

数字经济背景下武汉智慧零售发展现状与 对策展望

肖霞莹 夏黎

(武汉商学院工商管理学院 湖北武汉 430056)

【摘要】随着数字经济、人工智能的发展,以及产业融合、消费升级等多重因素的推动下,中国零售业迎来了向智慧零售转型的发展机遇。智慧零售为传统零售业的发展赋能,在武汉的发展具有良好的基础和较强的竞争力。在智慧零售现有的发展背景下,通过对武汉地区零售业发展现状及困境分析,探索武汉智慧零售发展的新路径。

【关键词】智慧零售;武汉零售业;对策展望

DOI: 10.18686/jyyxx.v3i5.44106

1 智慧零售诞生的时代背景及概念解读

尽管目前全球面临着新冠肺炎疫情的冲击,中国商品消费市场仍然保持稳定发展,2020年中国社会消费品零售总额达到39.2万亿元,最终消费占GDP比重的54.3%,成为全球第二大商品消费市场。当前,零售业已经发展为了促成我国经济平稳运行的重要引擎。随着国家政策的大力推动以及零售业自身的转型升级,智慧零售开始进入人们的视野。

1.1 智慧零售的诞生

智慧零售概念的首次提出是在2017年3月9日全国政协十二届五次会议,苏宁控股集团董事长张近东就未来零售发展做了题为《大力推动实体零售向智慧零售转型》的报告,明确提出未来零售就是智慧零售。当今的零售业本质上是在渠道、数据、服务等场景实现智慧共享及全方位融合。

2020年9月22日,国务院办公厅发布《关于以新业态新模式引领新型消费加快发展的意见》,文件指出要大力推动线上线下消费的有机融合,鼓励企业加快数字化转型,建立健全“互联网+服务”,培育新经济,创新发展新零售业态。零售业作为拉动消费的主力,在政策的推动下逐步向数字化、智能化迈进,不断升级演变为智慧零售。

1.2 智慧零售概念解读

随着当前数字经济的加速发展以及互联网在各行各业的广泛融合,给传统零售业带来了诸多挑战,为寻求传统零售业转型升级的发展路径,现代零售理论之一的智慧零售论随之出现。关于智慧零售,学术界有不同的定义。郭戈平(2014)提出智慧零售是通过提高运营效率,增强客户体验,从而以消费者行为为驱动力,实现以消费者为中心。Sanjit Kumar Roy(2016)认为零售实体店为了应对日益激烈的竞争环境,正在用智慧零售来补充其现有的商业模式,

以增强客户的购物体验。苏宁控股集团董事长张近东(2017)认为未来零售就是智慧零售,当今的零售业本质上是在渠道、数据、服务等场景实现智慧。张晓东(2018)认为智慧零售可以成为零售业经济新的增长点,提高消费者地位,对于线上和线下各自单一的市场定位进行有效改善。

智慧零售,与传统零售相比,是以互联网、物联网为技术基础,大数据、人工智能、云计算等为实现手段,对传统零售业的采购、销售和服务等环节进行智能化升级,以此感知消费习惯、预测消费趋势、引导生产制造,为消费者提供多样化、个性化的产品和服务的商业理念。

2 武汉智慧零售发展现状分析

2.1 数字经济助推武汉零售业发展

在智慧零售的发展中,数字技术的运用起了关键作用,而数字技术的运用程度与数字经济的发展状况息息相关。以2019年为例,武汉市数字经济占GDP总量比重近40%,总量达到6480亿元,成为拉动武汉市经济增长的重要引擎。2020年7月,武汉市政府出台了《武汉市突破性发展数字经济实施方案》,提出将全面实施数字经济“537”工程,在此后三年推动武汉市数字经济增加值占GDP比重超过50%的目标。

当前,数字经济已成为引领产业持续刺激着新一轮的科技和产业革命,将数字经济与零售实体经济融合,有利于加快推动零售业数字化,助力智慧零售的进一步发展。在未来,数字经济、高质量发展成为武汉市未来经济发展的方向,武汉为推动数字经济创新发展不断优化政策、环境、技术支持,为经济稳定持久运行持续助力。

2.2 居民收入水平的提升及消费的升级为智慧零售提供了良好发展空间

2016-2020年武汉社会消费品零售总额及占GDP总量比重

年份(年)	2016	2017	2018	2019	2020
社会消费品零售总额(亿元)	5610.6	6196.3	6843.9	7449.64	6149.84
占GDP总量(%)	47.10%	46.21%	46.10%	45.92%	39.38%

(制图:作者 资料来源:武汉市统计年鉴)

由上表可以看出,2016-2019年武汉市社会消费品零售总额占GDP总量均保持在45%以上,消费市场规模庞大,同时武汉对周边地区辐射范围广,这给智慧零售在武汉的发展带来了良好的机遇。



武汉市2015-2019年人均可支配收入及增速

(制图:作者 资料来源:武汉市统计年鉴)

