

京东新通路扩张布局 B2B

2017年目标覆盖超50万家门店



●12月16日京东新通路成立一周年之际,可口可乐、联合利华、洽洽、现代牧业、六个核桃、拜尔斯道夫、东方天缘粮油、魅力厨房、植朴磨坊、山东景芝等知名品牌与京东新通路签署战略合作协议。

12月16日,京东新通路事业部表示,经过一年的商业模式探索,京东新通路已经完整地搭建了具备强大供应链和地勤服务的团队,并面向全国的中小门店推出了一站式B2B订货平台“京东掌柜宝”。

2016年初,京东集团CEO刘强东在2016年年会上对外宣布成立京东新通路事业部。时隔近一年之后,这个被誉为将为京东创造更大想像空间的“火车头1号”项目终于对外揭开了面纱。12月16日,京东新通路事业部表示,经过一年的商业模式探索,京东新通路已经完整地搭建了具备强大供应链和地勤服务的团队,并面向全国的中小门店推出了一站式B2B订货平台“京东掌柜宝”。目前,可口可乐、联合利华、洽洽、现代牧业、六个核桃、拜尔斯道夫、东方天缘粮油、魅力厨房、植朴磨坊、山东景芝等知名品牌都已与京东新通路建立了战略合作关系,并在12月16日京东新通路成立一周年之际,宣布有新品在掌柜宝首发发售。2017年,京东新通路目标覆盖全国超过50万家中下门店,并将上线面向品牌商的大数据服务平台“慧眼”。

品牌商:打破渠道下沉壁垒

据京东商城新通路事业部经营战略部总经理吴双喜介绍,在传统B2B领域,品牌商与终端零售商的连接往往采用分级代理模式,即品牌商通过各级代理商分层向下铺货,最终到达零售端。但由于国内地域辽阔,市场复杂,几乎每个品牌商都需要大量代理商。凯度零售咨询统计数据 displays,有近55%的品牌商使用了至少200个经销商经营传统通路。这种代理模式过去可以使品牌商以较低的价格把货铺到全国各类市场,但现在弊端已经比较明显:由于代理商层级太多,且为第三方经营,品牌商几乎不可能快速从销售终端拿到核心销售数据及市场反馈。渠道的不透明、不扁平、不可监控、不能互动已成为整个行业面临4大痛点。双鹿电池全国销售总经理高健曾坦言:“终端店铺的促销工作一直是快消品厂家很头疼、也很难以解决的一个问题。首先,由于终端促销操作不透明,企业原本为终端促销提供的促销资源可能会被中途经销商截留。其次,所有品牌商对业务员基本上都是业绩考核为导向。这导致业务员只顾眼前利益,对终端陈列、宣传等不重视。”

看到行业痛点的京东新通路则是希望通

过京东资源优势,以及互联网创新思维,重塑B2B渠道。其实,“通路”一词在传统B2B领域是一个专业术语,是指产品从生产出来到消费者使用的中间销售过程,现被业内习惯理解为“流通渠道”。从“京东新通路”这个名字,即可直接感受到该事业部的使命——打造B2B领域新渠道。

吴双喜表示,京东新通路做的事情简单来说可以概括为:让品牌商有能力把产品下沉到低线城市,让那些中小门店的货架上,能够陈列出有品质、有品牌的商品。“京东新通路将依托京东丰富的商品和强大的供应链资源,服务全国百万家中下门店,更依托自建的地勤团队和雄厚的技术研发实力,为品牌厂商提供专业的终端服务和数据支持,助力品牌厂商打造透明可控、精准高效的销售新通路”。

据了解,京东新通路和品牌合作中采取自营为主的模式,京东采买销出。这意味着京东在此渠道中成为唯一的代理商,因此解决了代理层级过多的问题,降低运营成本,提高物流效率。相较于传统B2B渠道,京东新通路将3-5级分销渠道,缩短到1-2级,让商品流转率大大提高,从而帮助品牌厂商节省成本,提高效率。而京东集团CEO刘强东也多次表示:京东的核心价值就是要通过供应链、物流体系和渠道建设,减少中国商品的搬运次数,从而降低商品的流通成本。

值得一提的是,京东新通路当天还发布了慧眼系统,它以京东新通路全价值链多元数据为基础,为品牌商量身打造经营投资优化一站式大数据平台。服务内容涵盖进销存管理、终端门店洞察、资源投放评估、品类行情监测四大方面。

在吴双喜看来,慧眼系统将彻底解决B2B领域碎片化通路信息流现状,这也是国内行业首家同时实现进销存监控,资源投放评估,终端门店洞察的大数据平台。而京东自有的供应链网络,尤其是物流优势则直接解决了品牌商全国范围铺货的需求。最新数据显示,京东物流目前覆盖2646个区县,拥有物流中心7个,运营254个大型仓库,总面积达550万平方米,设置6780个配送站和自提点。

