

O2O即Online To Offline(在线离线/线上到线下),是指线下的商务机构与互联网结合,让互联网成为线下交易的前台。O2O的概念非常广泛,只要产业链中既可涉及到线上,又可涉及到线下,就可通称为O2O。



店商O2O转型潮袭来

据了解,2013年在店商O2O转型中,天虹商场联手腾讯微信打造天虹应用平台;银泰百货高调宣布与天猫商城开启合作战略,试水O2O……截至目前,迈出O2O步伐的商家不在少数,包括王府井、新世界、万达等。商家扎堆触网布局O2O模式,视其为改变市场疲态的“救命稻草”,通过线上线下完成多渠道整合。

在郑州,王府井百货于去年“双11”率先涉足O2O领域,并取得预期效果,此前大商集团郑州地区集团探讨O2O模式,确定O2O转型方向,丹尼斯百货、正道花园百货等商家纷纷进行电商评估,虽然对于试水O2O模式持谨慎态度,但都表示O2O是不可逆转的发展方向。

“2014年将重点关注O2O模式,研究如何发展电商,走到市场前端。”大商集团郑州地区集团总裁皇甫立志说,大商集团配置有物流中心,“最后一公里”问题解决好,届时大商的O2O模式将有保障,更加便捷。

皇甫立志说,大商集团配置有物流中心,“最后一公里”问题解决好,届时大商的O2O模式将有保障,更加便捷。

郑州王府井百货总经理唐文英表示,2014年O2O模式不仅是王府井百货的重点工作,而且也将是大部分传统零售商的一个重点突围对象。

O2O发展前景被看好

毋庸置疑,商家之所以将转型方向瞄准O2O模式,必然是看到了O2O理想的发展前景。“传统零售业试水O2O模式是再建立商业全渠道,使商场的宣传、销售、服务更加立体化,为消费者提供更好的服务。”唐文英认为,商家走O2O路线也是在紧跟消费者的变化和消费需求来改变经营策略。

事实上,O2O模式也是大数据时代带给商家的无法避免的调整。

店商转型 突围O2O

本报记者 武姣

业内人士表示,O2O就是在网上寻找消费者,然后把他们带到现实的商店中,将线下的商业机会与互联网相融合,让互联网成为获取客户的渠道和媒介,甚至可以完成消费交易。

而在专家看来,O2O模式如运行得当能立竿见影。一方面,O2O模式有利于提高消费者到店率和销售量,削弱店商劣势,降低租金压力;另一方面,使消费者的购物过程更加“智能”,不仅及时收取丰富、全面的折扣信息,而且还能快捷筛选并订购适宜的商品或服务,且价格实惠,在为消费者提供增值服务的过程中,也为商家培养了大批忠实消费者。

线上线下重在融合

O2O模式看上去很美,但知易行难。业内一致认为,目前没有一家真正成熟的O2O标杆企业,整体

处于摸索阶段,实际操作起来有很多障碍,比如技术、物流等。

“传统零售的触网成功与否,关键还是要看其线上线下的联动是否充分。”万达集团董事长王健林说。

皇甫立志表示,传统零售业做电商不能脱离了其独有的优势,比如中高端品牌、品质、个性化商品,必须包含那些试吃、试穿、试用等电商无法实现的功能。同时,要把电商看做是线下服务的延伸,利用好实体店的信誉优势。

另有观点认为,O2O本质上是加强线上线下“流量”交互的过程,零售企业要将线下体验与线上效率打通,合理分配两者利益,线上为线下服务,线下来提高线上美誉度。不过,融合过程中将会有很大难度,由于移动购物闭环对信息系统、物流系统和支付系统的要求非常高,需要企业进行持续、大规模的投入,在最终生效之前企业需要忍受较长时间的利润率持续下降,甚至亏损。

商业那些事儿

栏目记者 武姣

O2O不是“空中楼阁”

去年以来,受电商冲击,很多传统百货客流、业绩下滑双重压力下,纷纷试水O2O模式,天虹、银泰、王府井等传统零售商率先尝试,并初显成效,其股价也风光了一把,而去年年底,万达集团宣布进军电商领域,传统零售探索O2O模式已成业界公认的发展趋势,然而,有观点认为O2O模式“理想很丰满,现实太骨感”,对于何时能看到产出持怀疑态度。那么,业内人士怎么看?

