

数字化提效推动零售业变革

► 常理

近年来,电子商务已成为我国商贸流通领域的新亮点,网购金额占零售总额比例居世界前列。在“2017 中国零售百强”企业中,7 家电商的销售规模已经占到“百强”的半壁江山以上。随着数字技术应用和新零售发展,线上线下逐渐从竞争走向合作,合力回归提供高质量服务的本质,为零售业带来一场深刻变革——



李洋/摄

近年来,随着移动互联网、人工智能、大数据等技术的发展与渗透,零售业正经历着一场深刻变革。在日前举办的第十三届中国零售商会大会上,中国商业联合会会长姜明表示,零售业应深化供给侧结构性改革,引导企业主动适应经济新常态、市场新变化、消费新变局,持续推动零售业创新发展和转型升级。同时,加快线上线下互动融合与跨界合作,培育壮大消费新热点,以消费升级推进零售业高质量发展。

7 家电商销售额超“百强”半壁江山

1-5 月份,我国网购金额超过了 3 万亿元,增速继续保持在 30%以上,占社会商品零售总额的比例达 16.6%。“电子商务已成为我国商贸流通领域近年来的新亮点,网购金额占零售总额比例居世界前列。”中国商业联合会原会长张志刚表示。

会上,中国商业联合会、中华全国商业信息中心共同发布的“2017 中国零售百强”报告显示,在百强企业中,7 家电商 2017 年的销售规模达 3.57 万亿元,同比增长 41.2%,占百强整体销售的比重为 58.7%;对百强的贡献率连续两年保持在 83%左右。

其中,天猫销售规模达 2.11 万亿元,排名第一,销售规模同比增长 43.9%。2017 年,天猫一方面大力发展云计算、物流、导航、人工智能等信息技术;另一方面积极收购实体零售和服务企业,加快打造“新零售”业态(盒马鲜生、无人货架、天猫小店等),促进了销售快速增长。

“当前,消费和零售业已成为我国最早实现数字化的领域。”万达商管集团招商中心总经理王锐认为,其背后的推动力来自中国消费者的数字化体验。

据统计,移动购物在网购中所占比例超过 70%,网民线下消费使用移动支付的比例也达到了 65.5%。同时,约有 45%的国内零售商开发了线上销售渠道,2014 年这一比例只有 25%。用户已经培育起了网购的习惯。

王锐说,目前高达 85%的消费者已成为全渠道消费者,以手机为主的智能设备,围绕消费者“衣食住行”构筑了各种个性化、智能化应用场景。线下零售店正逐步退化为商品体验场所。实体商业迫切需要重构更紧密更牢固的商业链接,以满足多元化个性化消费需求。

线上线下从竞争走向合作

“当前,我国零售业处在一场深刻变革之中,这场变革源于居民日益增长的物质需求与我国零售业高品质商品供给不足之间的矛盾。”中国商业联合会副会长、中华商业信息中心主任王耀说。

在个性化、多样化消费渐成主流的新形势下,过去零售业“模板式”发展已不能满足需求。如何提高零售业商品质量,加大高品质、高性价比、创新性商品供给,显得尤为重要。

王耀认为,零售商要拥有独特的商品,以取得市场上的优势。同时,中小零售企业是新业态、新模式创新主力,国家要重视中小零售企业,通过全行业积极主动创新,推动零售业高质量发展。

国务院发展研究中心市场经济研究所所长任兴洲认为,“消费能力的提升,实际在于支付能力的增强,消费者将更加注重品牌化、高品质的商品”。

“高质量发展应该是创新的发展,人民对美好生活的向往以及个性化、便利化、高性价比的需求,为智慧

商业的发展和零售业创新,都提供了广阔空间。关键是要加快立法,促进电子商务健康发展。”张志刚说。

有关专家表示,未来线上线下的边界将越来越模糊,竞争将不再是线上线下拼个“你死我活”,而是要合力回归“提供高质量服务”的本质。

数字技术提升发展活力

阿里巴巴董事局主席马云曾经提出了“新零售”的观点。日前,在阿里研究院发布的报告中,将“新零售”解读为以消费者体验为中心、由数据驱动的新零售形态。

蚂蚁金服资深行业专家顾善良认为,新零售可以理解数字化提效。“比如,顾客进入一家实体店时,营业员不知道顾客买过什么、无法推荐商品。新零售将消费者、商品和服务以及供应链数字化,通过大数据串联起不同的消费场景,从而将实体与虚拟零售全面融合,给消费者提供全场景的消费体验。”

王耀认为,传统零售和新零售之间最大区别在于效率。人工智能、大数据等技术手段的运用,能帮助传统零售商改造流程,从而提升整体效率。

当前,线上线下的零售业巨头已经开始谋求强强联合,并购动作不断。2017 年 11 月,阿里巴巴 28.8 亿美元入股高鑫零售,成为中国规模最大及发展最快大卖场运营商的股东。今年 6 月份,沃尔玛中国公司也宣布将与腾讯达成深度战略合作关系。

