目前有的传统零售企业还没有开始做互联网,那就不要做 PC 互联网,直接做移动互联网。”

“我们不敢说我们是(百货业)最大的,但是我们是心态最开放的。”银泰商业集团营运管理部总经理谢伟在会议间隙表示,未来银泰转型的步子会迈得更大。

支付宝抢滩线下

实际上,移动支付已经得到了包括银泰在内的众多企业的关注。平安保险董事长马明哲近日曾在公开场合表示,预计十年之内,信用卡和现金有一半会消失。

而支付宝此次“杀回线下”似乎也在意料之中。今年 3 月份,支付宝宣布线下 POS 机计划,将针对电商货到付款市场投入 3 万台支付宝 POS 机,基本实现一、二线城市全覆盖。然而,仅仅五个月后,支付宝发布一则语焉不详的公告称“由于某些众所周知的原因,支付宝将停止所有线下 POS 业务”。在业内看来,这一公告矛头直指银联。

此次支付宝的“回马枪”,也体现了其坚定抢滩线下的野心。新华网消息称,除银泰以外,支付宝还在与其他商户以及出租车公司洽谈合作事宜。而据《IT 时报》报道,支



付宝在 10 月末已经在上海布局“当面付”自动售货机。

而正在疯长的支付宝的最大对手——微信,比支付宝更早地实现了自动售货机的扫码近场支付。不仅如此,在“双 11”期间记者发现,微信悄悄在用户界面上推出了“双 11 精选商品”栏目(目前已改为“精选商品”),下单后直接跳转微信支付。借助微信平台,腾讯的移动电商业务正在迅速扩张。

互联网将改造传统金融

来自艾瑞咨询的数据显示,2012 年中国线下收单市场交易总规模达到 21.7 万亿元,同比增长 42.9%,其中 POS 交易规模为 21.3 万亿元。面对这样诱人的蛋糕,互联网企业染

指的野心不断显现,互联网金融业态也已初具规模。

互联网分析人士孙杰指出,虽然传统金融机构短期内会本能地抵触甚至封杀“支付宝钱包”等新的支付方式,但用户需求是最终的决定力量,“支付宝钱包”接入线下零售业后,让消费者逛街可以不用带现金,也可以避免收到假币,方便又高效,商家和消费者都会欢迎这种改变,所以金融机构的反对无法阻止这种变革,利益的重新分配将是大势所趋。

中国人民大学金融与证券研究所所长吴晓求在此间举行的“2013 中国高新技术论坛”上表示,互联网金融将使整个金融体系发生基因式突变,是打破金融行业垄断、提高金融效率的核心内容,中国金融即将进入互联网金融时代。

合作双方

这是一场谁也阻挡不了的变革

沈国军是传统零售的“叛徒”? 马云对此不认同

沈国军曾在天猫双 11 沟通会上表示,传统零售业必须要进行调整和变革,不然全部都要倒下。而此次,银泰联手支付宝钱包,也被喻为银泰在携手天猫开启 O2O 合作后拥抱互联网变革的又一大动作,对此,有媒体报道称沈国军是传统零售业的“叛徒”。

但马云对此并不认同,他表示,“你不能只守在昨天,你必须背叛昨天。我们要感恩昨天,敬畏明天。这次率先跟银泰合作,也表明支付宝会更多的进军线下。互联网是一种思想,技术只是实现这个思想的一种手段。”“今天银泰跟支付宝钱包的合作是标志性的,我觉得传统零售跟互联网合作,一开始肯定会冲撞,但刚结束的十八届三中全会表明了,谁也阻挡不住变革。”

不过,天猫在今年双 11 又创造性的实现了 350 亿的销售规模,还是再度让传统零售感受到了压力。马云与王健林的赌局又一次被提到了台面上,有业内人士说,这是中国最大虚拟商业地产商对中国最大实体地产商赤裸裸的叫板。按照马云之前的说法,“希望通过双 11 能把商业地产虚高的价格打下来,进



而影响房价。”但很明显,马云今天的态度明显缓和了很多。“线上不是要取代线下,未来线上与线下融合,它会让消费者有更好的体验,更好的生活。天猫只想做资源互享,我们与银泰是紧密合作的,但我认为合作最重要的基础是信任。互联网的精神是‘www(3w)’的理念,即三方共赢,首先是消费者用了我们支付宝感觉不错,其次合作伙伴有了收益,最后我们也得到了好处。”

沈国军: 体验式的消费仍是今后的趋势

毫无疑问,电商的崛起对传统零售的冲击是巨大的。银泰作为传统线下商业地产的代表。自然也会受到波及。有记者问到,马云此番论调会不会对银泰的商业地产产生影响时,沈国军笑言,“他做他的,我做我的。其实,对于马总的观点,很多人都歪曲了。电子商务

的发展对传统零售商会产生影响,也会影响商业地产,但银泰商业地产的开发,已经在进行转型,体验式的消费仍是今后的趋势。”

业内称,不创新等死,而创新是找死,那么,对于银泰创新遭遇最大的挑战会是什么?沈国军表示,“不创新肯定是要死的,但创新也有风险,但不变革风险会更高。我们需要主动积极的去融合新的技术,我觉得我们面临最大的挑战是互联网发展太快了,电商发展也快,接下来我们会投入更多的资金去做更大的动作。”