中小门店:统一货源实现品质升级

中小门店作为B2B领域的最后一个环节,不仅面临着最后的销售压力,同时还面临着消费升级下市场环境变化所带来的挑战。稳定的货源和高品质的商品成为决定一个中小门店成功运营的前提。

国家统计局数据显示,2015年我国社会消费品零售总额的87%在线下,线上仅为13%,线下仍为国内零售业的主要渠道,尤其是遍布全国的中小门店。不过,传统线下渠道正面临着越来越严峻的考验。不仅线上对线下冲击明显,而且消费者也提出了更高的消费者需求。

其实,中小门店自身已经意识到其运营中需要解决和改善的问题。这些问题包括:品类单一,同质化严重;货品质量无法得到保障,假冒伪劣猖獗;商品低端,无法享受大城市的一线品牌;各级经销商层层加价,供货系统混乱;由于订购产品量少,供货延迟。

山东济南经营“上进便利店”的“90后”店主李硕表示,上进便利店位于写字楼地区,面向的大部分是年轻人,这部分群体消费需求多样、时尚,在产品方面更倾向于一些优质、高端产品。而张家口桥东区建国路繁华商业中心圈200平米丽丽超市店主李贵则坦言,在以往进货中,他要与100多个进货渠道的人员沟通,甚至还要跑批发市场找货。

京东新通路则从根源上解决了上述问题,让中小门店“一键”进入“互联网+”时代。今年4月,一站式B2B订货平台“京东掌柜宝”在各大应用市场上线。所有中小门店将完全采用京东“掌柜宝”进行下单进货,京东接到订单后将提供配送服务。江苏省南京市鼓楼区伊顿便利店刚接入京东掌柜宝第一周,销售额就达到了前一个月总额的220%,利润算下来也是翻了一番,还赢得了不少老顾客。

吴双喜认为,京东新通路提供了丰富的品类和确保品质的商品,使中小门店多了一个进货的渠道,同时还使所有商户老板不用再担心资金周转不开,备货储货压力大。京东提供小包装,低起订量的采买形式,根据店铺实际需要,京东负责送货上门。此外,为了更

好地为中小门店服务,京东新通路在仓储方面还进行了B端商品分区的管理方式,配送标准和面向普通消费者一样,使目前在消费者端已实现211配送服务区域也可以在门店端实现。

据了解,新通路目前已经在掌柜宝上推出的商品分为食品、饮料冲调、酒水、个护、母婴、办公用品、家居家装等品类,其中侧重于食品。占比最多的前3类是:食品占比约为43%,其次是饮料冲调占比约为10.4%,酒水约占8.2%,成为全国中小门店的“云仓库”。

京东泛零售集团隐现

不可否认的是,传统B2B领域目前正面临巨大挑战,但在变革中,线上B2B又成为一个巨大的新蓝海。

咨询机构尼尔森在一份调查报告中表示,对快消品而言,按城市行政级别渗透的市场策略不再高效,未来,按照经济、消费指标分类的城市更有参考意义。尼尔森认为,近年来快消品线上渠道快速增长,但线下仍是而主要渠道,三线及以下城市仍保持正增长,不过在消费升级的大趋势下,成功新品呈现高端化趋势。有统计数据 displays,我国中小门店占线下快消品份额约71%,主流快消品销售规模达1.53万亿,把握住低线市场零售终端将有拥有未来。

凯度零售咨询认为,虽然目前快消品线上B2B生意还处于发展的初级阶段,但增速惊人,今年16%小店使用线上B2B订货,但预计到2018年将有44%小店使用线上B2B订货,订货频次也将由平均4-7天一次增至每周两次,单次订货额由950元增至1500元。

早已稳坐国内自营B2C电商头把交椅的京东开始向B2B领域发起冲锋。16日,京东新通路公布了未来一年的“小目标”:2017年覆盖国内50万家中下门店。

“上线一年来,京东新通路一直在对模式进行打磨和优化,并未把扩大规模放在首位”,吴双喜表示,“现在京东新通路模式已经成熟,接下来将进入到快速扩张阶段”。据了解,京东新通路目前已在北京、河北、江苏、四川、山东和重庆推进,明年将向全国进军。

在吴双喜看来,50万家店的目标甚至还有些保守,这是因为明年京东会进一步整合资源将物流配送、区域营销等原有优势资源,数万名配送员也会加入到协助新通路接入中小门店的团队中,以便简单、高效地提高覆盖率。未来京东新通路还将在科技金融等方面创造更大想像空间!

