

陈学军
◎著

“马王”一亿约赌，
“美苏”迎战京东，
谁将称雄？

粮仓起火，跨界打劫，
中国商业如何自救？

商业，方向何在？
商场，彼岸何在？
商人，出路何在？

商业“港时代”

中国第六次商业浪潮

各路电商兵临城下，传统商业四面楚歌
浪潮来袭，是葬身海底，还是顺风转舵？

中国铁道出版社
CHINA RAILWAY PUBLISHING HOUSE



陈
者

商业“港时代”

中国第六次商业浪潮

中国铁道出版社
CHINA RAILWAY PUBLISHING HOUSE

图书在版编目(CIP)数据

商业“港时代”:中国第六次商业浪潮/陈学军著.
—北京:中国铁道出版社,2013.8

ISBN 978-7-113-16990-9

I. ①商… II. ①陈… III. ①商业经济—经济发展
—研究—中国 IV. ①F722.9

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2013)第 156025 号

书 名: 商业“港时代”:中国第六次商业浪潮
作 者: 陈学军

责任编辑:王淑艳 电话:010-51873457 电子邮箱:wangsy2008@sohu.com

封面设计:王 岩

责任印制:赵星辰

出版发行:中国铁道出版社(100054,北京市西城区右安门西街8号)

网 址:<http://www.tdpress.com>

印 刷:三河市华丰印刷厂

版 次:2013年8月第1版 2013年8月第1次印刷

开 本:700 mm×1 000 mm 1/16 印张:12.5 字数:174 千

书 号:ISBN 978-7-113-16990-9

定 价:39.00 元

版权所有 侵权必究

凡购买铁道版图书,如有印制质量问题,请与本社读者服务部联系调换。

Recommendation

推荐语

快时尚智慧商城,是很有意义、很有价值的商业创新,紧跟世界潮流。

——龙永图(中国 WTO 首席谈判代表、原国家外经贸部副部长、亚洲博鳌论坛原秘书长、G20 论坛秘书长)

我看好九龙港情景式智慧商业模式,理念很前卫,细节求完美,饱含人文精神,令我感动。

——郎咸平(著名经济学家、香港中文大学教授)

科技是第一生产力,思想是第一推动力。陈学军董事长投资开发的九龙港两者兼备,将引领第六次商业浪潮。

——温元凯(著名经济学家、中国科技大学原副校长、中国改革风云人物)

商业贵在创新,陈学军倡导智慧商城,前途无量。

——王治国(全国工商联原副主席)

陈学军董事长打造智慧商城，高处入眼，实处着手，开创属于自己的商业“港时代”。

——高铁生(中国市场学会会长)

商业地产要“上天入地”。概念要上天，有高度；运营要落地，有力度。陈学军倡导商业“港时代”，在情景商业基础上加持智慧商业模式，极具战略和实践价值。

——姜新国(中国商业地产“教父”、清华大学商业地产总裁班教授)

九龙港不仅仅是好的商业项目，而是无限好的商业项目，陈学军提出的商业“港时代”，很有启迪意义。

——郭增利(亚洲购物中心协会理事长、全国城市商业网点联合会常务副会长)

II

“时尚”是一种人类和正义社会中某种具有创造能力的能量，是一种附着于人或社会心灵控制下的“文化力”或“经济力”。快时尚风靡世界，在中国炙手可热。毫无疑问，陈学军首创“港时代”，旨在抢喝“快时尚智慧商业”头口水，赢在先发优势。

——张辛可(中国时尚权威专家、中国美术学院博导、法国访问学者)

胆商第一，情商第二，智商第三。陈学军先生倡导的商业“港时代”模式，三胆兼具，非同凡响。

——刘强东(京东商城董事长)

Foreword

序

商业英雄

郎遥远

在一个哄客当道、屌丝喧嚣的时代，“英雄”似乎是一个有些过时、甚至落寞的字眼了。

当我拜读陈学军先生《商业“港时代”：中国第六次商业浪潮》时，深为其通透、睿智的商业思想所折服，更为其创新、精彩的商业实践所感动，不由得脱口而出：“英雄”。我认为，“先行者、开拓者、领导者”之类的赞誉，都不如“英雄”更本真，更恰当。

古往今来，英雄们洞察历史转折的契机，谋划历史前进的方向。他们是文明的创造者，新风气的开拓者，新思想的奠基人。英雄们是最早觉悟的，也是最有远见的人，他们最早感受到新时代的曙光，最先发现真理的光芒。他们具有与众不同的非凡个性，超人的智慧和敏锐的洞察力，他们代表了那个时代民众内心的渴望和外在的诉求，最精准地把握了那个时代的脉搏。

在信息时代，历史也同样要造就引领这一时代的英雄。不论这个人是谁·盖茨、乔布斯、马云，还是别的什么人。谁能先知先觉，谁敢为天下先，谁就能成为引领这一时代进步发展的英雄，成为创造

信息时代奇迹的人。

约翰·奈斯比特认为,当今世界变化的方式是令人振奋的,只有对于事物的变化发展具有前瞻性,并能在人们普遍认为不可能成功时依然雄心勃勃,坚信会获得成功的人,才能成为英雄。

