

新闻分析 INWENFENXI

“新零售+”站上新风口 新零售万亿市场开启新消费时代

“煎饺、豆皮一锅15分钟,蒸饺20分钟,热干面一碗2分钟。”湖北武汉的王女士把早饭的火候算得清清楚楚,她家离附近的新零售智慧餐厅步行距离约为15分钟,早上出门用手机点一份蒸饺,人走到取餐柜前,早点就在柜子里了。提前下单、免排队正是新零售带来消费者的新体验。

从“无人超市”到“半小时送达”,从“三公里内理想生活”再到“新零售之城”,在即将过去的2018年,这些曾经新鲜的词汇已经融入不少人的日常。有统计显示,2018年新零售消费的占比已经达到22%。如今,以零售和制造融合为代表的“新零售+”已站上新风口。

变革与探索: 新零售两年考卷忧参半

“如果用一个关键词来概括2018年零售业的发展,我觉得应该是‘变革’。每一种模式的零售业都在寻求变革。”大商集团有限公司总裁、大商天狗电子商务有限公司总裁刘思军对记者说。

这一年,电商巨头加速布局零售业。阿里提出打造“新零售之城”,孵化出的超级物种——盒马在16个城市的线下店已超过100家,主打生鲜百货1小时送达的“海鲜达”已开通269个城市,660家线下商超门店;腾讯“智慧零售”旨在做零售商的数字化转型助手,以数字化手段助力零售业转型升级,与水辉、家乐福、沃尔玛等零售巨头建立深度合作;京东生鲜食品超市7FRESH启动北京、上海、广州、深圳、成都等城市开店进程。

这一年,新零售为线下商业企业带来新的想象空间。无论是银泰百货,还是王府井百货、天虹股份,都在发力数字化、体验式、供应链,呈现营收及利润双增长态势。以苏宁为例,在智慧零售大开发战略的强力推进下,也是失败的企业最该反思的地方。

2018年苏宁累计新开店近7000家,其中仅苏宁小店就近2900家、苏宁零售云近1900家,此外还有苏宁红孩子、苏宁极物、苏宁易购直营店、大润发、欧尚合作店等。

这一年,全国数十城市明确表态要推进新零售发展,并借机打造“新零售之城”。这一年,也有一些企业在转型失败后陷入利润下滑、财务负担增加的困境,亏损中举步维艰……

“对于新零售业内的企业而言,2018年可以说是喜忧参半。喜的是,新零售这个概念被越来越广泛地接受,很多企业也在做尝试。忧在于,尝试中已经有企业遇到了困难,发展瓶颈显现。”中国人民大学商学院副教授、中国商业经济学会副会长王强告诉记者。

创新与融合: “新零售+”站上新风口

一位业内分析师对记者说,2016年新零售“跑马圈地”的一年,2018年则是新零售快速扩张和迭代的一年,现在大家对新零售市场的认识也更趋于理性和成熟。

两年多来,新零售一直在摸索与思考中前进,既有资本涌入的热闹,也有投资失败的冷静,既有科技、电商巨头的跑马圈地,也有部分企业的逐渐没落。

在王强看来,发展热潮中也需要一些冷静。“无论是叫新零售,还是智慧零售,无论是线上线下融合,还是对传统的改造,不管哪种模式,都无法脱离零售业的本质。”他说,“零售业本身是个辛苦的行业,向消费者提供产品和服务,赚取差价,这是行业特质。和风险资本快速变现的逻辑完全不一样。这也是失败的企业最该反思的地方。”

业内有一点共识,是以数字化和数据驱动来实现成本控制和效益增长。“刘思军说,展望2019年,希望有一些可持续发展的模式出现,但科技应用和大数据应用是标准配置。”

多位业内人士也对记者表示,2019年新零售企业在市场中“优胜劣汰”的趋势将更加明显。

事实上,一些新的探索已经开始。业内开始思考,新零售有没有可能溢出零售的边界,新零售想象力的边缘是否存于制造业、以零售业与制造业等其他行业的融合为代表的“新零售+”开始站上新风口。

例如,“海宝心造”正试图借助海宝大数据资源,实现以消费者偏好定制来引导生产制造端,海宝“天天特卖”启动数字化工厂改造计划,深入制造端,用数字化改造的方式提高工厂规模化生产效率。“未来3年,我们将打造1万家天天特卖定制工厂。”海宝天天特卖总经理唐永说。

展望与崛起: 迎接新消费红利时代

是创新还是保守,以哪种模式创新,成为每个零售企业思考的问题。但不可否认的是,数据驱动和科技应用的趋势已经成为共识,伴随消费升级的推进,零售业正在准备迎接新消费崛起的时代。

尽管统计口径不同,来自不同机构的数据均显示出,新零售将开启万亿级乃至十万亿级市场空间。市场咨询咨询公司英敏特数据显示,2018年,新零售在中国消费者商品零售总额中的占比将达到22.4%,这一占比相较于2013年的8%,近乎翻了三倍,预计到2023年占比将超至33%。

