



2015年全國兩會 中國新常態 改革進行時

蘇寧互聯網轉型迎來直道加速 大數據首進政協報告

創立於1990年的蘇寧已擁有員工18萬人，連鎖網絡遍及中國內地、香港和日本的300多個城市，海內外銷售規模逾2,700億元，品牌價值1,052.35億元。成立24年來，蘇寧熱心公益，截止目前已累計捐贈9億元人民幣。蘇寧董事長張近東作為全國政協委員亦積極參政獻策，在過去的10餘年裡，張近東一共提交了60多項提案。在今年提交的6份提案中，張近東更多聚焦消費者權益和行業發展，包括「屏蔽網絡假冒偽劣」、「推動物流產業綠色發展」和「推動農產品流通體系建設」等。

香港文匯報訊(記者 軟瑋 兩會報道) 在今年的全國兩會上，大數據、信息消費等互聯網詞匯成為高頻詞。全國政協主席俞正聲在全國政協開幕式上指出，互聯網是推動經濟結構戰略性調整的重要舉措，意味着從國家層面把互聯網提升到戰略高度，這無疑令5年前就已開始轉型互聯網的蘇寧雲商(簡稱蘇寧)迎來直道加速。正在參會的全國政協委員、蘇寧董事長張近東日前表示，2015年蘇寧已進入到發展的快車道，目前正是要踩油門加速的時候。張近東笑言，「我嗓音好了，是因為有了大數據，建立了各種雲，都靠數據說話了，所以我說話少了」。

事實上，從去年第四季度開始，蘇寧一掃去年上半年業績下滑的陰霾，交出了2014全年盈利9.46億元，第四季度整體增長17%，且逐季向好的靚麗業績，以此宣告：蘇寧O2O發展正由「彎道」進入「直道」，互聯網轉型取得階段性成功。



蘇寧快遞

5年前，蘇寧高調上線蘇寧易購時引業界側目，因為當時絕大多數傳統企業仍在發展線上還是線下間糾結。蘇寧果斷擁護互聯網的同時，亦承受着投資者、輿論和上下游的多重壓力，但沒有人輕言放棄，互聯網轉型的步子一直非常堅定。用張近東話說就是，「之前有媒體朋友把我們這一轉變比喻成『壯士斷腕』，雖然我們的轉型過程遠沒有那麼悲壯，但是我們的確擁有着那樣的決心。回首過去，雖然道路上荊棘遍地、困難重重，但正是因為那時的決定，為我們贏得了轉型的時間，贏得了戰略回旋的空間」。

打破品類天花板 C2B重構供應鏈模式

2013年，當蘇寧將「電器」兩個字從企業名稱中拿去，以「雲商」取而代之時，眾多行業人士稱為「看不懂」的這一招。一年多時間，全品類的威力就開始跨出電器，橫掃非電器品類了。據統計，僅2014年一年，蘇寧開放平台就引入商戶11,000家，SKU體量從「電器化」時代30多萬激增至近800萬。

而在超市和母嬰兩大品類上的單品上發力，蘇寧屢試不爽，不僅獲得了銷售量暴漲，還帶來了大量女性會員，原因是其背後通過大數據挖掘，精準鎖定目標用戶，並反向定制消費者最需要的商品。這種大數據挖掘引發的C2B供應鏈變革，從非電器品

類也傳導至了傳統家電3C品類，並發揮着更大的威力，從而打造了麼麼噠、美圖手機、廚房空調等一系列用戶喜愛的單品，同時蘇寧借勢上線眾包平台，體感車、智能穿戴等一系列廣受歡迎的新奇特產品也不斷湧現了出來。

也就在2013年，張近東在弘毅年會上大力推廣自己的O2O模式，當時或許沒人相信O2O能在今天發展成為互聯網零售的最主流形態。但蘇寧開始了佈局，全面切入移動互聯，探索了O2O模式的落地，通過持續優化蘇寧易購，實體店互聯網升級，開發多種移動端應用，收購PPTV聚力等，實現了門店端、電腦端、移動端、TV端的多渠道佈局。通過組織流程再造，供應鏈體系融合，門店互聯網基礎設施升級，建立起全系的O2O融合，實現了組織與人員、渠道與商品、流程和體驗、營銷和推廣的全面融合。

蘇寧的上述付出終於在2014年下半年開始全面凸顯，線上線下同步發力，通過大數據驅動的C2B反向定制、精準會員營銷等創新運營手段，驅動O2O模式執行進入到批量化成果展示階段。第三季度線上銷售同比增幅超過50%，第四季度蘇寧雲商營業總收入增長17.07%，全年盈利9.46億元，相比2013年的增幅達到550%多。對此，張近東指出，蘇寧O2O模式發展進入「直道」，公司從傳統零售企業已經脫胎換骨，轉型成為互聯網零售企業。

當被問及為何蘇寧能在大多數傳統企業視互聯網為洪水猛獸時果斷轉型？張近東表示，互聯網對傳統企業是天賜良機：一是打破了傳統零售的品類天花板，在原有的連鎖店裡，再密集的展示都受制於空間制約，不可能大規模擴充品類；二是打破了渠道的天花板，原有的連鎖店按照坪效不可能四處開花，三四級市場、農村市場、大學市場等都難以企及；三是打破了盈利模式的天花板，過往的模式只能靠進銷差價獲利，而在互聯網上，盈利模式有着大量的創新空間。