专家表示,由传统行业向电商行业转型的单纯线上模式,发展至今线上与线下相结合的“新零售”模式,正在不断为消费者提供新的产品和服务,创造新的需求,这将为电商行业发展注入新的活力。

行业动态

工信部:促进产业数字化 不断催生新业态推动新发展

本报讯 “我国融合应用持续深化,经济新动能显著增强。”工业和信息化部副部长陈肇雄近日在北京举行的 2018 中国互联网络大会开幕式上表示,将坚持融合发展,促进产业数字化,不断催生新模式新业态新产业,打造新动能、推动新发展,推动我国互联网发展再上新台阶。

“新时代新气象,我国网络强国建设不断取得新成就。”陈肇雄说,网络加快演进升级,万物互联新基础日益坚实;企业竞争力不断攀升,市场新兴主体快速成长。

中国信息通信研究院当日在大会上发布的《2018 年中国互联网络行业发展态势暨景气指数报告》显示,我国宽带网络速率快速提升,网络下载速率迈入 20M 时代;全光网建设加快推进,100M 宽带用户渗透率突破 40%,网络基础日益坚实。根据国家网信办日前发布的《数字中国建设发展报告(2017 年)》,2017 年我国数字经济规模达 27.2 万亿元,同比增长 20.3%,占 GDP 的比重达到 32.9%,成为驱动经济转型升级的重要动力引擎。

对此,陈肇雄说,要坚持创新发展,抓紧突破前沿技术、关键核心技术,构建起充满生机活力的互联网创新生态体系。坚持共享发展,加快网络应用普及,缩小数字鸿沟,提供更高效、更放心、更普惠的信息服务,满足人民日益增长的美好生活需要。坚持开放发展,促进技术开放、平台开放、产业开放,努力打造跨平台、跨行业、跨国界的开放型产业生态,推动我国互联网发展再上新台阶。

王思北 施雨岑

多家虚拟运营商签署正式商用合同

本报讯 就在中国联通、中国电信相继与部分虚拟运营商签署正式移动转售商用合同之后,中国移动近日也与 9 家虚拟运营商完成了正式签约。这意味着更多移动转售企业加入了正式商用的阵营。此次与中国移动签约的 9 家企业分别为:中兴视通、银盛通信、天音通信、爱施德、迪信通、贵阳朗玛、阿里通信、中邮世纪、分享在线。

7 月 5 日,中国电信与 14 家虚拟运营商签署了首批移动转售正式商用合同。首批与电信签约的虚商有迪信通通信、京东通信、苏宁互联、蜗牛移动、星美生活、爱施德、阿里通信、海航通信、乐语通讯、天音通信、话机世界、极信通信、小米移动、分享通信。早在 6 月 5 日,中国联通率先与 16 家移动转售企业签署了正式商用合同。这 16 家企业分别是蜗牛移动、话机世界、远特通信、迪信通通信、爱施德、乐语通信、小米移动、民生通讯、海航通信、天音通信、分享通信、阿里通信、京东通信、红豆电信、苏宁互联、263。

据了解,待以上企业提交的申报材料被工业和信息化部审核通过后,将有多家持“双牌照”或“三牌照”的移动转售企业产生。

今年虚商企业将逐步开启正式商用之路,而移动转售这一市场也被业界视为新蓝海。多家移动转售企业已经做好了开拓新市场的准备。

数据显示,截至 2017 年底,移动转售用户总数突破了 6000 万,在全国移动用户中的占比为 4%,随着市场不断打开以及正式商用带来的发展契机,移动转售用户将有更大的突破。

李雁争

上半年国内手机出货量 1.96 亿部 国产品牌占近九成

本报讯 在经历 5 月小幅回升之后,6 月国内手机出货量再度回落。近日,工业和信息化部发布的最新统计数据显示,6 月国内手机市场出货量 3661.0 万部,同比下降 12.4%;上半年国内手机市场出货量 1.96 亿部,同比下降 17.8%。市场分析认为,国内手机用户日益饱和,增量放缓,是造成手机出货量明显下降的主因;另外,近年来手机市场缺乏颠覆性技术,造成手机产品功能和形态缺乏变化,也影响了消费者购买新手机的意愿。

数据显示,国产品牌手机出货量占近九成份额。上半年,国产品牌手机出货量 1.76 亿部,同比下降 18.6%,占同期国内手机出货量的 89.6%;上市新机型 367 款,同比下降 31.3%,占同期国内手机上市新机型数量的 92.4%。其中,智能手机出货量占市场主导地位。上半年,智能手机出货量为 1.85 亿部,同比下降 17.8%,占同期国内手机出货量的 94.6%,其中 Android 手机在智能手机中占比 88.2%。

有业内人士认为,随着国内厂商对新技术的重视和投入,新的技术和功能将有望出现在下半年面市的手机中,这可能激发消费者购买新手机的意愿,有望提振国内手机出货量。此外,海外市场也成为国内厂商关注的焦点,预计未来将有更多国内手机进军海外市场,国内手机品牌在国际市场上的占有率也会因此得以提升。

