

2019第八届
上海零售风云榜零售是 1，
赋能是其后面的 N 个 0

钱鑫

今年辞旧迎新之际，作为七宝万科的会员，我收到了一封发自商场的信：

不知在荏苒交错的时光里/是否在某时某刻捕捉到盈盈笑眼的你们/有没有在一个夜晚，被我们的暖色光晕照亮你归家的路/感谢岁月，让我们能够在年深月久中/逐渐成为你寻常日子中微小的组成部分/情深而难赋/想为你带来更多闪闪发光的美好生活/你在，家在，我们便在。

购物中心，已成为了魔都中每一个人，不可缺失的生活场景。拥有 258 家购物中心的上海，已成为了中国名副其实的零售之都。今年，还将有 36 家购物中心亮出新颜。诸多零售新技术在上海进行试验和孵化，各种商业新物种纷纷逐鹿上海，新业态更是迭代更新，上海新商业的诠释越来越鲜活和多元化……上海已领跑中国零售。

在今年的零售大战中，上海如何再次领跑？如何将上海打造为世界级的消费之都？

2019 年，线上、线下的叠加，大数据与人工智能等技术的普及，“赋能”和“超级链接”成为关键词。用何种 E(energize)，来和 TA(消费者)实现“超级链接”，将成为 2019 年零售之争制胜的关键。

围绕着赋能，腾讯、阿里各有奇招：腾讯系的“赋能”，通过腾讯的互联网能力积累，以及腾讯云在大数据与 AI 技术方面的优势，结合其生态能力如小程序、微商等，助力零售行业完成数字化转型，万达集团、家乐福、永辉超市等无疑体现了腾讯的路径。阿里系的“赋能”，企业融入阿里生态体系如淘宝、天猫中，进行引流、转化、复购，借助新技术将零售的每一个环节实现数字化，实现零售价值再创，从盒马、大润发等的发展，我们看到了阿里的战略。

商店里营业员多过顾客，为了引流，店家使出了浑身解数：活动一场接一场、赠券送礼不能停。2019，通过数字的赋能，一些触达人的全新方式将出现：也许你会惊呼，商场为何如此懂你？向你推送的商品全是你的 STYLE，这些货品的最新促销信息也能第一时间抵达你的手机；当你在一家商场内完成一次消费后，精准的二次消费优惠券马上如约而至。数字化赋能将流量私域化，顾客信息滋生出“数字化资产”，实现了对消费者更精准的触达和运维。“无运营，不经营”，这句话流传甚广。

你的行踪不再是秘密，当你一踏进商场，你就会被自动识别了！通过小程序自定义的搜索功能以及 LBS 定位功能，该商场的各种促销信息立即会精准传递给你；通过人脸识别系统，商场立即自动识别了你的会员信息，并捕捉到了你在商店内的行走动线以及购物偏好；当你把在商场内购买的穿搭分享到朋友圈，你的会员账户上立即获得了积分，下一拨你喜欢的商品推送立即接踵而来；试衣不再让人觉得麻烦，利用 AI 系统，你只要站着，就能看出各种新衣的上身效果。还有智能衣架、智能鞋架……通过线上的小程序、公众号、定位体系等和线下的触点、扫码、交互，科技赋能，让消费者体验非凡。

西西弗全国首家旅行书店、日食记首家线下体验店、声音小镇上海首店、上海滩主题的 Hello Kitty 室内主题馆、互联网新媒体“一条”线下实体店、誉八仙旗下粤菜东南亚菜融合的狮 LION 餐厅……阿拉上海一下子多了很多从未看见过的新物种。商场不再是千店一面，快闪店、概念店、网红店、无人（自助）零售、寄售店等，通过业态赋能，这些新物种和我们产生了深度链接，大大激发了我们的购物欲望。

外出可不带手机，后果很严重。除了不能联络、沟通以外，连支付也不方便了。而今后，靠你的脸就能进行支付：因为有了人脸识别的技术，在商店的自助收银系统前，不掏手机，通过你的脸就能轻松买单；通过小程序和扫码购，结账时间缩短一半。支付赋能，让我们的支付有了焕然一新的无感体验。

LCM 置汇旭辉广场开业当天，一场世界级文化 IP 活动大英博物馆《亘古奥秘》流动体验馆亮相，为消费者带来了原汁原味的博物馆体验；凯德龙之梦虹口中出现了 5G 智慧综合体，在商场里可进行 5G 高清视频通话；戴上 VR 眼镜，玩一次云游戏，体会一番“头号玩家”的酣畅淋漓；Tx 淮海剧汇打造融合科技、潮流、艺术等众多元素的“剧院”，引入舞台与绿洲，让每一位消费者都成为舞台上的主角。商场已成为了我们生活中的第二个会客厅，在这里，我们和家人聚餐、和朋友喝茶、和 partner 谈生意……商业也不停地在寻找和其他产业的混搭和跨界，通过社交赋能，shop-pingmall, gather more.

由钢筋水泥搭建而成的购物中心，因为有了赋能，由此凸现出多元化、丰富化的种种特征，他所诠释出的宽度和温度，让购物中心由内而外发生质的蜕变。购物中心，因此也变得灵动、温暖而有趣。

赋能，正让上海的零售，在 1 个 1 后，出现了 N 个 0……

让我们感受着零售未来的模样，
让我们想象着未来零售的模样。

卷

首

语

