

# 微三云新零售案例：名创优品的启示，如何把家居新零售做到极致？

产品名称	微三云新零售案例：名创优品的启示，如何把家居新零售做到极致？
公司名称	深圳市微二云信息技术有限公司
价格	12800.00/套
规格参数	SAAS账号:12800元 源码:38000元 源码+定制:面议
公司地址	广东省东莞市东莞生态园瑞和路1号松山湖高新技术创新园B栋2-5层
联系电话	13929266321 13929266321

## 产品详情

# 微三云新零售案例：名创优品的启示，如何把家居新零售做到极致？

[国家统计局](#)发布的《2019中国

经济半年报》显示，2019年上半年我国社会消费品零售总额达到195210亿元，其中全国网上零售额为48161亿元，同比增长17.8%，占零售总额的24.67%。

## 数据

，亿欧家居发现，即便在高速增长的情况下，全国网上零售额也只占据了社会消费品零售总额的四分之一左右。

此外，2019年上半

年，我国网上零售总额的增长率首次低于20%，这一增长率已经低于[全球](#)的电子商务零售增长率。

一方面，我国市场流量红利已经过去，全渠道零售体系的建立使得网上零售市场增速放缓，我国网上零售市场发展天花板逐渐显现；另一方面，消费者提高了对产品的辨别能力，个性化需求越来越强烈，这意味着在经历了高歌猛进的上升期之后，我国网上零售市场势必要向高品质的成熟市场迈进。

在此背景下，越来越多的创业者意识到，如今的市场已经不是互联网的天下，回归线下或许是更好的方式。那么对于家居企业来说，如何把线下新零售做到极致？

亿欧家居始终相信，深入[研究](#)

用户价值的企业才有未来，为了帮助家居企业更好的服务用户，亿欧家居于2019年6月推出了“聚焦用户价值专题系列报道”，我们选取了26个优秀企业，取其“聚焦用户价值”精华，为家居企业提供一些建议和发展思路。

专题的第十四篇，我们分析了实体新零售企业中的佼佼者名创优品，从名创优品的发展路径中，我们找到了一些家居企业线下发展的思路。

新零售，就是更高效率的零售

[小米](#)创始人[雷军](#)

曾说过：“新零售，就是更高效率的零售。我们要从线上回到线下，但不是原路返回，而是要用互联网的工具和方法，提升传统零售的效率，实现融合。”

“效率”一词，始终贯穿着名创优品的发展。

高效的[供应链](#)

能力。供应链的把控能力是名创优品发展至今最大的竞争优势之一，也是名创优品商业模式的核心部分。名创优品的供应链策略可以概括为，与供货商联合设计研发，买断产品版权，再通过大规模集采降低采购价格。

首先，高效的供应链能力体现为OEM代工模式。名创优品没有自己的工厂，而是通过自主设计加代工的方式，联合多家供应商供货。名创优品总计推出了近5万个产品类型，在庞大的产品体系下，采用代工方式的好处是：每家供应商都可以只生产自己最擅长的产品，相比于自建工厂生产，出错率更低，生产效率更高。

其次，高效的供应链能力体现在供应链的反应速度方面。作为快时尚消费品牌，名创优品每月能开发500至1000种新品，以保证消费者每次逛店都有“新发现”，一些季节性产品如凉席、风扇等会在当季来临前[上市](#)。高效快速的上新考验的是名创优品的设计开发能力以及供货商的生产能力。

为了保证供货商的供货速度，一方面名创优品通过入股的形式控制供货商；另一方面，名创优品采用现金结算的付款方式，对工厂来说，产出产品后可以快速回款，生产积极性很高。

最后，高效的供应链能力体现在物流配送方面。名创优品在中国建立了七大仓储中心，供货商将货品配送至仓储中心后，名创优品通过第三方物流公司直接将货品配送至全国门店，由于没有直销分销体系，名创优品能够实现存货周转天数为21天的快速周转。

高效的门店运营能力。名创优品采用投资直管店模式，投资商需缴纳特许商标使用金（8万元/年）、货品保证金（75万元）、供货调货押金（100万元左右）和装修预付金，店铺租金、人工、电费、工商及税收等杂费由投资商自理，剩下的运营管理由名创优品负责。

