

电商企业的新零售商业模式构建过程剖析

产品名称	电商企业的新零售商业模式构建过程剖析
公司名称	东莞市数云网络科技有限公司
价格	.00/个
规格参数	
公司地址	东莞市
联系电话	18665158422 18665158422

产品详情

在“新零售”背景下,零售企业的商业模式创新呈现出诸多新特点,但现有研究还存在许多不足,因此还需要对商业模式创新进行细化研究.本研究以京东商城为例,采用扎根理论的三级编码进行归纳分析,得到影响京东商城商业模式创新的四个核心范畴,分别是产品营销、品牌商转型、物流服务和企业价值观,并提出在“新零售”背景下进行商业模式创新的对策与建议.这对丰富零售企业商业模式创新,促进零售企业在“新零售”背景下进行商业模式创新路径的选择可提供一定借鉴.

一、现状分析

对于现磨咖啡来说,传统咖啡的商业模式大体以线下实体门店为主,更多的是对咖啡厅的线下体验,以及社交需求,虽有线上外卖配送,但未形成线上线下一体化融合,存在着购买不方便、排队时间长、价格较贵,人力成本较高等痛点。

在目前消费结构升级和追求消费体验的时代背景下,瑞幸咖啡采用“线上+线下”同步运作的互联网新零售商业模式,打破传统咖啡紧靠线下门店经营的单一模式,来满足消费者多元化的需求。

二、产品分析

2.1 产品定位

瑞幸咖啡直接对标星巴克,从中低端市场切入,面向年轻尝鲜的消费群体,强调喝的是咖啡本身,而不是“咖啡厅”,弱化咖啡的空间社交属性。

2.2 无限场景

对标星巴克的“第三空间”,深度植入各种场景,包括办公室、大学校园、机场、休闲聚会等多种场景,让所有想喝到好咖啡的年轻人,随时都能喝到一杯好咖啡。

2.3 核心竞争力

改变了传统咖啡的消费模式，采用线上运营的推广模式，将咖啡从重资产转为相对较轻的互联网业务，做到高品质、高性价比、高便利性的产品。

三、新零售的商业模式

新零售的概念：以互联网为依托，通过运用大数据、人工智能等先进技术，对商品的生产、流通与销售过程进行升级改造，并对线上服务、线下体验以及现代物流进行深度融合的零售新模式。

具体表现为：一方面，通过线上向线下导流、提供移动支付、线上展示门店货物、第三方配送等方式对实体门店进行数字化整合；另一方面，收集用户的消费数据，数据分析，产品迭代，为用户提供更好的服务。经典案例：盒马生鲜、京东到家，APP下单，外卖送达或到店自提。

瑞幸咖啡新零售的商业模式到底新在哪里？如何做到基于技术数据驱动的新零售商业模式，实现高品质、高性价比、高便利性的核心竞争力。

3.1 新的交易模式

传统的咖啡门店的消费方式多为实体店线下消费，停留在一种交易型客户关系上，未与客户建立更多的连接与情感维系。

瑞幸咖啡全部通过APP进行交易下单，没有柜台点单，没有收银，自提或者外送，基本不用排队，更高效的体验。同时，通过APP与客户产品强连接，收集用户消费行为数据，了解用户消费习惯，基于数据进行产品迭代，提供更好的服务。

3.2 新的门店模式

现磨咖啡的消费方式主要有三种：到店座位饮用、到店消费带走或外卖。根据咖啡的消费比例数据统计，有将近70%的客户是拿走喝，只有30%的客户是享用第三空间在店里喝的。基于这样的数据，瑞幸咖啡开设了三种门店模式，分别是：

优享店：与传统门店差不多，更多的是主题店，满足少部分空间需求；快取店：占比91.3%，主要集中在写字楼大堂、企业内部以及一些人流量较大的地方，提供较少的座位，聚焦于满足70%外带的需求；外卖厨房：补充没有开放到的地方，提供外送服务；基于数据分析挖掘真实需求，多样化的门店打造无限场景，更贴近用户，让消费者随时随地能享用一杯好咖啡。

3.3 新的运营模式

以技术驱动的新型门店智慧运营的方式，让门店运营变得非常简单。

无需点单员和收银员，咖啡师将咖啡做好并打包好，等待客人开取即可；在每个咖啡机上都装有传感器，基于物联网技术，监控咖啡的品质；库存和供应链的管理全部由系统完成，打通客户端、门店端和供应端，提高运营效率，同时减少人力成本；