

从与大润发合作，说到苏宁这些年的业态创新

6月21日，苏宁和大润发签署合作备忘录，苏宁将在国内的大润发销售家电3C类商品。

根据计划，在8月18日前，此项战略合作将在大润发271家门店落地。预计9月份，将完成总体共计393家店的重装改造。

双方的合作是以特许的方式进行：苏宁负责经营大润发店内的苏宁专区，而大润发负责整个超市的管理和运营。苏宁将统一所有苏宁店内和大润发苏宁专区内的价格和促销活动。

意料之中的合作

其实苏宁和大润发的合作也不奇怪。阿里巴巴是苏宁易购的第二大股东（持有19.99%的公司股份），同时也是高鑫零售的主要股东之一。去年2月，在阿里巴巴投资高鑫零售之前，高鑫零售就宣布跟苏宁已经就合作事宜进行了初步的探讨。去年11月，阿里巴巴收购了高鑫零售36.16%的股份，之后今年1月淘宝再次增持高鑫零售的股份，使得阿里巴巴集团的持股比例达到了71.98%。此后，阿里巴巴就按照自己的新零售战略帮助大润发进行改革。所以此次合作也算是意料之中的事情。而这也使得阿里巴巴能更好的在家电3C类市场中与京东进行竞争。



阿里巴巴入股苏宁，图片来源：ChinaDaily

另外值得注意的是，所有大润发苏宁专区内的商品都是苏宁统一进行采购，这就使得苏宁拥有更强的采购力，因此跟供应商和生产商的价格谈判就更有话语权。

对于大润发而言，与苏宁的合作无疑将增加自己家电 3C 类产品的销量，虽然自 2015 年开始，大润发就开始削减店内的家电 3C 类产品的业务，增加更多生鲜的商品，但是不可否认，家电 3C 类商品的销售占到整个店内销售的比例可以高达 20%，因此，与苏宁的合作，既能保证大润发的收益，大润发又不用与供应商和生产商直接进行价格磋商。

苏宁这些年的创新尝试

苏宁曾表示，公司围绕业态进行创新，从“购物中心做大”、“专业店做精”、“小店做近”三大方向出发，推出了“一大（苏宁易购广场）、两小（苏宁小店、苏宁易购县镇店）、多专（苏宁易购云店、红孩子、苏鲜生、苏宁极物、苏宁易购汽车超市）等”的智慧零售产品族群，创新打造了多项沉浸式场景，不断丰富用户体验。

苏宁易购广场



位于南京徐庄的苏宁易购广场，图片来源：联商网

苏宁商业管理有限公司和恒大集团合作开发的购物中心，定位于一二级市场的新城区及三级市场的核心商圈，是苏宁智慧零售“一大、两小、多专”的业态产品族群中的“一大”部分。

苏宁易购直营店



苏宁易购直营店，图片来自：腾讯家居

苏宁易购直营店定位于县镇市场，全部商品都由苏宁买手自行采购，提高消费者信心。

2013年下半年开设了第一家，截止到今年3月31日，全国共有2281家直营店。

苏宁小店



苏宁小店，图片来自：联商网

苏宁小店是苏宁今年1月的一项新的尝试，门店销售产品种类2000余种，其中30%左右为生鲜食品。

苏宁小店将有5种不同的形态：社区店，CBD商圈店（主打餐饮），高客流量地区的店面，无人货架，以及贩售机。

截止到今年5月，苏宁小店已经在全国开设了500家分店，并预计年底之前扩展到1500家，2020年拓展到3000家。家用必需品专门店：乐清台湾

苏鲜生



苏鲜生，图片来自：凤凰科技

去年 5 月，苏鲜生在徐州开设了自己的第一家门店。苏鲜生定位为精品超市。

“苏鲜生”店铺面积约为 2000 平米，商品种类超过 10000 种（线上+线下），包括水果、蔬菜、水产、零食、饮料、美妆个护等多个品类。主要划分为自主商品经营区、美食餐饮区、生鲜日配区、店中店招商区、互动体验区等。

截至 3 月 31 日，苏鲜生在全国开设了 9 家门店，目标在年底前开设 50 家门店，2020 年开设 306 家门店。

苏宁汽车超市



苏宁汽车超市，图片来自：凤凰科技

去年 7 月，苏宁在南京开设了自己的第一家汽车超市，除了整车业务板块之外，还将涵盖电动摩托车、汽车电子、汽车内饰、汽车配件&安全座椅、汽车保养（油品）、汽车租赁等模块，其中长城润滑油、平安车管家、飞利浦、SOCO、尼罗河等品牌都已签约入驻。