在业内分析人士看来,京东通过新通路布局的B2B业务,与京东商城主营的B2C业务、与沃尔玛、京东到家合作的O2O业务正在构成京东集团在泛零售领域的三驾马车。依托于京东强大且已经开放的物流体系和在金融领域的布局,京东正在构建一个以数据和技术为驱动的、线上线下高度融合的互联网泛零售生态,其将会对整个中国零售业的发展和进程产生重大影响。(据中国经济网)

应怀樵:东方所向“普林斯顿模式”看齐

日前,著名物理学家杨振宁在我国民办高等科研机构——浙江西湖高等研究院(西湖大学前身)成立之际发布视频,杨振宁说:“我年纪大了,只能祝贺他们大大地成功。”

杨振宁的感慨引发媒体关注,2016年12月19日《人民日报》以《杨振宁为何略感遗憾》为题刊文指出,在深化科技体制改革,向世界科技强国进军的进程中,我国既需要中科院和清华、北大等国家队,也需要像北京生命科学研究所、浙江西湖高等研究院这样新型的体制外科研教育机构。

该文指出,纵观近百年来科技发展史,高等研究机构是继研究型大学之后又一意义重大的新型学术机构。普林斯顿高等研究院就是其中的杰出代表,先后汇聚了爱因斯坦、冯·诺依曼等著名学者,诞生了数十位诺贝尔奖和菲尔兹奖获得者,华人科学家陈省身、华罗庚、杨振宁、李政道等与之交集颇多。“普林斯顿模式”的成功带动许多国家建立了类似的高等研究机构,它们在本国乃至世界的科技进步和经济社会发展中发挥了重要作用。

对此,中国虚拟仪器之父、北京东方振动和噪声技术研究所(简称:东方所)荣誉所长应怀樵教授向记者表示,东方所就是这样一家数十年如一日奋进在我国高科领域的民营研究机构。他说,几十年来,东方所完成自主创新技术131项,其中20余项达到国际领先水平,10项为突破世界性难题的原创新技术。作为一家民营研究机构,东方所自筹资金,从300元起家,创下年产虚拟仪器和云智慧仪器产值3000多万元、累计产值2亿多元的优秀业绩,更打破了国外仪器的市场垄断,为国家节省外汇数亿美元。应怀樵表示,对他来说,余生最大的心愿就是以中国人在虚拟仪器领域取得的创新成果问鼎诺奖。他说:这是新时代中国科学工作者不可推卸的神圣使命。

取得成绩的同时,作为一家民营高科技研究机构,东方所也面临诸多制约与瓶颈,应怀樵表示,民营科研机构如何创造更加富有吸引力的高科人才就业机制与环境,如何打造富有可持续竞争力的人才梯队,如何促进高科技成果与产业资本的对接融合,更好的实现产业化发展,还需要从民营机构自身到政府有关部门的通力协作,共同为我国民营科研机构的健康发展注入强劲动能,他说,东方所希望和国内其他高科民营机构一道协力奋进,如同“普林斯顿模式”的成功那样,在本国乃至世界科技进步与经济社会发展中发挥重要的作用。(本报记者 王镜榕)

中国太平与一方集团携手进军大健康产业

12月14日,中国太平保险集团与一方集团合作的太平一方大健康产业股权投资基金正式签约落成,标志着一方集团医疗健康产业布局,已迈出新的步伐。

该基金由中国太平保险集团旗下专业开展养老健康医疗产业投资与资产管理的太平养老产业管理有限公司统筹发起和担任投资顾问,大连一方集团有限公司、太平人寿保险有限公司为基金合伙人,基金总规模为8亿元,旨在投资打造具有国际竞争力,满足广大人民群众健康医养服务需求的优质创新产品。

除投资基金的设立以外,为进一步加快双方的产业布局和战略合作,中国太平与一方集团本着优势互补、合作共赢的原则,以长期深入合作为目标,对未来包括养老保险产品的销售、投资医疗护理、药物生产、养老康复、慢病管理以及大健康产业配套等项目的合作达成诸多共识。双方同时签订合作投资大连天鹅湖医养护理中心项目。

大连天鹅湖医养护理中心覆盖全护理、半自理、自理老人,引入美国水印公司先进的运营服务理念,提供先进、完善的养老服务。项目定位为中高端性质,整体方案尊崇以“养老+医疗+护理”为主线,对住老人按不同护理级别及医疗需求,有针对性的进行照料和健康管理。中国太平与大连一方将以天鹅湖医养护理中心为示范,探索适合我国实际的医养结合模式。

作为四大国有保险集团之一,中国太平保险集团是中国保险业历史最为悠久的民族品牌,太平养老作为太平集团打造的国内领先的养老健康产业投资及运营平台,正在布局全国,在健康养老产业的投资、运营管理方面具有丰富的经验与资源。