由上图可以看出,近年来武汉市人均可支配收入呈持续增长的态势,在2018年突破了4万元,增速均保持在9%以上。可见,武汉市居民消费水平高,消费潜力大,对于智慧零售在武汉的发展提供了较好的消费群体基础。

2.3 线上线下深度融合的形式已成为武汉零售业转型的特征

在智慧零售发展的大背景下,线上线下一体化成为转型升级的重要路径。由此,武汉地区零售企业正在积极进行线上线下深度融合的探索。

在新冠肺炎疫情期间,如每日优鲜、美团买菜、饿了么智慧菜场改造等项目纷纷落地武汉,加剧生鲜零售领域的市场竞争,进一步实现了线上线下一体化的融合。社区团购一出现,满足了人们的日常生活需求的同时也迎合了智慧零售线上线下深度融合的发展趋势,在后疫情时代优势仍然明显。作为各大平台进行社区团购实战的第一城,武汉无疑在此过程中加速了零售行业的转型进程。

2.4 武汉地区智慧零售发展充满机遇

从宏观经济运行状况、政府政策推动以及零售业自身发展等各方面来看,武汉的智慧零售发展无疑具有良好的前景,武汉区位优势显著,智慧零售发展空间广阔。同时武汉拥有以中百集团、中商集团、武商集团、汉商集团等为代表的颇具实力的本土企业,零售业基础良好;在交通运输方面,武汉历来有“九省通衢”之称,其交通便利、物流运输体系发达,为零售业的转型升级提供了天然的条件;在人才培养方面,武汉有近百所各类高校、科研机构,为智慧零售在武汉的发展提供了充足的人才储备。

在具备内部优势的同时,武汉市积极迎合社会经济发展大方向。面对新一轮科技革命和产业变革,创新驱动发展已上升为国家战略,《2020年中国数字经济发展白皮书》提出要扩展数字经济框架,稳步推进各领域数字经济。与此同时,武汉市政府积极培育支持高新技术产业的发展,高新技术产业增加值占GDP比重日益提升,为智慧零售的发展提供了强大的技术支撑。

3 武汉地区智慧零售发展面临的困境及其原因分析

3.1 经营水平限制,顾客技术体验缺失

打造场景化门店,是智慧零售不同于传统零售门店的一大亮点。在实现“场景+智慧零售”时,为了满足顾客的体验和期望,数字技术的运用起了决定性作用,例如利用VR营销,很多商家只是播放大屏视频,缺乏与顾客的良好互动,导致顾客缺乏体验感,在技术不完全成熟的情况下无法完全满足消费者的期望。

3.2 成本上升与转型资金压力大成为掣肘

在智慧零售发展过程中,转型成本是影响零售业转型的重要因素,直接影响到零售企业的经营水平。其中影响比较大的成本因素有:技术成本、环境成本、人工成本等。

3.3 技术成本

传统零售业转型智慧零售,关键在于数字技术应用,以商业电子数据处理系统、管理信息系统、决策支持系统为核心。例如数据化管理,门店通过消费者数据分析,更加科学的选品,同时可以提高买卖效率。而传统零售门店改造较高,对于传统零售商而言需要巨大的资金支持。

3.4 环境成本

优质的购物环境是吸引消费者、刺激消费的有利因素,而近年来零售门店环境成本在不断增加。根据中房指数系统对全国重点城市主要商业街商铺租赁调查结果来看,截止2019年下半年,武汉天地商业街租金涨幅最高,同比上涨约1.43%,江汉路步行街、光谷步行街等热门商业点的租金涨幅在0.68%-1.0%之间,门店租金成本不断增加。同时为提高顾客体验,店内配备设施、装修成本也在上升。

3.5 人工成本

当前正处于知识经济时代,具备一定专业素质的零售人才对于智慧零售的发展是不可或缺的一大助力。随着居民收入上升和行业薪资水平的提高,加上后期的人员培训等,零售企业引进专业人员的成本也水涨船高。

3.6 行业全渠道融合成效低

实现智慧零售转型,必须与上游供应端、下游销售端进行整合,对全渠道进行数字化升级,对传统零售模式进行创新,以武商、中商、中百、汉商四家具有代表性的商业企业为例,四家企业都是独立运作经营,各自有其供应体系、物流体系、销售体系,但并没有进行渠道融合,发挥整合、资源集中利用的作用。

4 武汉智慧零售发展的对策展望

4.1 从政府角度出发

一是优化零售业营商环境。为持续发挥营商环境优势,政府应在基础设施建设、政务服务水平、现代化治理等方面持续发力,突出武汉贸易功能,同时完善配套政策制度,在软环境、政务服务、基础设施等方面形成优势合力,为智慧零售的发展提供良好基础。

二是大力发展数字经济,促进产业融合。应突出高新技术产业在经济发展中的重要作用,将数字经济作为拉动经济增长的重要支撑。对于零售业数字化转型给予专项资金、技术支持,积极引导零售企业向智慧零售转型,培育行业发展新动能。