张杰

大商新玛特金博大店总经理



通过O2O模式让传统零售业产生实际经济效益为时过早,保守来讲,近一两年内都很难。目前,传统零售业试水O2O模式仍处于探索阶段,因为没有现成的经验可以套用。就金博大来说,今年有计划投入,但单个店铺不会做,从集团战略角度考虑是要尝试的,这需要先要把新技术应用做好,比如WiFi、微信等大数据分析、软件连接,其次才是线上线下结合。技术是根本,现在大部分商家正处于学习、掌握阶段,到熟练程度还需很长一段时间。

司小伟

郑州国贸360广场总经理



因为每家企业情况不一样,所以对于O2O模式并不适宜一哄而上,这和商场的经营模式、定位方向有关系,对于有的企业来讲可能O2O模式是很大的帮助,有的企业可能处于品牌形象考虑并不愿意去尝试。目前来讲,电商规范度不够,成本很大,诸多原因导致O2O模式操作起来很难,如果单纯作为营销手段,无可厚非,而要真正看到实际效应,还是需要有很长的一段完善过程。现在很多商家的O2O模式更趋向一种营销手段,当大家一味炒热O2O模式时会忽略一些本质问题,商业的本质还是要回到服务、商品本身上来,要让消费者记住你,让消费者觉得“值得逛”。

宋向清

河南省商业经济学会常务副会长兼秘书长



传统零售业走O2O之路实际上是被“逼上梁山”了,O2O模式可能不是“救命稻草”,但不走这条路就很难维持强大生命力,对于传统零售业来讲,O2O模式是商业模式的转型,线上线下相结合是明智、理性之举,也是必然之路。成熟操作O2O模式,传统零售业缺乏的是懂技术的人才、团队,从起步发展到成熟需要很长一段过程,重要的是如何管理、跟进、运营,否则就只能停留在概念层面了,虽然短时间内不易看到成效,但前景看好。

把健康带回家 系列报道



“舌尖”上的安全不仅关乎健康与性命,而且也是每个人的头等大事。近年来食品安全事件频发,越来越多的人开始关注“舌尖”上的健康问题。究竟怎样才能吃出健康?从本期开始,本报推出“把健康带回家”系列报道,通过传播健康理念来引导健康消费。

君源农场:用真正的有机蔬菜守护健康

“每当看到关于食品安全问题的报道,都会触动我的神经。我觉得对于解决食品安全问题,每个人都应有责任感和使命感。”君源有机农场总经理赵利静告诉记者,这也是她立志做出高标准有机蔬菜的源动力。

生活中,但凡贴上“有机”标签的蔬菜十分受消费者青睐。那么,准确来讲,什么蔬菜才是有机的?赵利静说,生产过程中完全不使用农药、化肥、生产调节剂等化学物质,不采用转基因工程技术,才是无污染、富营养、高质量的有机蔬菜。

如何区分有机蔬菜和普通蔬菜?赵利静认为,其外观上并无太大差别,但品尝之后,口感偏甜,没有农药残留味道。而在品相中,多数人会选漂亮的蔬菜,但有机蔬菜遵循自然规律长出来的形状、大小不一。

目前,君源有机农场是河南省内首家通过欧盟、中国双重有机认证的蔬菜生产区,日常以有机蔬菜的产供销为核心,所生产的有机蔬菜均达标双重有机认证标准。

记者了解到,君源有机农场是集观光、休闲、旅游、养生、培训、会议等各项功能为一体

的都市休闲观光农业,成为国内首家基于ICSA的全景式互动农场,客户平时可以像玩QQ农场一样种菜,360度摄像头全景监控,让客户实时掌握自家菜地的实际情况。同时,农场还有足球、篮球、网球场为会员免费开放,同时也为会员免费提供垂钓、烧烤等服务。

