

从资本新宠到裁员转型 无人货架回归本来面目

□特约撰稿 郝若桃

无人货架行业的风口悄然过去。据《中国经营报》调查,一些企业离场,一些企业为了讲故事把无人货架变成了智能货柜。除了已经宣布转型智能货柜的企业便利蜂,果小美、猩便利、每日优鲜等都在准备布局智能货柜。业内人士表示,目前无人货架模式还不成熟,全凭用户的自觉太考验人性。

无人货架跑马圈地

如今,中国互联网行业中经常出现许多的“风口”,但这些风口来去的速度都极其迅猛。无人货架的兴起就是一个典型的例子。不到一年的时间,无人货架迅速入驻一二线城市的写字楼内,并在全国范围内普及开来。

在如今的都市中,生活工作节奏加快,许多人忙到没有时间吃饭,等电梯更是浪费时间。而有了无人货架,则能方便很多。2017年,随着新零售的崛起,无人货架瞬间成为黑马,风头正劲。

无人货架之所以火爆,主要是借了新零售的东风。2016年年底,阿里巴巴创始人马云提出新零售概念之后,无人零售被看作这一概念的重要组成部分,吸引了众多资本的瞩目。起初,无人零售店凭借人脸识别等先进技术受到关注,但随后因为成本等问题频遭质疑,随后无人货架因成本低、接地气而受到了关注。

对于资本而言,无人货架瞄准的多为白领办公场所,这一领域是零售业尚未开垦的荒地,加之新零售的风口,使得资本纷纷涌入,其中不乏阿里巴巴、腾讯等巨头。

从企业的角度来看,无人货架的技术门槛几乎为零。因此,无人货架发展迅速,果小美、小e微店等企业都获得了上亿融资,其他玩家也有不少融到千万资金。无人货架行业在2017年下半年迎来风口,最疯狂的时候行业涌进来50多家企业,融资额近30亿元。

“追风口”来去匆匆

在互联网思维下,跑马圈地成了互联网领域崛起初期普遍的手段,无人货架行业也不例外。

去年,玩家几乎都在铺点数量方面下功夫,融资也多用于这一方面。然而一旦过了这波热度,无人货架行业的投资和铺设就逐渐冷却,相关企业便相继传出了裁员、倒闭的消息。

今年年初,猩便利与便利蜂就传出了裁员转型的消息。除便利蜂现有的8个智能货柜试点城市及3个预铺设城市之外,余下的38个已铺设简易无人货架的城市将全部撤站。此外,还有大批玩家从无人货架这一行业中退出。

吹过又落下的风口,迅速涌入又迅速离去的企业,在今天的中国互联网行业,“追风口”已经发展到了相当严重的程度。许多企业抱着狂热的态度,这样的狂热甚至会让人丧失理智。互联网行业在中国飞速发展,一切的项目只要和互联网沾边,就可冠以“互联网+”之名。

此前出现的“共享马扎”、“共享雨伞”与无人货架性质颇为相似,无不以失败告终。无人货架本质上就是一个摆

满商品的货架放在写字楼里,二维码则相当于一个钱箱,谁买东西就自己把钱扔进去。但人的素质并未达到一定的高度,就算不主动付钱也不会付出什么成本,所以出现货损是必然的结果。

无人货架只能成为零售中一个微小环节

即便是不从人性与货损的角度去看,无人货架也不算有新意。

几十年前,日本就已诞生自动贩售机,并且迅速普及到各个城市。与之相比,无人货架并无太多创新之处。从货品角度来看,无人货架中顶多售卖一些小零食。在外卖发达的当下,自动售货机销量尚不如人意,更何况是无人货架。

其实无人货架并非一无是处。在实践初期,无人货架出现在高档写字楼中,货损率仅为5%,销量也较为可观。但在资本与风投融资涌入之后,许多无人货架企业为了追求数量拿到更多融资开始疯狂布点,而对迅速上升的货损率与巨额亏损视而不见。

这种问题不仅出现在无人货架领域,在中国的互联网市场中,创业为了融资的怪现象屡屡发生。烧钱抢占市场甚至成为常态,如外卖、线上购票、共享单车等。对于无人货架行业而言,目前正在经历行业洗牌,未来市场中头部企业可能更加占据优势,而小公司则难以存活,无人货架本身也只能成为零售中微小的一个环节。

