
OAO 双店模式提升盈利水平的研究

李欣欣¹ 陈远为¹ 尹健康² 张卫东³ 候石鹏¹ 郑传增¹

(1. 广西中烟工业有限责任公司互联网研究中心, 广西 南宁 530000;

2. 四川省烟草公司成都市公司; 四川 成都 610014;

3. 西南科技大学 计算机科学与技术学院, 四川 绵阳 621010)

【摘要】: 在“新零售”快速发展的背景下, 介绍了适用于中小型便利店实现线上与线下双店运营的 OAO 模式。以绵阳圣水明珠和成都东方惠城的两家实体店为例, 对基于 OAO 双店模式的商业运行进行调研。以实体店经营者为团长组建社区微信群或者 QQ 群, 团长发挥社区消费意见领袖的优势, 在群里推送第三方平台的货源链接, 货源和物流均由第三方平台负责。形成的这种 OAO 模式, 将实体店的服务半径扩大了三倍左右。实体店通过平台获得返利, 达到了提升盈利水平的效果。

【关键词】: 新零售 第三方平台 OAO 双店模式

【中图分类号】:F27 **【文献标识码】:**A

2016 年, 国务院办公厅印发《关于推动实体零售创新转型的意见》, 2016 年 10 月, 马云在云栖大会上正式提出新零售的概念。核心要义在于推动线上与线下一体化进程, 线上: 在“新零售”生态体系中肩负着商家与消费者双方的信息收集、整理、反馈与决策等重要职能。线下: 是支撑“新零售”生态体系的基础性平台, 扮演着优化体验过程的重要角色。无界化 O2O (Online To Offline) 模式的典型案例是苏宁, 其在 2013 年提出全新的“店商+电商+零售服务商”模式, 运用大数据和云计算等技术整合自身资源, 为线上和线下的消费者提供更加全面的服务。体验式 O2O 模式的典型案例是“盒马鲜生”, 通过对实体超市进行重构来转型成新零售业态, 其既包括线下店铺又包括线上 APP, 围绕实体店这个核心实行“线上电商+线下门店”的销售模式, 是集“生鲜超市+餐饮体验+线上业务仓储”三大功能为一体的模式。可以看出, O2O 模式是电商走向线下或者实体店拓展到线上的新零售模式。

1 OAO(Online And Offline)模式

以成都市为例, 卷烟零售客户中规模中小型的食杂店和便利店占比 72%, 他们以个体经营为主, 大多位于社区, 为社区居民提供就近的、便利的购物服务, 同时也提供一些便民附加服务, 增加了就业岗位。这部分中小型食杂店, 基于店铺环境、资金、店主个人观念和技术能力等因素的限制, 受到新零售的冲击较大, 但是难以复制 O2O 模式。

OAO 即线上(电商)及线下(实体店)“双店”运营模型, 线上、线下信息资源共享、互联互通, 实体店与网店融合一体化的双店模式, 是实体商业第四代交易模式和标准。阿里零售是阿里巴巴推出的新的社区营销模式, 截至 2018 年 4 月底, 全国 660 万家夫妻杂货店, 从阿里零售通进货的店铺已经有上百万家。另一种典型案例京东集团“百万便利店”计划, 对于加盟的门店面积, 店面

装修, 收银系统等有较高的要求。松鼠拼拼成立于 2016 年 4 月, 总部位于北京, 于 2018 年 8 月以微信小程序的产品形态上线社区团购平台。松鼠拼拼, 以线上社群场景减少获客成本、线下社区场景降低履约成本。美家买菜 2019 年 1 月开始试水, 以生鲜电商和社区化服务为切入点, 率先在上海市各街道陆续铺开服务。十荟团为城市家庭打通产地到家庭餐桌之路, 社区店采用“以客推客”的推广方式, 鼓励社区居民主动推广商品, 获取分销佣金。



图 1 绵阳圣水明珠某便利店

本文调查了绵阳圣水明珠和成都东方惠城的两家实体店, 并以绵阳圣水明珠某超市为案例, 研究中小型便利店的双店模式。该超市位于绵阳市圣水明珠小区门口, 圣水明珠小区共有三期, 楼盘 25 幢, 居民 1500 户。如图 1 所示, 该超市是一家卷烟零售户的小型便利店, 营业面积 40 平方米, 销售人员 2 人; 小区周围 500 米范围内, 各类便利店、食杂店 27 家。该超市于 2018 年开始加盟首个第三方平台是松鼠拼拼, 组成了一个 400 人的社区群; 2019 年 6 月开始该超市陆续加入了第三方平台美家买菜、食享会, 实现了零售户门店+多家第三方平台的 OAO 模式。

平台规定, 超市加入后, 店主成为团长, 可以组建自己的微信群, 并在群内推送商品; 消费者在平台订购之后, 平台负责配送到门店, 由消费者上店自取。综合来说, 平台给团长的返点 10% 左右。通过跟踪调查, 统计了时间自 2019 年 8 月 21 日至 9 月 20 日期间, 绵阳店通过第三方平台完成的销售, 达到了 7927 单, 累计完成销售额 88964 元, 超市毛利润可达 0.89 万元。



图 2 实体店参加的第三方平台



图 3 成都东方惠某便利店

2 OAO 模式分析

目前已经发展起来的全国性第三方平台有十几家之多,便利店通过加入第三方平台,利用第三方平台建立了社区微信群、QQ群,微店小程序等,将线下的实体店映射到“线上店”,扩充了经营半径。