“30平方米为一个单位划分成私家农场,出租给城市的家庭,周末或闲暇时可带着老人和孩子体验农耕,对孩子进行科普教育,对老人也是一种儿时记忆的追寻。”赵利静说,君源有机农场还推出网络平台,通过管家现场打理来实现远程种菜。为在生产过程中把好质量关,君源有机农场坚持不用农药、不用激素、不用化肥、不用除草剂“四不原则”。“只有切实加强公众的环保和健康意识,才能让有机蔬菜更加普及。”在赵利静心中,让更多的人吃到有机蔬菜是她的梦想。“我希望君源能成为顶尖的有机食材专家,我梦想更多的企业致力于有机事业,我梦想大家不再因食品安全而忧心,都能吃上安全健康营养的有机食材。” 武姣



藏宝阁

栏目记者 武姣

“爱绽放”在幸福时光里

“穿上轻薄、柔美的婚纱,目光凝视着你,微抬的嘴角挂满了幸福,当一枚绚烂的钻戒穿过指尖,坚定地回应一句‘yes,I do’。”

这样的场景无数次在艾米梦中出现。从少女时代起就憧憬着求婚的场景,这一枚小小的钻戒,包含的是一个甜蜜的永恒的承诺!

艾米和祝魏是跨国恋,一个在郑州,一个在西班牙,从一开始恋爱到现在,相聚的时间实际加起来只有两周,虽然每天都有几小时的通话和视频,但终究无法消除距离所带来的些许寂寞和孤独。于是每一次见面都变得格外珍惜。

春节回来时他们去了杭州,那是一段幸福的时光,他们用尽了随身携带的数码存储卡,只为留下那点点滴滴的回忆,让接下来看似无尽寂寥的日子,也能感受到在一起的那点温暖感。

“爱是包容、爱是期待,爱是一种能触碰彼此心灵的感觉。爱同样是一份责任,当我们沿着爱的轨迹,走到幸福的顶端,为这一篇章画上完美的句号,就是我为我戴上幸福指环的时候。”艾米心中满是对未来的憧憬。

或许,这种等待是对爱情的一次考验,当一同步入幸福的婚礼殿堂,再来回望一路走来的这些艰辛,就会使爱情更加坚固。

难忘的时刻到了,上次祝魏回郑时,在大学路与中原路金伯利钻石专营店,为艾米挑选了一款钻戒“爱绽放”,并在绿城广场当众求婚。艾米感动坏了,仔细端详着求婚戒指,露出温暖的笑容。两个月后,祝魏回郑他们就结婚了,这枚“爱绽放”求婚戒指记录了艾米和祝魏的相遇、相识、相知、相恋,也将静静地躺在今后相伴的幸福时光里。



本期宝贝:
金伯利钻石“爱绽放”钻戒

藏宝物语:这枚“爱绽放”由主钻戒和排镶小钻戒组成,可组合佩戴亦可分开。主婚戒简洁的六爪镶嵌方式,最大限度地折射出钻石的光芒,虽然镶嵌的钻石个头不大,却在视觉上有放大的效果。纯净的色泽好像他们之间的爱情,瞳孔中只剩下对方的身影,不掺杂任何杂质。

在金伯利钻石专业人士眼中,“爱绽放”这款戒指无论是净度还是切割工艺都是极好的,如此闪耀的光芒,代表着永恒不变的承诺。但在艾米眼中,有更加深刻的意义。“爱绽放”婚戒作为他们爱情的见证,在情感上有着其独有的收藏性,她要向闺蜜炫耀,她要留着给孩子讲故事,她会视传家宝一样用心呵护与存放。