三是突出知识导向,加强人才培育引进。面对零售行业转型的必然趋势,政府要发挥地区高校、科研院所集聚的优势,深入推进“产学研用”的人才培育机制和“百万大学生留汉工程”的激励政策,为智慧零售的发展提供专业人才。

4.2 从行业角度出发

一是促进零售业态协同发展,打破同质化局面。对于武汉零售企业发展同质化严重的问题,行业应积极引导企业根据自身发展方向确定经营业态,对于业态结构比例、布局进行协调,解决零售行业“千店一面”的同质化竞争局面,增强武汉零售业整体发展实力。

二是搭建一体化协作平台,促进生态圈形成。为实现智慧零售万物互联的状态,智慧零售生态圈的构建需要一体化协作不断深入,通过搭建平台进行资源的共享和整合。行业积极引导零售企业进行资源对接、共享,以互利共赢、开放共享为构建基础,实现企业的数据信息、数字技术、流通资源、经营模式的共享,提高行业效率,形成高效生态圈。

三是强化创新氛围,树立转型模范。对于零售业转型,要将成功企业案例进行推广分享,打造创新氛围,为零售企业搭建沟通的桥梁,从而形成良好的业内竞争,促进智慧零售的发展。

4.3 从企业自身角度出发

一是加强数字技术融合,进行精准营销。企业将大数据、互联网、云计算等现代化信息技术集成应用,通过大

数据分析,深入感知消费者的喜好,例如从顾客消费记录、购买频次等方面,结合数据迅速锁定目标顾客,从而进行精准营销。

二是进行消费模式升级,打造多场景消费。智慧零售要改变传统模式下固定死板的消费模式,企业可利用社交平台、网络媒体打造智能化销售场景,例如开发小程序、直播带货等方式,使销售场景不再局限于线下门店。

三是培育转型意识,加快企业创新。企业要融合互联网思维,将其运用于智慧零售的转型过程中,通过互联互通机制提高企业经营效率、培育企业创新意识、加强技术创新。

5 结语

零售业在社会生活、经济增长等方面占据重要地位,智慧零售将成为武汉地区未来经济发展的重要动力之一。武汉有望成为华中地区首座“新零售之城”,其智慧零售的转型发挥着至关重要的作用。在此过程中,政府应不断优化零售业生存环境,为智慧零售的发展提供坚实基础;行业加强资源整合,促进协同发展;企业自身注重运用数字技术,加快创新,实现线上线下一体化深度融合,从而形成政府、行业、企业三方优势合力,打造武汉智慧零售生态圈,共同促进智慧零售的发展。

作者简介:肖霞莹(2001—),女,江西萍乡人,研究方向:智慧零售;夏黎(1977—),女,湖北武汉人,副教授,研究方向:智慧零售,零售业管理教育教学。

课题项目:本论文由武汉研究院开放性课题“数字经济视阈下武汉智慧零售业生态链构建研究”(项目编号:IWHS20202066)资助。

【参考文献】

- [1] 李立,张近东.智慧零售是未来零售新方向[N].中国经营报,2017-03-13(C01).
- [2] 国务院办公厅关于以新业态新模式引领新型消费加快发展的意见[J].中华人民共和国国务院公报,2020(28):23-27.
- [3] 郭戈平.拥抱智慧零售[J].全国商情,2014(23):34-36.
- [4] Sanjit Kumar Roy, M S Balaji, Saalem Sadeque, Bang Nguyen, T C Melewar. Constituents and consequences of smart customer experience in retailing[J]. Technological Forecasting & Social Change, 2016.
- [5] 张晓东.大数据时代下新零售发展前瞻[J].商业经济研究,2018(13):23-25.
- [6] 第一财经商业数据中心,苏宁易购.《2018智慧零售发展趋势报告》[R].上海:第一财经商业数据中心,2018.
- [7] 杨伊静.打造包容性数字经济模式推动中国经济高质量发展——中国信通院发布《中国数字经济发展白皮书(2020年)》[J].中国科技产业,2020(8):5-7.
- [8] 赵娴,王丹莹.智能化驱动下零售业转型与发展路径研究[J].中国市场,2021(6):159-162.
- [9] 韩梅.智慧零售背景下零售业的变革与“智”胜策略[J].经济研究导刊,2020(32):37-38.
- [10] 韩未雪,陈文武.“新零售”背景下武汉市零售业发展路径探析[J].武汉商学院学报,2019,33(4):35-39.
- [11] 邵博.“互联网+”时代下的武汉本土传统零售商业集团转型策略研究[D].湖北工业大学,2017.
- [12] 陈曦,孟先彤,周蓉蓉.传统零售企业向新零售模式转型的升级路径研究[J].商业经济研究,2021(7):44-48.
- [13] 徐海龙,苏楠.传统商超向智慧零售转型的探索者:永辉超市商业模式创新案例[J].科技中国,2020(7):65-69.
- [14] 王熙炎.促进我国零售行业新发展的对策分析[J].山西农经,2021(3):164-165.