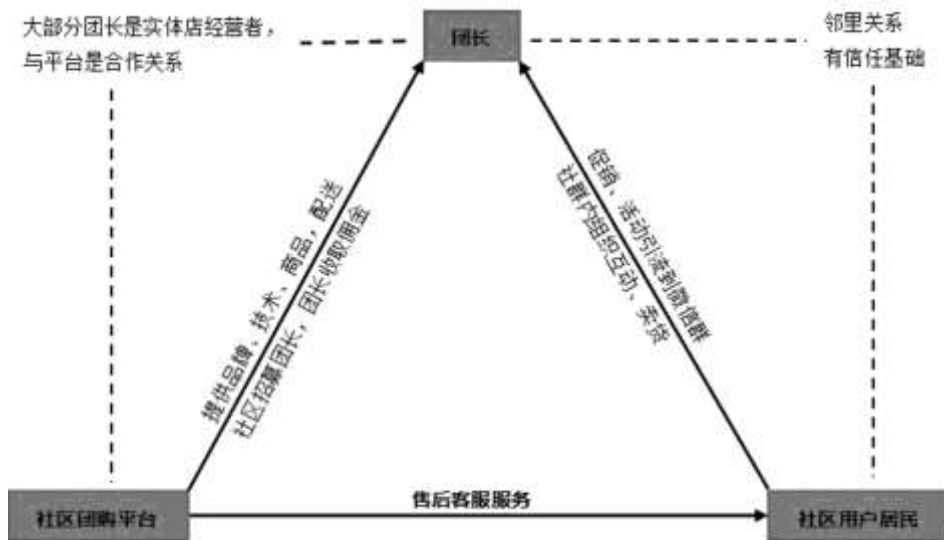


图 4 OAO 商业模式

从图 4 的商业模式分析,从提升实体店盈利的角度需要注意三个关键节点。

OAO 模式的第一个关键节点就是第三方平台的选择,第三方平台加盟模式大同小异,但针对不同消费者,服务的侧重点各有不同,有的注重货源的品质,成本会高一些,有些注重渠道和成本控制,质量控制难一点;由于处于发展初期,给加盟实体店提供了较

多的优惠,并且不限制同时接入多个第三方平台。所以目前的实体店大都加入多个第三方平台,通过实际运营,选择最适合自己的平台。调查发现由于某个平台的货品质量较差,导致退货较多,给实体店增加了运营成本,从而被实体店放弃合作。

OAO 模式的第二个关键节点是团长的选择和运营。平台选择好后,实体店主建立社区微信群、QQ 群,选择团长。团长在整个购物过程中起到核心作用,由于团长与消费者在平时购物服务过程中建立的关系,使消费者对团长有天然的信任,团长推什么,用户就购买什么。团长应每天及时发出购物链接、产品信息及时解答各类消费者的问题,快速处理应急问题,并及时在群里共享给消费者,消费者线上商城付款或转款给团长完成商品的付款,商品可以到店自取或通过到家服务完成商品的交易。类似于直播带货,对团长的网络运营能力有较高的要求,运营好坏的差异很大。实体店主由于对商品熟悉,在店时间长,使团长的最佳人选。若实体店主不擅长网络运营,可聘请他人通过网络代管。

OAO 模式的第三个关键节点是提升购买转化率。邻里关系有信任基础,人们会信任熟人的推荐,当出现爆品时,团长引导消费者购买商品后,分享好的购物产品、经验,在群里形成二次购买热潮;平时团长采用红包,赠送商品等方式,提升消费者购物体验,从而提升购买的转化率。

3 结论

OAO 模式针对不同的消费者,有多个第三方平台可提供选择,对于实体店的要求不高,一般情况下,能够正常经营的实体店都可以加入,对运营的要求不高,懂基本的网络应用就可以。在新零售的背景下,传统的实体店通过 OAO 模式,能够获取几千元至几万元的收入,是传统实体店提升盈利能力的有效手段。

参考文献:

- [1]杜睿云,蒋侃.新零售的特征、影响因素与实施维度[J].商业经济研究,2019.
- [2]黄泽群,时小依.“零售新物种”发展模式探讨——从盒马鲜生、超级物种谈起[J].商业经济研究,2019,(01):26-29.
- [3]龚佳怡,薛鹏.“新零售”发展综述[J].商业经济,2020,(06):69-69.
- [4]陈昌华,黄河.烟草商业企业物流对标管理分类体系研究——以四川省为例[J].中国烟草学报,2020,26(03):114-120.
- [5]李典,高峰.基于精益-敏捷创新模式的新产品开发研究[J].江苏商论,2019,(04):95-100.
- [6]张景云.“微信+”背景下新零售发展探究[J].中国市场,2020,(14):138-138.
- [7]陈苏和.卷烟零售终端在新零售模式下的“云平台”构建探究[J].神州,2020,(14):295-295.
- [8]张卫东,尹健康.基于百度指数的长城雪茄销售探索[J].市场周刊,(07):93-95.
- [9]房晶,黄昕.全渠道背景下新零售的消费驱动与演化路径[J].商业经济研究,2019,(12):12-15.
- [10]郭昊昉.新零售模式下实体零售业营销策略研究[J].商业观察,2020,(01):169-169.