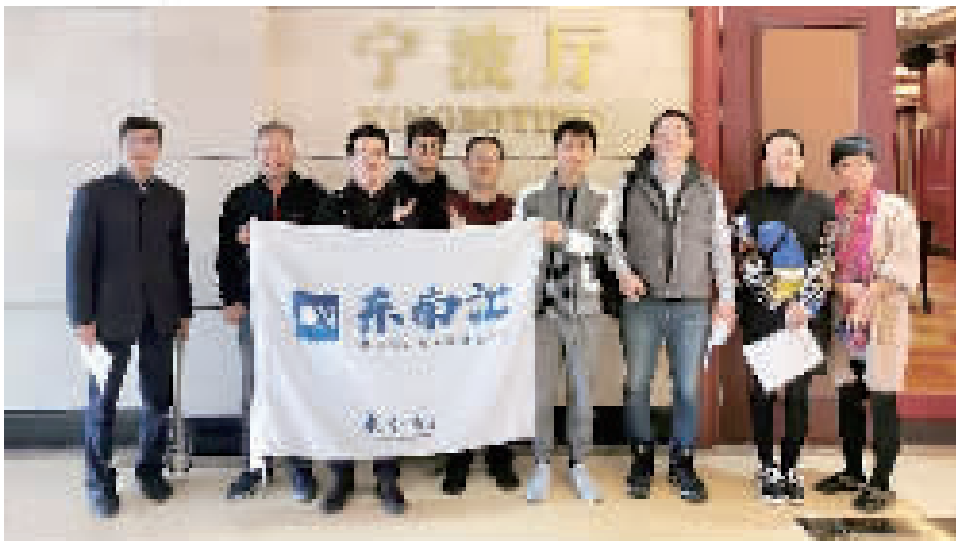


用户数据才是新旧零售更替的关键

记者 谢斌

伴随着新零售的不断涌现，人们的消费观念也不断升级，“新零售”“消费升级”这两个看似普通的词汇，却成了当下企业发展道路的拦路虎。如何读懂主力用户消费人群，如何定义产品，如何打造品牌，这一系列问题都是摆在企业经营者面前问题，如何利用大数据应用技术来引导生产成为零售行业亟待解决的问题。

日前，由市商务局主办的“2019企业新零售商业模式创新培训班”，特邀瑞幸咖啡大运营研发中心负责人，曾任京东云大数据部、数据库部以及区块链实验室负责人郭理靖为现场嘉宾答疑解惑。



数据能为企业赋能吗？

什么是新零售，什么是旧零售？开场前郭理靖抛出2个问题，“是否是新零售要看其是否有数据支撑。”面对台下不同的回答，他举例，7-11在10年前是个网红新零售，如今很多人却不认为它是新零售行业，为什么？“因为它没数据，新零售模式的核心就是数据能否帮助到外部的用户，从而帮助企业，也就是现在的C2M。”

对于C2M，不论是阿里、还是京东等大批的电商一直都在不断探索。郭理靖介绍，“传统上大家一直以为C2M是从消费者到生产制造端，更多的是商品货物在到达各电商平台之前的行为，京东也曾在这个方面进行尝试，比如提供给企业客户数据或者帮他们做反向分析，去帮他们做更精准的商品的制订和生产。”

当然，随着时间的转移，京东认识到C2M的链条越来越长。“如何应用大数据，可以方向贯穿到整个产业链。”郭理靖表示，大数据指数的建立是基于平台大数据的购买力、采购、价格、物流、商品、消费者等6个主题综合指数体系，涵盖了线上消费规模、用户基础、线上零售供给、行业效率、消费者研究、地域性特征以及网络、支付、物流基础服务等数十项指标。

数据能为企业赋能吗？他告诉在场的嘉宾，这些数据可以定量反映线上零售行业发展的总体变化、不同地域和人群的消费特征，直观透视消费者满意度与信心、电子商务行业景气程度、基础设施便利度。“当这个商品拿到电商平台以后，从什么样的视角切入帮它找到所适合的消费者。甚至是说商品拿到平台并成为‘爆款’以后，在不同的生命周期怎样呈现给消费者，这些都是企业C2M链条中的内容。”