前瞻产业研究院发布的《2017—2022年中国零售业市场前景与投资战略规划分析报告》预测,未来几年新零售交易规模



年复合增长率将达115.27%,到2022年,市场规模将突破1.8万亿元。

国家统计局数据显示,2018年1月至11月,全国网上零售额80689亿元,同比增长24.1%,其中,实物商品网上零售额62710亿元,增长25.4%,占社会消费品零售总额的比重为18.2%。

有业内专家指出,新零售发展潜力巨大,将为消费增长和经济发展注入新的活力。一方面,新零售推动了消费升级、带动了消费升级;另一方面,新零售能够在消费领域异军突起,也正是基于我国消费稳步增长加快升级的背景。

专家指出,一个“新消费时代”正在到来。95后消费群体崛起,三四线城市消费潜力的发掘等,在不断迭代的商业基础设施和互联网等继续迅猛发展的助推下,都将释放新的消费红利。

商务部流通产业促进中心研究员陈丽芬指出,改革开放40年来,我国消费升级的步伐从未停止,当下迎来了消费升级的窗口期。消费升级提高到前所未有的战略高度。“2018年,正值改革开放40周年,内部能量积蓄到位,外部压力扑面而来。这一年,注定要成为我国消费升级的历史元年。”她指出。

当智能机器人来敲门

最近,北京一家新开业的智能餐厅成了“网红”。在这家餐厅,不仅各类菜品由机器人掌勺,点餐、结账也都是机器人做主。

随着人工智能技术的不断突破,智能机器人产业进入蓬勃发展阶段。作为全球第一大工业机器人消费市场及第一大潜在的服务机器人市场,中国智能机器人产业未来的路怎么走?专家表示,应抓住智能机器人产业重生的机遇,集中优势资源,突破核心技术,在新一代机器人研发和应用上掌握先机。

机器人广泛应用

这是一间大约100平方米的餐厅,“北京首家没有厨师的智能餐厅”的名号吸引了众多食客上门。

一进门,可以看到两台电子点餐机,顾客可以直接下单,省时省力。店面尽头靠墙摆放着7台类似冰柜的机器,所有菜品都是由这7位“大师傅”烹饪而成。工作人员介绍,这款智能炒菜机器人的菜谱来自著名烹饪大师和系统工程组成的菜谱研发团队。通过编程操作,该智能机器人能够实现自动翻炒、自动调味、自动清洁等功能。对于一些食客的特殊需求,机器人也能进行个性化定制。

不仅是餐饮行业,智能机器人已经在很多领域大显身手。比如,搬搬瑞机器人可以轻松搬抬多层楼的室外玻璃;汽车点焊机器人完成一台汽车的焊接平均用时不足一分钟;乒乓球机器人能够自动判断谁是高手还是初学者,动态调整自己的能力水平,帮助你快速提高球技。

“智能技术的应用带动机器人产品功能与性能显著提升,智能机器人产品被应用于更多新兴领域。”中国信息通信研究院信息化与工业化融合研究所工程师刘楠表示,除了最运用到传统的汽车、军工等行业加工外,面向家居、教育、医疗等领域的智能服务和特种机器人也开始步入大众生活之中。

智能机器人的应用热潮也带动了产业规模的持续高速增长。据国际机器人联合会统计,中国工业机器人市场规模从2013年起一直稳居世界第一,预计2020年中国市场在全球范围内所占比重将超过40%。



新技术提升智能

要制造一个能会跳、能会说、能与人沟通互动的智能服务机器人并不容易,背后需要强大的技术特别是人工智能技术的积累和突破。

例如,智能机器人观察外部的“眼睛”通常是一台摄像头,科学家需要在人脸、人体的识别和图像分析方面进行大量研发投入,才能使机器人识别面孔、手势、障碍物等。而智能机器人进行思考的“大脑”,其实是一台超级计算机,这又需要云计算、云存储与互联网技术的结合。专家表示,机器人尤其是智能服务机器人需要具有人的动作、行为、想法以及各种能力,其中的技术研发涉及多学科科学与工程学科,包括机械和电气工程、材料科学、计算机科学、人工智能、脑科学、仿生学、控制学等。

“新一代信息技术为智能机器人的发展奠定了坚实基础。”刘楠表示,尤其是图像识别、语音识别、自然语言处理等人工智能技术的实用化突破,带动了机器人感知、交互、决策能力的显著提升。当前,基于交互99.53%的人脸识别准确率,超过97.35%的人眼识别率以及97%以上的语音输入辨识成功率,机器人已经具备了“看得见、听得懂”的技术条件;与此同时,伴随着深度学习和无监督学习的逐步应用,机器人还会具备更为关键的“思考”能力。

伴随着技术和市场变革,智能机器人产业新的格局正在逐步形成。

补短板巩固优势

随着智能机器人产业日益红火,美国、日本以及欧洲各国纷纷出台了智能机器人战略。中国同样高度重视智能机器人产业发展,从《机器人产业发展规划(2016—2020)》,到《新一代人工智能发展规划》再到《促进新一代人工智能产业发展三年行动计划(2018—2020年)》,一系列支持机器人产业发展的政策措施接连出台。此外,各地也纷纷推出了智能机器人产业园的相关规划,推动人工智能应用迅速落地。