侯云龙

2018 年中国电竞市场规模逾 880 亿元

本报讯 据上海市新闻出版局委托第三方调查机构伽马数据近日发布的《2018 年电子竞技产业报告》称,中国电子竞技产业正处于高速增长轨道,2018 年市场规模将逾 880 亿元,两年内预计增长 350 亿元。

报告显示,中国电子竞技产业正处于高速发展过程中,预计 2018 年中国电子竞技玩家规模将达到 4.3 亿人。过去 3 年,中国电子竞技用户增长率持续保持在 20%以上。

电子竞技产业即电子游戏比赛达到“竞技”层面的体育项目。目前,中国电子竞技市场收入主要来自游戏、直播、电竞赛事。其中,电子竞技游戏占主要地位,游戏直播以及赛事带来的收入占比较低。2017 年中国电子竞技市场规模达到 770 亿元。

报告指出,随着资本进入,直播和电竞赛事日益受到关注。其中,电竞赛事更具市场潜力。据测算,2017 年中国各类热门电竞赛事已超过 500 项,商业化趋势明显,少数头部电竞赛事的影响力已经比肩传统体育赛事,未来拥有巨大发展空间。

国产网游备案入口未开放 多家 A 股公司“抢道”成功

► 李小兵

日前,6 月份国产游戏产品内容审查结果公示悄然披露。这让自 6 月 6 日业内发现国产网络游戏备案入口关闭以来,那些提交了游戏备案申请的公司倍显幸运。截至 7 月 10 日,国产网游备案入口仍未开放。

根据公示,14 家 A 股公司或其相关企业拿到了备案号。其中,粤传媒有 8 款游戏取得备案号,慈文传媒有 5 款,浙数文化、三七互娱各有 4 款,中青宝有 3 款。而最新披露的备案审核公示,则意味着这 14 家取得备案号的 A 股公司或其相关企业获得了接下来正式投放新品的机会。

《国产网络游戏产品备案指南》规定:“经营性互联网文化单位运营的国产网络游戏应当自上线运营之日起 30 日内报文化部备案。已备案的国产网络游戏应当在其运营官网指定位置及游戏内显著位置标明备案编号。”违反规定的公司将受到行政处罚并强制下架产品。因此,国产网络游戏备案入口的关闭,直接关乎一些游戏公司的业务推进。

过审数量大幅下降

根据公示,今年 6 月有 212 款国产网络游戏拿到备案号,远低于今年 5 月份的 713 款,与去年同期的

569 款相比降幅达 62.7%。

从细分类别看,在今年 6 月份获得备案号的 212 款国产网络游戏中,121 款是棋牌游戏,但没有一款是德州扑克类题材,业内认为这表明德扑“禁令”被全面贯彻执行。今年,相关部门针对一度频繁出现涉赌问题的德州扑克游戏发布最新的整改举措,还召开涉赌牌类网络游戏专项整治行动工作会议,决定在全国范围内开展为期 2 个月的涉赌牌类网络游戏专项整治行动。根据安排,相关部门严查牌类涉赌游戏的工作将持续至 7 月底。

业内认为,游戏开发商对棋牌游戏的热情投入,与 2017 年棋类上市公司披露的成绩单整体表现不俗有关。比如,2017 年天神娱乐实现营收逾 31 亿元,归属上市公司股东的净利润逾 10 亿元。其中,游戏行业营收 14.3 亿元,而其旗下专注于研发和运营地方性特色棋牌类游戏业务的嘉兴乐玩,期内营业收入为 5.2 亿元,净利润 2.72 亿元,对上市公司贡献不小。

14 家 A 股公司成为“幸运儿”

在国产网游备案入口仍未开放的情况下,6 月份仍有 212 款国产网络游戏拿到备案号,据悉是因为这

些网游属于赶在文化和旅游部 6 月暂停备案前主管部门就已经受理的产品。

有业内人士分析,按照文化和旅游部发布的《网络游戏管理暂行办法》中明确的“国产网络游戏运营之日起 30 日内应当按规定向国务院文化行政部门履行备案手续;主管部门则应自收到申请之日起 20 日内做出批准或者不批准的决定”来推算,此次公布的 6 月份获备案产品,多数应该至少在今年四五月份就已经提交。

查阅最新披露的备案审核公示,可以看到,其中有 14 家 A 股上市公司或其相关企业拿到了备案号,这些公司包括:电魂网络、掌趣科技、文投控股、浙数文化、华谊兄弟、粤传媒、慈文传媒、中青宝、金科文化、巨人网络、三七互娱、智度投资等,以及晨鑫科技、科达股份今年宣布收购的标的成都超级梦和深圳鲸旗天下等。

从这些上市公司取得备案号的游戏类型看,粤传媒的 8 款游戏、浙数文化的 5 款游戏、中青宝的 3 款游戏均系棋牌类游戏;慈文传媒是 5 款休闲游戏;三七互娱主打仙侠游戏;巨人网络征途工作室历时 3 年多研发的新国战复古风端游《征途世界》也出现在此次取得备案号的公示榜中。