部署50雲店1500個服務站 城市農村銷售網絡將無縫覆蓋

事實上，張近東對蘇寧供應鏈模式的改造不止於此。在2015年蘇寧的春季部署會上，張近東正式提出了「與供應商的極致協同」，就是要成為供應商「搶佔市場、打造品牌的利劍」，成為供應商最具價值的平台，這包括要成為主流新品的首銷平台、核心單品的暢銷平台、品牌形象的推廣平台和資源價值的整合平台。

今年2月底，張近東亦對外公佈了雄心勃勃的渠道擴充計劃：在一二級市場利用互聯網技術，部署50個擁有更好O2O體驗的「雲店」，同時繼續改造超級店與生活廣場，深度挖掘全品類經營優勢；以及大舉進入三四級市場，年度計劃新開1,500個蘇寧易購服務站，這亦與國家鼓勵電商下鄉、加速現代化農業流通體系建設的政策不謀而合。

此外，蘇寧還計劃深入校園，增設500所高校俱樂部。至此，蘇寧完成了對從一線城市到大學校園，再到農村市場的全面覆蓋模式的部署。這些大手筆動作在傳統的連鎖時代絕無可能，但對於轉型後的互聯網蘇寧來說，利用互聯網、移動互聯網、大數據平台和雲計算，覆蓋PC、手機、客戶端，還是可以快速的重新塑造自身渠道。

據悉，目前蘇寧在四大終端已全面完成了渠道佈局和融合，分別是：線下實體(門店、易購服務站等)、PC(網頁蘇寧易購)、移動互聯網(蘇寧易購手機客戶端以及其他方式)、客廳電視(PPTV聚力)。雙線四端的融合式發展讓蘇寧的O2O模式價值正逐步被放大。



全國政協委員、蘇寧董事長張近東



蘇寧物流基地

全國政協委員，蘇寧董事長張近東此次向大會提交了六份提案，內容涉及屏蔽網絡假冒偽劣倡建網購平台首問負責制、推動農產品流通體系建設、推動物流產業綠色發展、推廣電子發票等。張近東表示，作為一名全國政協委員，既是榮譽更是責任，這種責任就是對國家、對民生和社會發展的關心關注、參政獻策。

倡建網購平台首問負責制

張近東表示，伴隨着內地網絡購物規模的持續增長，假貨問題已成為電商平台繞不過去的話題。他呼籲業內儘快推行「電商平台首問負責」機制，即網購商品質量出現問題時，電商平台必須先行賠付，事後再去追溯商戶的責任。中國官方新近報告亦顯示，2014年1至9月，內地電商產品質量有問題的不合格率为26%。

張近東指出，2015年，國家打擊假冒產品問題的態度已經愈加強硬，而平台首問負責機制的推行對於各企業來說，將是不得不邁出的一步。張近東建議，儘快推進網購平台首問負責制，從制度層面促進網購平台企業在事前、事中、事後全流程防範假冒偽劣，保障消費者權益和社會公共利益。

在張近東看來，切實保障消費者權益，需要全面推進網絡購物平台首問負責機制，從而在制度層面促進網絡購物平台企業在事前、事中、事後全流程防範假冒偽劣，通過系統干預屏蔽、快速杜絕網絡不法經營行為。張近東強調說，電商平台應當保全交易數據證據，不能以平台模式不參與商品銷售而推卸責任。

發展農村、跨境電商 激活經濟新增長點

此外，張近東就推動內地農村電商和跨境電商發展，做出專門提案，建議發展農村、跨境電商，激活國家經濟新的增長點。張近東呼籲把農產品物流建設納入國家重大項目規劃，通過給予企業政策扶持等方式，加速項目推進，同時借助電商渠道和網絡優勢，把農產品資源「引流上線」，打通農產品進城的流通渠道；最後，扶持企業建設現代化農業生產基地，推動農業現代化產業升級。

至於跨境電商，張近東調研後認為，跨境電商年增速超過30%，已經逐漸呈現蓬勃發展之勢，正在成長為中國外貿新的增長點。近幾年，國家大力支持跨境電商發展，在上海等地進行的試點已初見成效。

張近東攜六提案上會 聚焦網絡售假保障網民權益

張近東就此建議，發展跨境電商，要鼓勵鼓勵國內龍頭企業探索跨境電商的保稅區備貨模式；鼓勵國內龍頭企業探索全方位跨境物流整合服務；同時在保稅區探索建設一站式跨境電商服務平台。

此外，張近東今年再度提交了有關電子發票的提案。在張近東看來，在網絡購物發展的今天，電子發票作為一種購物憑證，既是證明消費行為的有力證據，亦是消費者獲得售後服務、進行消費維權的法律憑證。

另悉，這是張近東作為政協委員參加兩會的第13個年頭。在過去的10餘年裡，張近東一共提交了60多項提案。



蘇寧易購服務站