太平一方大健康产业股权投资基金,是中国太平保险集团首只大健康养老产业股权投资基金,作为一同携手跨出第一步的合作伙伴,一方集团有着十五年的卓越发展,在大健康产业方面,一方集团已布局近十年,已投资江中集团、国合集团、百年人寿、盈方体育等著名企业,并且与中国军事医学科学院、悦心健康集团等建立了战略合作关系。一方集团在医疗、健康管理等方面已拥有较丰富的产业资源,并且还在进一步扩大和深化在大健康领域的布局,投资一批创新型企业和项目。(小泉)

中国企业管理的易学之道

——记易学智慧与当代企业管理培训

袁孝冲

《易经》是中国远古的占卜术著作,它的原理贯穿天、地、人三界之道,解答了诸多哲学、中医、天文、预测等方面问题,是真正的一分为二观点,充满着辩证思想和系统思维及预测科学,被誉为世界上第一部哲学书,也被学者们棒称为“预测学”。

不知《易经》,何以成将相?在古代,《易经》是帝王将相之学,是古人学习政治、军事、医术和商业的必修课。从古至今,《易经》影响的领域非常之广,可以说是无处不在。倘若把其学识运用到企业管理上,则定使企业家和企业管理者们能驾轻就熟掌控企业命脉,更加有效地破解和规避企业各种风险和潜在风险。

为此,12月9-11日,宁波华夏元鼎文化传播有限公司在宁波鄞州区学校举办了“易学智慧与当代企业管理”为主题的易学培训班,邀请北京大学客座教授、清华大学国学班特聘教授、华夏儒商国学院学术委员会特聘教授、中国瓦房店市周易文化研究会会长刘文元老师,为来自浙江各地的290多名企业家及企业高管授课,分享易学智慧和企业管理的易学之道。

刘老师通过易经讲解和企管案例分析及当场预测相融合的教学模式,由浅入深地讲述了天干地支阴阳五行、八卦与八卦类象、梅花易数和企业应用等易学知识和学术精髓。他以幽默风趣的语言,明明白白的思路,使听课者乐而不倦,相悦以解,让他们掌握了关于从“变易”中把握“不易”,以驾驭“恒易”的企管易学之道,引领企业家们日后能以《易经》学识来指导日常工作 and 处事看人思维,有益于他们提高决策能力、判断能力和应变能力,让自己和企业“避凶化吉”。



宁波超瀛弹簧工贸公司总经理邵恒栗听了刘老师的课后感慨地说,“《易经》不易学,但刘老师却讲得通俗易懂,让我这个初学者也能理解些《易经》的高深智慧,尤其是梅花易数和现场的实占案例解析,真的为许多学员起到了‘指点迷津、拨乱反正’的作用,效果很好。我觉得梅花易数的起卦和外应取卦的方法,对我们做企业战略和决策很有帮助。”

主办方宁波华夏元鼎文化传播有限公司

姜昌国会长向记者介绍说,“华夏元鼎前身就是宁波TA之家,是个公益组织,也是个学习平台。我们搭建这个平台的使命就是‘发扬秦森精神,传承圣贤智慧,传播国学文化,启迪智慧人生’。这次举办为期三天的《易学智慧与当代企业管理》课程就是不忘初心、不负使命,为的就是更好地传承优秀的中华传统文化,更好地传播易学智慧并服务企业,倡导和推动中国企业管理中国化,帮助企业更多的企业走向世界而立于不败之地!”

管理日记

培养你和老板之间的默契

裕隆集团董事长 严凯泰

当你刚成为中阶主管,老板并不会完全信赖你。所以你需要培养和老板之间的默契。怎么培养呢?那就是学会听指令。

沟通的第一阶段,好比一个“抛球游戏”,双方在来回传球中勾勒出共识,培养默契,先听再说,才付诸执行。

我认为,如果要得到老板的信赖,你就必须让老板了解:所有他想到的模式,你都想过,将任何一个可能解决问题的方法都说出来,同时也能说明每一个方案的利弊,最后提出自己的建议,再征询他的意见。这当中最重要的讯息就是让老板知道:你不但是一个会听指令的人,同时也是一个有思考能力的人,而且是多向思考,能够顾及多层面,能够分析和判断。一个中阶主管如果在发生问题时去找老板,直接报告解决方案有三,请问对方选哪一个。这做法会让主管觉得你不够负责任,这个表现是要扣分的;甚者,发生问题了,你只会说:“报告老板,我们现在有问题了,请问该怎么办?”这个要扣更多分。

什么时候可以省略掉一来一往的抛球过程,直接享受默契带来的顺畅感呢?那就是当老板真觉得你和他之间,对事情的看法都很相近,方案的考量都很雷同,你们的判断并没有大差距时,甚至认为你的判断会比他更好时,他就自然愿意由你放手去做。接下来同质的事情你就可以处理了,因为对你来说已经不是个问题,你已经得到充分的信赖和授权。