名创优品通过自己的[培训](#)

学院将经过培训的店长派遣到各地门店负责门店的运营管理，此外，名创优品开发了自己的运营系统，投资商可以实时关注门店的进货、调货、销货等数据。值得注意的是，名创优品按天进行利润分配，每天营业额的38%（食品为33%）作为投资商的收入，在第二天转入投资商账户，投资商能够每天看到自己

的**现金流入**。

这种模式既避免了加盟模式下由于加盟商管理不善所带来的经营风险，又解决了直营所需的大规模资金问题。据官网显示，名创优品目前已经入驻超过86个国家和地区，全球开店超过3600家。

新零售的本质仍然是产品为王

抛开管理运营技巧、商业模式、供应链等复杂商业概念的武装不谈，名创优品本质上就是一家零售实体店，一切的成功都必须建立在产品本身具有市场竞争力的基础上。

近几年，名创优品一直在努力摆脱自己在消费者心中“十元店”的形象，产品品质、档次都有所提升。在亿欧家居上一次与名创优品品牌总监王广永交流的过程中，他强调称：“在名创优品的产品定位里，优质一定先于低价”。如今的名创优品，已经成为了快时尚零售生活百货的代表企业，其品质也获得了消费者的认可。

除了生活必需品的实用性之外，笔者还感受到了名创优品作为一个品牌，为消费者带来的附加价值。过去几年消费者购买名创优品以实用为主，比如牙刷、牙线、毛巾等。如今，越来越多的消费者开始收集名创优品的毛绒玩具、挂件配饰等产品，这一品牌价值的提升在很大程度上得益于近几年名创优品多次成功的跨界合作。

公开资料显示，名创优品曾先后与裸熊、粉红豹、芝麻街、**韩国Kakao Friends**等进行了联名合作，2019年上半年与漫威、故宫的联名产品更是受到了广泛的关注。

（名创优品&漫威联名水杯）

2018年，名创优品的**营收突破25亿美元**，目前已与包括**美国**、加拿大、**俄罗斯**、新加坡、阿联酋、韩国、马来西亚及中国**香港**、**澳门**等80多个国家和地区达成合作，平均每月开店80-100家。

过去几年，许多实体店纷纷陷入关店潮，大众一直将原因归结为网购给实体零售带来的致命打击，线上渠道的建立的确会压缩实体零售的生存空间，但零售实体店的陨落绝大部分原因还是自身产品和服务已不能满足消费者需求，名创优品的成功就验证了这一观点。

家居行业启示录：如何把线下新零售做到极致？

我国家居行业的市场规模越来越大，消费者需求远未得到满足，每家企业的市场占有率都有很大的增长空间，在此背景下，家居企业的发展似乎在背道而驰，家居新品牌互相抄袭模仿、定制家具企业普遍增速放缓，家装企业更是出现了大批倒闭的情况，市场环境不好成为了家居从业者的共识。

许多分析指出，过去几年，家居企业依赖于房地产市场红利，市场需求不断扩大，家居企业只需要跑马圈地的扩张就能获得高速增长，如今，随着存量房时代正式来临，新房装修的总体消费需求有所降低，导致家居家装行业增速被迫放缓。

透过现象看本质，笔者认为，上述现象反映出的核心问题是家居企业无法创造需求，缺少自我造血能力，只能依靠行业“投喂式”拉动增长。如果不能创造消费者需求，家居行业终会陷入停滞状态。

整体来看，家居是一个重体验、重服务的行业，即便全渠道时代来临，家居行业现在和未来仍然要以线下为发展的核心渠道，要将线下新零售做到极致。

商业模式没有好坏之分，优质的产品才是企业发展的基石。

80、90后成为当前的消费主力军，为满足新一代消费群体的口味，各种打着年轻化口号的家居新品牌层出不穷，这些家居品牌的发展模式可以归结为四类：

一是优梵艺术、林氏木业等家居电商；二是一兜糖、菠萝斑马等以社交内容为主，前期通过微信、[微博](#)、[抖音](#)等渠道积累粉丝数量，后期可能会打造自己的品牌；三是野兽派、吱音等进驻商场的品牌，它们在销售家居产品的同时，还会为消费者提供咖啡、[图书](#)等休闲附加服务；四是名创优品、[网易严选](#)等供应链集采型平台。