专家表示,国内对机器人市场的巨大需求,强大的人工智能关键技术和完整的机器人产业链条,是中国智能机器人产业发展的优势;短板则在于基础技术能力不足、研发投入经验欠缺、产业竞争力相对不足和智能机器人市场存在“虚火”等。

“中国智能机器人的发展需要扬长补短,在‘补短板’的同时,筑牢发展基础。”刘楠建议,加快人工智能技术和新应用领域布局,瞄准未来技术和产业发展方向,聚焦当前处于“井喷”领域的研发、构筑和巩固自身竞争优势。

“现在一定要集中资源,在下一代机器人上实现突破,否则旧的短板没补上,新的短板又出现。如果新一代机器人无法实现突破,或者发展上出现偏差,我们未来可能会丧失更多机会。”新松机器人自动化股份有限公司总裁曲道奎说。

把创新文章写在群众身边——解码中国“农科院”的别样创新密码

陕西杨凌自1997年成为我国第一个农业高新技术示范区以来,他们长期致力于“国家使命”,把农业技术推广课堂搬到农田里,把论文写在土地上。20多年来,杨凌通过“场站示范”方法,打造了一条极具中国特色的旱区农业创新推广体系,使我国旱区农业取得突破性发展。

打通农科成果转化“最后一公里”

创新,是历史的传承。1929年陕西关中地区遭遇自然灾害,西农大的前身西北农林专科学校筹建时,就“未建系组,先办场站,未开课程,先抓科研”,初步形成了人才培养、科学研究和社会服务相结合的雏形。

杨凌示范区成立后不久,西农大与宝鸡市合作,选派了学校28位农业专家,在宝鸡12个县区建起了32个各具特色的农业专家大院。西农大校长助理霍学喜说,首席专家直接将研究成果带到示范园,通过咨询、培训、指导为当地培养科技骨干和新型农民。

“专家大院”建立了一条使科技直接入户的新通道,促进了农业增效和农民增收。仅在1999至2003年的四年间,“专家大院”就直接转化科技成果65项,引进和培育农业新品种101个,示范推广新技术55项,带动70万农户累计增收6亿多元。”霍学喜说。

从2004年开始,西农大进一步创新了原有的农业科技推广方法,中央财政每年2000万预算投入,学校开始在相关产业的场站区内布局示范场站。与“专家大院”不同,“场站示范”方案克服了“专家大院”科研服务范围小、持续发展能力弱、专家学科方向单一、设施条件保障不足难以接纳多学科专家团队长期驻站工作等缺点,优化了杨凌原有的创新基因。

坚守,只为让群众致富

在西农大位于陕西眉县的猕猴桃试验站里,53岁的陕西省猕猴桃产业首席科学家刘占德站在温室大棚中,手里拿着几个不同品种的猕猴桃和几根枝条反复比较。他介绍说,发现和培育成功一个猕猴桃新品种至少需要10

年。为了不错过果子在生长环节的每个重要数据,他的团队无论严寒酷暑,每年绝大部分时间都要在试验站里坚守。

从当年“坐机关”的海归,到如今每天与田野为伴,刘占德或在田里试验培育新品种,或去农民的果园中实地指导种植。“咱是搞农业出身,要把论文写在群众身边,这样才有意义。创新归根结底是要让农民得实惠。”刘占德说。

9年间,刘占德陆续收集了27个猕猴桃品种或变种,2000余份种子材料,研发出一套优质壮苗快速繁育体系,果园从建园到达产的时间缩短两年。团队培育的脐红、农大金盏等4个新品种,因果型漂亮、抗病虫害、累计推广近10万亩,带动了一大批专业大户脱贫致富。

像刘占德一样,杨凌还有很多“当代劳模”将创新的论文写在土地上。数据显示,西农大近年在全国20多个省市区先后建立了包括小麦、玉米、蔬菜、苹果、猕猴桃等在内的26个实验示范站和45个示范基地。2017年,杨凌的旱作农业技术在全国示范推广面积达7186.98万亩,示范推广效益212.22亿元。

让创新永不止步

不光是农技方面的推广和创新,近年来,杨凌示范区还积极推行行政审批制、商事制度改革,聚焦自贸试验区先行先试优势,以“店小二”的精神和服务,推动企业注册提速,推动投资、贸易制度便利化。

今年上半年,杨凌新增企业656户,同比增长14.81%。杨凌示范区外贸进出口总额达3.62亿元,同比增长78.9%,增速在陕西省处于领跑地位。充分发挥示范区在农业科技、教育和相关产业上的优势,建设面向丝路沿线国家的现代农业国际合作、农业技术创新研发和农产品加工贸易集聚区,成为杨凌人新的努力方向。

“杨凌和西农大未来创新一方面是向农业生产上下游领域延伸,探索涉农院校深度合作,实施乡村振兴战略的新方式,另一方面是进一步加强与‘一带一路’沿线国家和地区合作,推进建设人类命运共同体。”西农大党委书记李兴旺说。

据新华社