而对于C2M，郭理靖认为“全样本”数据，相比传统小样本抽样数据，失真小、细节信息更丰富，有利于发现更有价值的细分人群。此外，面向不同的市场经营管理需求，基于同一数据进行多维度市场划分，能同时回答“是谁”“购买什么”“为什么”的市场细分难题。

“你喝的是茶吗？不，是流量！”

谈起瑞幸咖啡，很多人都表示口感不好，转投瑞幸的郭理靖直言，“咖啡就是苦的，好不好喝无非是奶和糖的比例调和问题，但为什么大家都知道瑞幸，就是其营销做得好。”

瑞幸的营销方式确实简单粗暴，首次登录APP，免费赠送一杯；送好友咖啡，自己也能得一杯；买2赠1、买4赠2、买5赠5；外送订单价格满一定金额即免配送费，超过30分钟免单……“这种高额的用户补贴手段是典型的互联网公司做法，也是新零售的最佳体现。”

郭理靖介绍，传统咖啡行业以线下运营为主，门店费用和人员费用占比较大，瑞幸咖啡则通过采用线上运营的推广模式，将咖啡从重资产转为相对轻资产的互联网业务。在改变咖啡的消费模式的同时，实现店铺坪效的提升，降低边际成本，并进一步突破场景边界，深度挖掘居民咖啡消费增量需求，实现交易的倍增。消费者通过瑞幸咖啡的小程序、APP等平台可以轻松便捷的利用第三方支付工具或咖啡钱包完成咖啡购买。

瑞幸如何在众多咖啡中脱颖而出呢？“还是数据！”他直言，凭借来自线上的流量，瑞幸咖啡并不把选址于核心商圈和大型交通枢纽并建立醒目门店作为唯一选择，而是以配送效率和消费者的购买便利作为选址依据。通过自有APP收集用户数据，瑞幸咖啡可以精准的找到客户并实现针对性开店，以门店数量匹配购买需求，以实现营销效果、高出杯量和高配送效率。

换言之，瑞幸咖啡通过新零售理念，全数据化的运营和管理，通过场景流量和超越传统门店的线下空间流量，能进一步压缩管理成本，降低获客成本，进而建立起自己的优势。

现场提问

Q：制定APP对企业有何益处？

A：其实推广下载APP就是一种营销手段，是企业获取数据的一手来源。目前的推广以独立APP和小程序为主，比起小程序，独立APP具有2大优势，一可以推送信息，二增加重复出现的概率，让用户容易记住。当用户下载APP，注册会员后，企业就可以了解用户的消费习惯等数据，可更加精准的营销。

Q：企业服务器数据安全如何管理？

A：可以拆分成2个问题，一是数据是否会被偷看，而是云会不会丢了数据？很多人都怕数据被窃取，如果怕数据丢失，企业要做的便是定期备份都别的地方。二是怕偷看，企业要做的便是数据加密，当数据传送到云中时，企业可以选择磁盘加密的模式，生成密钥系统，当然这个加密系统会影响性能，但“鱼与熊掌不可兼得”，这就要看企业如何选择。

会员反馈

李春旭：我目前从事的是律师行业，看似与讲座的主题无关，但我学到了新知识，了解了目前社会流行的事物，为以后的投资方向做好基础。其次，了解新零售后，可以为以后的企业老总提供一定的建议，帮助他们少走弯路。目前社会反映生意难做，希望这样的讲座可以多举办几次，增长知识之外，也帮助我们发现一些新商机。

TONY：听了讲座有一些收获，因为我以前也做过新零售的项目，就是感觉新零售并不是大家想得那么简单，还是有一些门槛的。新零售是后互联网时代的产物，带动的不仅仅是传统零售，而是让整个行业更具数据化、科技化、正规化。