

互联网时代新零售战略与布局

培训时长：2天（12小时）

课程背景

新零售=线上+线下+物流，是以消费者为中心的会员、支付、库存、服务等方面数据的全面打通。新零售是广义模式下 O2O 的全面升级，与传统 O2O 的区别在于新零售侧重于 online to offline, 强调线上、线下数据、供应链更深层次打通，满足消费者更为个性化的体验性需求,新零售研究核心是消费者。

新零售是“消费形成买方市场+电商红利衰减”的必然结果，电商高速发展、消费升级催生买方市场是新零售的核心驱动因素。电商巨头跑马圈地，线下成为必争之地。

阿里入股三江、私化银泰为标志，线下消费回暖，实现全渠道布局成为互联网时代下零售。品牌服饰受消费升级影响最直接，线上线下深度融合。传统食品饮料企业仍停留在狭义 O2O 阶段，电商龙头三只松鼠已率先向线下回归。医药新零售则更加重视构建专业化服务体系、获取患者精准流量以及提

课程收益

1. “新零售”诞生的三大原因和三大特征？真相只有一个！
2. “新零售”巨头跑马圈地能带给我的启示与价值。

课程大纲

第一章：互联网时代的新零售背景与本质

- 一. 新零售的本质
- 二. 新零售产生的背景：“消费形成买方市场+电商红利衰减”的必然结果
- 三. 剖析新零售诞生的三大原因
- 四. 新零售为什么是现在？万事俱备，东风已来
 - 1、线上竞争格局已定消费增速放缓，同时遭遇场景体验等瓶颈
 - 2、线下零售价值无法取代，完成消费者画像离不开线下环节 案例：Grand Front
 - 3、信息技术的充分发展为新零售提供强大保障 案例：亚马逊试运营 Amazon GO

第二章：新零售方法论

- 一、解读新零售的三大特征与两重型

二、2017-2046 新零售的近景与愿景

三、剖析新零售前中后台全景

1. 前台三要素 场景、消费者、商品
2. 中台四模块 营销、市场、流通链条、C2B 生产模式
3. 后台三支持 基础设施、云计算、智能化技术

案例 1：维多利亚的秘密 3D 打印服装

案例 2：自动变形的 4D 材料

案例 3：Hointer 牛仔裤虚拟助手

第三章：新零售巨头布局与企业转型新零售案例

一、线上巨头主动布局线下

1. 阿里与腾讯战略圈地布局图
2. 详解电商平台、跨境实体零售加速融合的企业

二、O2O、物流、金融成为巨头布局线下必争之地

1. 阿里巴巴业务布局简析
2. 京东业务布局简析
3. 苏宁业务布局简析

三、新零售对各个消费行业的影响及转型案例

零售：引发线下价值重估，或加速行业整合

- (1) 苏宁云商：全渠道+物流+金融，深化核心竞争力
- (2) 永辉超市：毛利率不断提升，与京东强强联合
- (3) 天虹商场：多业态+全渠道，商品、体验全面升级

品牌服饰：回归消费者为核心的零售新时代

- (4) 淘品牌加快线下布局案例：茵曼千城万店、韩都线下布局
- (5) 新零售 O2O 升级篇 食品饮料：以三只松鼠为例，线下体验为主，强化娱乐 IP 化
- (6) 医药：打造以患者为中心的专业服务体系

结语：2023 年互联网时代新零售的天下，电商的走向将是新零售的商务化。