在亿欧家居关注过的近50个家居新品牌中，绝大多数品牌的经营模式可以被归类为以上四种模式。这些新零售经营模式没有好坏之分，无论是哪种模式，都有比较突出的头部品牌，真正把企业之间拉开距离的是产品本身。

优质的产品是企业经营最底层的逻辑，也是一家企业长线发展的基础。个性化是我国消费市场最大的趋势，快时尚家居企业也应该从做国民品牌这一思维模式中转变出来，精确聚焦于某一特定人群。

通过长期深入分析目标用户，企业能够建立对一个群体的全方位了解，生产的产品自然比全品类企业的产品更加具有用户价值。

把握核心优势并做到极致，比每种渠道都尝试一遍更加高效。

对于名创优品来说，其核心优势在于对供应链的整合和大规模集采能力。名创优品抓住这一优势，整合供应商推出了近5万种产品类型，每月以500-1000个SKU的速度推出新品。此外，名创优品一直在将全部精力专注于线下发展，开店速度和门店运营能力远高于同类品牌。

中国的家居新品牌行业整体发展阶段处于早期，家居企业几乎全部是创业企业，资金实力、运营能力有限，在此情况下，无法做到线上线下并驾齐驱。

家居品牌应该向名创优品学习的除了优质的产品外，还应该将自己的发展精力集中在一个渠道上。有业内人士认为，全渠道时代来临，家居市场的现状是“每个池子里都有鱼，但每个池子里的鱼都不多”，因此想要发展得好，就应该“在每个池子都抓一些鱼”。

实际上，每个“池子”的状况不同，产品形态、管理方式、运营手段、各不相同，与其花大代价“在每个池子里都抓一些鱼”，不如将自己的全部精力投入到一个“池子”里。

总结下来，名创优品给家居新品牌的借鉴意义在于：发挥自己的核心优势，聚焦于某一渠道和特定群体，重复不断的作出优质产品。只有这样，才有可能建立自己的竞争优势。

随着时代的发展，AI、5G等高科技手段能够不断塑造新的产品形态和商业模式。笔者认为，任何技术的落地应用最终都要落回到用户价值上，透过现象看本质，我们要看清新物种的出现是否真正满足了消费者的某种需求，不要被高大上的技术和模式蒙蔽。只要解决了用户的需求，最简单的模式也能创造出最大的价值。

名创优品同款系统源码开发、家具新零售系统源码开发、新零售商城APP小程序开发、拼购类社交电商、会员制社交电商、社区团购、内容电商APP社交电商系统源码、社区团购系统源码、莞云系统源码，云平台系统源码，微三云系统源码、莞云 & 云平台加盟代理，免编程电商APP平台制作、社交新零售

商城开发、智慧新零售系统开发，找微三云！

东莞市商二信息科技有限公司旗下品牌微三云，创立于2014年，是高新技术企业、双软认证企业，经历5年深耕，从4个人发展到如今400多人，年软件系统销售额超过2个亿，服务企业30万多家。

公司专业提供微信小程序定制开发、抖音小程序开发、APP定制开发，目前已打造出微信商城分销系统、移动社交分销APP、线下多门店收银系统、城市O2O系统、跨境电商系统、社交电商系统、社区团购系统、挂售卖货系统、拼团系统、区/块/链系统、内容付费直播系统等。

公司产品功能应用创新，覆盖新零售解决方案、生鲜电商解决方案、新美业解决方案、同城解决方案、商家联盟解决方案、会员共享跨界盈利解决方案、百货商超解决方案、农村电商解决方案、智慧养老解决方案、智慧城市解决方案、跨境购物解决方案、服饰鞋帽解决方案、智慧停车解决方案、智慧货柜解决方案、无人零售解决方案、抖音小程序私域流量解决方案，一物一码解决方案等。

我们的公司地址：广东省东莞市东莞生态园瑞和路1号松山湖高新技术创新园B栋2-5层

电话：139-2926-6321 麦总监（微信同号，加好友了解最新模式解决方案和系统优惠政策）

关注公众号“紫弘智慧”或搜索微信号（zihong333）关注，了解更详细资料