未来双方合作仅限业务层面

对于未来的合作,双方今日又再次重申了仅限于业务层面的合作。对于阿里是否会入股银泰的传言,马云也在会上进行了否认。“我们做不了银泰,我们也不想去做。”随着移动互联网的发展,无线支付笔数大增成为今年“双十一”网络支付的另一特点。有数据表明,今年“双 11”期间,支付宝共完成无线支付 4518 万笔,是去年的 5 倍,无线支付交易额共计 113 亿人民币,是去年的近 10 倍。“从今年的双 11 来看,无线支付的增幅远超过 pc 端。未来还是挺好玩的。”看的出来,马云对未来移动互联网的发展,信心十足。



专家观点

未来线上线下 服务标准须一致

广东流通业商业执行会长黄文杰指出,线上线下最终融合是必然之路,并非各自走,一定是两者相结合。

“银泰此前已投入数亿元做银泰网,仍难以带来喜人的销售状况。而此次与天猫对接合作,两种方式对比的话,基本可以判断,专业和专业合作,会产生更明显、更快速、更有效的效果。”黄文杰称,相信接下来很多实体零售商会与电商合作。目前,国内主流百货都有做自己的网店,但至今尚未成功,原因是受限于投入、技术、人才。

黄文杰建议,未来这种专业零售商和专业网商对接,应该做到线上线下的有机融合,服务标准也必须一致。线上线下的差异经营,只是一定期期内的过渡现象,走向统一和融合是一个趋势。

新闻链接

京东与好邻居分手 便利店难成电商“最后一公里”解决方案

解决“最后一公里”的配送,成为电商降低物流成本的关键。日前,记者从第 15 届中国连锁业会议的便利店专题论坛上获悉,此前北京好邻居与京东联姻,好邻居便利店提供京东自提服务,不过日前双方已经“分手”。

至于分手原因,好邻居董事长陶治给出的答案是,这是两种不同思维的企业在一起合作,京东作为互联网企业有种“不靠谱”的因子。此外在合作过程中,遇到增加工作量,结算设备差异,自提点快件摆放等问题,最主要的是各自需求点不同。

便利店曾被认为是解决物流“最后一公里”的最佳合作伙伴。不过,此次在便利店专题论坛上,无论是便利店企业,还是物流企业,纷纷指出双方合作的难点。

浙江十足商贸有限公司总经理欧再福表示:“便利店解决电商最后‘一百步’,同时增加服务项目,增加顾客到店频率,以及获得佣金回报,达到双赢的目的。但是,消费者接触程度不同,知晓度低,前期要做宣传来引导,同时双方合作要加强新系统管理,实现无缝对接,间接增加成本。”

北京京东世纪贸易有限公司首席物流规划师侯毅认为,将便利店作为解决电商配送的“最后一公里”有点鸡肋,便利店空间有限,同时便利店空间是商业价格,扩充空间做配送不划算,做大了就没法做,再做大了不如京东自己做,只能是补充。

行业动态

传统零售 借“手机控”谋变?

刚刚宣布手机支付用户数过亿的支付宝,近日在杭州高调宣布与银泰商业集团合作,今后在各地的银泰百货门店,不用带现金和银行卡,用装有支付宝钱包的手机就可以付钱。

事实上,零售业联姻移动端,近来已经成为互联网界的一股潮流。七月推出的微信 5.0 版本,试图催生出海淘之外的另一个电商平台,几亿用户打底,再加上银行卡支付功能加入形成闭环,微信平台上的电商发展不容忽视。

而作为阿里巴巴目前在移动端最有竞争力的产品,支付宝钱包推出的公众账号,天然的金融支付属性下,商品浏览、购买和线下兑换都可以通过手机实现。麦咖啡等首批入驻商户已经开始获益,把“营业厅”开进支付宝的光大银行信用卡,短短 7 天“粉丝”数突破 50 万。

“银泰和支付宝的合作不局限于支付方

式的变革,互联网不是互联网企业的专属,应该是所有企业共同需要拥有的一种全新的思维模式。”对于银泰与支付宝的这次联姻,银泰商业集团 CEO 陈晓东表示,银泰的梦想是通过大数据的挖掘利用,提供以大数据驱动的消费方案。

会员账户打通、接入支付系统则是目前比较成型的合作方式。以美特斯·邦威为例,加入支付宝公众账号平台,双方会员系统打通,只要关注了美特斯邦威公众账号的支付宝用户,不但可以直接绑定会员卡,还能够直接在手机上预约试衣。

中国连锁经营协会会长郭戈平认为,面对压力,零售企业应不断谋求转型、创新,进军电商是一个重要突破方。除原有的苏宁、银泰等已在电商领域展开拳脚的企业外,大润发、步步高等企业也开始向互联网进军。强化供应链能力是企业的另一个努力方向。

业界看法

银泰的模式是否有借鉴作用?

广州某百货业负责人表示,银泰作为一个区域性百货公司,靠自己推进全国覆盖的网上平台,投入大回报小,而借助天猫大流量平台,生意轻松就做出去,合作双方互利基础上也实现了 1+1>2 的效果。不过,该人士也提出疑问,目前暂不知道银泰线上线下的货是否一致,如果是一致的话,那么实体店利润会大幅被吃掉。相信应该是货不同,品牌线上提供专供货或者库存货,针对不同客户群。

摩登百货表示,下一步正在考虑这种模式快速推进店商的网上销售。这种模式对线下的伤害也是很多业内的担忧。多家实体零售企业均表示,对银泰模式持观望态度。“这种合作方式对线下的打击也是相当大的。”某连锁百货负责人表示。

在被问到线上线下价格如果相差太大,电商是否会伤害银泰这种线下商家的利益时,银泰商业 CEO 陈晓东说,其实厂商和渠道商在利润的控制上还会有一些自

己的措施,最终谁也不会做赔本的买卖,还会有一些微薄的利润。