苏宁计划在中国各大城市的 CBD 商圈开设超过 100 家的苏宁汽车超市。

苏宁红孩子



苏宁红孩子，图片来源：联商网

红孩子创立于2004年，主营母婴产品。去年9月开设第一家实体店，店铺面积超过5000平米。截至3月31日，苏宁红孩子已经在全国开设了60家分店，并计划到2020年在全国共开设2345家分店。

苏宁极物



苏宁极物，图片来自：ITW01

今年3月，苏宁极物在南京开设了自己的第一家实体店。400平米的面积，上下两层的格局，集购物、餐饮、咖啡等消费为一体。苏宁极物想要打造一处慢生活体验的线下聚集地。

苏宁极物在售的商品，多为精选的网红商品和高性价比的爆款精品，涵盖3C数码、美妆个护、家居日百、咖啡饮品等多种SKU。不少极物的原创产品还拿过红点设计奖和IF设计大奖，年轻人是来此消费的“主力军”，占比超过80%。

苏宁计划在未来三年内在全国一二线城市开设300家苏宁极物。

苏宁云店

全国首家苏宁易购云店 3.0 在 2018 年 2 月在南京开业，是苏宁首次将刷脸购物、无人店、智能家具体验等科技手段集合在同一家商城当中。苏宁易购云店 3.0 上线营业公测的第一天，吸引了超 10 万人次的消费者前来体验、购物，单日同比云店 2.0 上线首日的销售增长了 62%。

Biu 店



南京玄武区徐庄苏宁易购生活广场的苏宁第一家无人店“苏宁体育 biu”正式对外营业，图片来源：搜狐

苏宁去年 8 月在南京开设了第一家无人店“苏宁体育 Biu 店”。

这个占地面积 240 平方米，涵盖了体验、零售、游戏等多种业态的无人店，是迄今为止苏宁开出的第 6 家无人店，店内设有很多的黑科技，包括人脸识别和 RFID 等。

为了更好的将线上和线下的消费场景结合起来，苏宁目标是在 2020 年之前开设 20000 家不同业态的实体店。

冯氏集团利丰研究中心

冯氏集团利丰研究中心收集和分析有关全球采购、供应链、分销、零售及科技的市场信息。

冯氏集团利丰研究中心总部设于香港。研究中心借助其独特的关系网络和信息网络跟踪上述信息，进行研究并重点分析中国及其他亚洲国家的发展概况和未来趋势，以及撰写相关报告。研究中心透过定期出版研究报告及其他刊物与世界各地的企业、学者和政府分享市场信息和独到见解。

冯氏集团是一间以香港为基地的跨国公司，研究中心作为集团的智库，亦为集团及其合作伙伴就进入中国市场、企业架构、税务、牌照及其他政策法规方面的事宜提供专业意见及顾问服务。

冯氏集团利丰研究中心于 2000 年成立。



关于冯氏集团

冯氏控股（1937）有限公司总部设于香港，是一家私人全资拥有的跨国集团。冯氏控股是冯氏集团的主要股东，集团的核心业务涵盖消费品市场的整个全球供应链管理，包括贸易、物流、分销及零售。冯氏集团在全球逾 40 个经济体系聘用超过 27,000 名员工。冯氏集团的发展历程源远流长。集团始创于 1906 年，由经营出口贸易业务发展成全球供应链管理业务，集团见证了香港与珠三角地区蜕变为当今世界生产及贸易重地之一的光辉历史。今天，集团聚焦于创造未来的供应链，协助品牌和零售商在数字经济中驰骋，并在全球各地为品牌创造新机遇、开拓新产品类别和拓展新市场。

集团旗下的上市公司包括利标品牌有限公司（香港联交所股份代号：00787）和利亚零售有限公司（香港联交所股份代号：00831）。集团的私营业务包括利丰有限公司、利弘投资有限公司、利时控股有限公司、利童服饰（控股）有限公司、玩具“反”斗城（亚洲）业务及 Suhyang Networks。

版权所有© 2022 冯氏集团利丰研究中心

冯氏集团利丰研究中心致力于提供准确而可靠的资料，但并不保证本出版物的内容绝对无误。倘其中有任何错误之处，本中心恕不负责。本出版物也并非旨在涵盖所有内容。对文中的信息是否准确或完整本中心不作任何明示或暗示的承诺或保证。冯氏集团利丰研究中心不会对任何个人或单位因阅读了本出版物采取某项行动或未采取某项行动的后果承担任何责任。