英雄如报晓雄鸡,有着一种捕捉机遇的智慧与能力。鸡鸣太早或半夜鸡叫,恐惹人烦;鸡鸣太晚,艳阳高照,又招人笑。恰在黎明前的那一声嘹亮,划破了黑夜和迷茫,迎来了光明和坦途。报晓的智慧,是洞察的了然,是胆略的毅然,是行动的决然。

陈学军先生书生本色,气质儒雅,学识渊博,总给人温润亲和的第一印象。他是一个出色的浙商,却比许多浙商有更高的心灵境界,更远的真知灼见,更深厚的人文情怀。他是第一个喊出“华南人富了,华东人富了,该轮到东北人富了”口号的人。这句口号成为东北街谈巷议的热门话题,成为辽宁省省长参加全国“两会”的口头禅。他被推选为“辽宁十大经济人物”。汶川大地震时,他是全国首个在7家主流报纸刊登赈灾公益广告的人,“我们和你在一起”成为当时中国最温暖的话语。他在清华大学总裁班讲过浙商之道,在北京大学思想工作坊讲过禅商理论。他担任过中国这两个顶尖名校总裁班的班长。他不一定是这两个班最有钱的,但他是最有人格魅力、最有商业创新思想的。

5年前,陈学军先生率先提出“韩国城”商业概念;3年前,他在沈阳中街九龙港率先扛起“中国首个智慧商城”的大旗;两年前,他在东北地区率先落地实践“情景商业”的理念;2013年春天,他绚丽揭幕“韩尚中心”,在韩国首尔创办了时尚设计和采购物流中心,让中国人惊艳,让韩国人惊叹。而今,他首创了“港时代”的商业模式,掀起了波澜壮阔的中国第六次商业浪潮。

当淘宝、天猫还没有如日中天的时候,陈学军先生早已运筹帷幄,决定抢占先机。当马云先生概括电商是“一场革命、一个危机、一个行动”时,陈学军先生及其团队谋划已久、运筹已久的“智慧商城”浮出水面,顺势而为。他们认为,智慧商城就是“王健林加马云”的智慧,是“万达加淘宝”的商城,是“传统商城的电商化”,是运用物联网、

云计算、移动商务和电子商务等新兴科技手段,对传统商城进行数字化、智能化的升级。传统为陆,电商为海,“港时代”商业浪潮澎湃而出。智慧的时尚买手,智慧的时尚卖手,智慧的时尚推手,引领中国第六次商业模式和生活方式的创新变革。“颠覆、超越”,这是沈阳中街九龙港快时尚智慧商城的使命,也是陈学军及其团队的使命。

“你每眨一下眼睛,全世界就卖出4部诺基亚手机!”这句话熟悉吗?10年前诺基亚就是这样牛,没人能想到它会被颠覆。但是苹果出现了。苹果之所以成功,正是因为它将产品做成了一个平台,或者说,平台才是它真正意义上的产品。

对于企业而言,“平台”意味着什么?在网络效应下,平台上往往出现强者掌控全局,赢者通吃,而弱者只能瓜分残羹的局面。在商业界,还流传着这样一句戏言:互联网上,百度垄断了信息入口,腾讯垄断了社交入口,阿里巴巴垄断了交易入口。不仅如此,在全球百强公司中,大部分公司收入来自平台商务。这些“赢家通吃”的平台,有些因其本身定位于细分市场而成为专业型平台,有些则像核能爆炸一样成为颠覆或改写整个商业生态的巨大力量。

陈学军先生正是基于巨头垄断下,面对传统商业生态的逼仄与窘困,而独辟蹊径,让传统商铺开创性成为“海陆两栖”的商务平台,成为颠覆或改写整个商业生态的巨大力量。

20多年前的《第三次浪潮》,在打开国门之初给人们心灵造成的冲击,其影响至今仍然连绵不绝。托夫勒在这本书中将人类社会划分为三个阶段:第一次浪潮为农业阶段,从约1万年前开始;第二阶段为工业阶段,从17世纪末开始;第三阶段为信息化(或者服务业)阶段,从20世纪50年代后期开始。托夫勒也许并没有给我们带来直接财富,但他许给人们一个梦想。多年以后,当年阅读托夫勒《第三次浪潮》的年轻人已成为中国经济建设的中流砥柱,托夫勒的思想或多或少仍在指引着他们“创造未来”。

任何一次商机的到来,都将经历四个阶段。第一个阶段:看不见。这个阶段不仅需要超凡的勇气,更需要卓越的智慧。因为凡是商机都是具有前瞻性和冒险性的,不为一般人所感知,更难以被一般

人所接受。第二个阶段：看不起。因为放不下身段，自认为不值得选择，而错失良机。自己不想做或者是不敢做，还瞧不起别人做，有的甚至还不允许别人做。更有甚者，还会污蔑、打击那些把握先机的人。第三个阶段：看不懂。反映不过来，觉得机会的到来太不可思议。好似雾里看花。第四个阶段：来不及。等到开始反应过来后，时机已经不在。这时候，只剩下羡慕与嫉妒。

