

电商：技术创新推动渠道融合

在新零售、无界零售、智慧零售等一系列零售创新概念的指引下，虚拟经济与实体经济的界限逐步被打破，电商行业的内生和外延概念不断扩大。受此影响，今年的电商行业，巨头抱团的大戏愈演愈烈；线下市场成为市场角逐的焦点；大数据、人工智能被视为企业未来发展的秘密武器。可以看到的是，电商行业的发展推动了实体零售企业与传统服务企业的优化升级。



>> 2017年前10个月全国网络零售规模



>> 全国网络零售市场整体交易规模



>> 全国移动网购市场交易规模



·现状篇·

关键词 1 新零售

新零售的探讨在今年一直没有停止。作为新零售概念的提出者，2017年被阿里巴巴集团称为新零售元年。在这一年当中，阿里对新零售的布局明显提速，与上海百联集团达成战略合作、成立五新战略执行委员会、在“双11”掀起新零售大练兵、斥资224亿港元入股高鑫零售并进一步推动全面要约收购等。新零售是阿里探索零售创新模式的代名词。同样，京东也将企业未来发展的筹码押宝在对无界零售的探索上。2017年7月，京东集团CEO刘强东发表署名文章首提“第四次零售革命”理念，并表示革命的实质是无界零售。而在2017年3月，苏宁云商董事长张近东也提出了智慧零售概念。

关键词 2 赋能实体

在零售创新模式的探索过程中，赋能成为电商巨头经常挂在嘴边的词。一方面体现在阿里、京东和银泰、沃尔玛等实体商业巨头的联合行动上，另一方面在夫妻店等零散业态的改造上有所体现。如“天猫小店+零售通”、“京东便利店+新通路”，对于阿里、京东来说，这既是平台找寻线下流量的突破口，也是与社区用户建立连接的新触点。另一方面，电商赋能实体的作用也体现在品牌商家和连锁商超上。今年8月，天猫与海澜之家达成联手，对后者旗下5000家门店进行智慧化改造；而京东旗下京东到家也在加速从流量、效率、用户运营三方面向传统商超赋能。

关键词 3 大数据

大数据已成为电商企业新发展的基础设施。在过去一年中，阿里对旗下阿里云战略增资60亿元，而京东也和联想宣布要在AI大数据方面展开战略合作。正如阿里巴巴集团CEO张勇所说，新零售背后基于的技术正是云和大数据；刘强东也提出，云计算和大数据会对每个企业都产生关键的影响。

大数据的应用最终是为了优化企业运营效率，提升用户体验。对于消费者来说，也已多少感受到了大数据带来的体验优化，其中包括“千人千面”技术所提供的智能选品、智能机器人应用所带来的物流提速等效果。但也需注意的是，随着大数据作用的愈发凸显，对用户数据信息的争夺也成为电商竞争的新战场。

·趋势篇·

关键词 1 渠道多元

2017年电商行业展现出的是一场巨头争霸的大戏，但也可以注意到，随着移动互联网的应用普及，渠道多元化的趋势苗头初显，未来将有更多的第三方平台活跃起来。一方面传统零售企业借助电商赋能正在加速积累线上经验，另一方面此前寄居于大平台上的品牌商家，也在努力寻找新的销售渠道，诸如拼多多、云集微店等主打社群概念的电商平台已经展现出星星之火。此外，随着小程序功能开放和人口扩大之后，越来越多的品牌商家也在借助这一入口探索独立的变现方式。诸如蘑菇街、贝贝网等传统的垂直类电商平台，已经体验到小程序带来的第一波流量红利。

关键词 2 平台开放

在赋能战略、能力输出等一系列概念灌输下，平台开放已经成为电商巨头发展的必然趋势。举例来说，阿里相继入股银泰、三江购物、高鑫零售，一方面是为了逐步扩大体系内的新零售军团，同时也是希望借此吸引更多的传统商业合作伙伴加入到新零售大潮中。

同样，被京东定义为“无界零售，开放赋能”重要项目的开普勒计划也在悄然发力。在联手腾讯、今日头条、爱奇艺等社交平台签署达成“京X”计划的同时，目前已与200多家移动互联网生态合作伙伴达成合作。此外，如京东、苏宁、唯品会分别将物流、金融业务独立出来的举措，也为进一步输出平台能力埋下伏笔。

关键词 3 智能应用

大数据被定义为企业发展的新基础设施，人工智能成为电商进一步发力的重点。正如红杉资本全球执行合伙人沈南鹏所说，三四年前最热的词是大数据；而最近两年正被人工智能所取代。相较于前者，后者更注重对大数据的应用。

人工智能成为电商发展的依赖所在，而对于智能应用的研发投入也是水涨船高。2017年云栖大会上，阿里宣布成立研发机构“达摩院”，并表示将在未来三年投入千亿元用于基础科学和颠覆式技术创新的研究。京东在研发方面的投入也表现出逐年翻倍增长的态度，此外，X、Y事业部的活跃表现，将人工智能在客服、物流、营销等方面的能力初步展现。

北京商报记者 陈克远