(本文系作者个人研究之观点,不代表本报立场,作者系资深媒体人。)

>>图说新闻



风口过后一地鸡毛

半年时间,无人货架行业的风口悄然过去,一些企业离场,一些企业为了讲故事把无人货架变成了智能货柜。除了已经宣布转型智能货柜的企业便利蜂,多位无人货架企业的市场推广人士和智能货柜生产商介绍,果小美、猩便利、每日优鲜等都在准备布局智能货柜。

漫画/揭业良

技术驱动智慧零售 零售新物种频现

《2017-2018年中国百货零售业发展报告》近日发布。报告称,2017年的中国百货零售业在经历了实体零售转型之痛后,经营困难局面逐步改善,呈现出回稳向好态势。2017年,商务部重点监测的2700家典型零售企业销售额同比增长4.6%,增速较上年同期加快3个百分点,典型企业营业利润和利润总额分别增长8.0%和7.1%,增速分别比上年同期加快6.5和11个百分点。

报告称,数字经济发展基础,如移动互联网、智能手机、移动支付等在2017年已逐步完善,为零售转型创新提供了技术支撑,尤其是移动支付技术,2008年以后,无现金支付稳步增长。便捷快速的移动支付等非现金支付方式已成为人们在零售行业购物支付的首选。移动支付提升了购物体验,积累了大量用户数据,成为打造智慧零售的重要基础技术。

从消费者体验切入的技术开发和应用,到业务中后台的核心流程数字化和技术含量的提升,物联网、数据分析、地图搜索、室内外定位、人脸识别等技术从采购、生产、供应、营销等各个环节改造着传统零售业,零售的深度和广度不断得以拓展延伸。顾客数字化、商品

数字化、服务数字化、营销数字化、供应链数字化、经营管理数字化等全方位推动传统零售业运行效率提升,商业模式发生深刻变革。

2017年,新概念、新模式催生了千店千面的零售“新气象”,零售新物种呈井喷式爆发。从阿里巴巴的盒马鲜生,到永辉的超级物种,都在对传统超市进行颠覆性重构:压缩品类,加入生鲜、餐饮、体验等新元素进行跨界组合;运用大数据、智能物联网、自动化等技术和先进设备进行数字化、智能化改造。与传统业态相比,新物种更加重视顾客体验。一方面,通过新颖的门店设计,从视觉效果上提升门店的“颜值”;另一方面,嫁接餐饮、科技甚至娱乐内容,重新定义人、货、场。

据不完全统计,2017年以来诞生的新物种有天虹 sp@ce、新华都海物会、步步高鲜食演义、百联 RISO、联华鲸选等。除了主营超市+餐饮外,天虹 sp@ce 还增加了儿童独立购物+体验的娱乐空间,百联集团的 RISO 系食还将花店、咖啡吧、书店、艺术中心等融入超市门店,创造多元化服务,不断崛起的新物种正在构筑多样化的未来消费场景。

(据4月8日《深圳商报》)

>>资讯

京东湘潭合作共同推动湘潭智慧物流配送体系建设

4月8日,京东集团与湘潭市人民政府正式签署战略合作协议,双方将充分发挥各自优势,共同在湘潭打造规模化、信息化、现代化的商贸物流基地,发展功能完善、附加值高、竞争力强的电子商务产业体系。京东集团董事局主席兼首席执行官刘强东表示,京东集团计划未来在湘潭投资一百亿元,推动湘潭经济社会

的可持续发展。此外,刘强东还宣布向湘潭大学捐赠人民币1000万元,双方共同设立“京东奖助学金”,助力湘潭教育事业的发展。

此次京东与湘潭签订的战略合作协议约定双方将共同推动湘潭智慧物流配送体系建设。京东将在湘潭各区县建立城乡末端配送网络,加大新能源配送车辆、智能配送

柜、无人机、无人车等物流设备设施投入,助力湘潭建立现代电子商务智慧物流体系;通过建设前置中转仓储等方式,与本地商家对接,助力农特产品的上行;还将推动部署“干线-支线-末端”三级航空智慧物流体系布局,助推湘潭提升物流行业科技水平,提高物流配送效率。

(据4月9日人民网消息)