每一次新商机的到来，都会造就一批商业英雄。当别人不明白的时候，他明白该做什么；当别人不理解的时候，他理解要做什么；当别人明白了，他富有了；当别人理解了，他成功了。先知先觉，是开拓者；后知后觉，是跟随者；不知不觉，是消费者。

在日益激烈的竞争中，新的商业思想层出不穷，而这正是商业社会的魅力所在。在浩瀚的信息海洋里，有价值的信息稀少，而有价值的思想更是寥若晨星。虽然任何商业思想都有其诞生的背景，但总有一些商业思想经住了时间的刷洗而沉淀下来，历久弥新；总有一些价值观超越竞争层面的价值，并成为地平线外引领人们前行的方向。

《商业“港时代”——中国第六次商业浪潮》是一部具有真知灼见和商胆的著作，留下的是商业思想的光芒，更是商业英雄的本色。

Contents

目 录

推荐语 / I

序 商业英雄 / I

第一章 传统商业美人迟暮 / 1

当一幕幕“关店”的悲情剧目频繁上演于中国各大城市的时候，我们有必要知道，是谁摧毁了传统商业的坚固城池，是谁撼动了零售行业的江湖地位？

一、传统商业困境的骨牌效应 / 2

门店关闭如潮 / 2

“类金融生存”模式已日薄西山 / 6

二、商业地产是如何跌入困境的 / 11

资金链断裂的风险 / 11

步行街到“不行街” / 16

“一步差三成” / 20

疯狂的炒铺行为 / 24

三、老板赚钱怎么这么难 / 29

老眼光跟不上新时代 / 29

零售业遭遇成本“百慕大” / 32

第二章 电子商务大兵压境 / 37

面对疯狂来袭的微信，中国移动恍然大悟：搞了这么多年，最大的竞争对手不是联通，而是腾讯。面对“富可敌国”的淘宝，中国传统商业如梦初醒，搞了这么多年，最大的竞争对手不是同行，而是阿里巴巴。

一、1年超万亿，“富可敌国”的淘宝 / 38

淘宝一天等于王府井一年/38

阿里巴巴,芝麻开门/39

二、韩都衣舍:一年7亿元的淘品牌/46

8平方米小仓库缔造大传奇 /46

韩都衣舍是怎样成功的/48

韩都衣舍发展后劲十足/50

三、“京东战美苏”为哪般/51

一匹黑马惊醒了巨头的美梦/51

刘强东挑起战火 /53

作战各方实力盘点/54

四、电子商务冲击传统模式/56

互联网改变了整个世界/56

互联网技术的三大商业应用/59

互联网颠覆了什么/61

传统商业的互联网思维/69

互联网社会的定义/73

II

第三章 传统商业的优势与电商软肋/75

电视的普及,永远替代不了人们对于演唱会、足球赛的狂热追捧;手机的普及,仍然阻挡不了人们好友相聚,把酒言欢的快乐交流。便捷低价,是电子商业冲击传统商业的绝门武器;体验消费,是传统商业抗拒电子商务的坚强堡垒。

一、体验为王的时代/76

乏味的电商/76

体验式消费时代的前生今世/77

“体验式商业”的胜利/80

二、诚信是无价之宝/82

网上支付的安全之痛/82

网购陷阱防不胜防/84

传统商业和电子商务是敌人还是伙伴/85

第四章 商业迎来“港时代”/87

从卖方市场到买方市场,从单一组合到多元组合,从末端产业到先导产业,从流通供应到整合供应,从“资源红利”到“智力红利”,命途多舛的中国商业,总是首当其冲地遭遇无情的革命,并在一次次革命中变得脆弱而坚强。

一、从“资源红利”到“智慧红利”/88

二、坚守还是突破/95

互联网漩涡中的尴尬/95

积极派还是消极派/96

三、商业需要全方位的变革/101

卜蜂莲花关店了/101

传统商业的全方位变革/106

四、商业“港时代”:中国第六次商业浪潮/109

商业“港时代”来临了/109

商业“港时代”商城的十大特征/114

五、流量改变未来/121

28岁的亿万富翁/121

流量=白花花的银子/125

第五章 重构未来的智慧商业/129

实体+网店相映成趣,店商+电商相互借力,线下+线上日月同辉,是惊现于商界的“葵花宝典”;云端+平台的数据整合、快速+时尚的模式混搭、绿色+低碳的消费方式,揭示着笑傲江湖的独门秘籍。

一、线上+线下:智慧时代的两条腿/130

梅西百货的线上之路/130

传统商业的三条线上之路/135

二、云端+平台:共享智慧的商业服务/141

云端就是智慧商城的大脑/141

平台是服务共享的舞台/143

三、快速+时尚：后工业消费时代的竞争利器/145

Zara：以快征服世界/145

快时尚，未来商业的必杀技/148

第六章 新商业的智能化基础/151

当我们还在微博、微信等社交平台上乐此不疲地抒发情感的时候，华尔街的敛财高手们却正悄悄地挖掘这些“数据财富”，并疯狂掠夺着由这些数据带给他们的“黄金”。现代科技令我们无法预测，它将带给未来的商业，究竟是祸，还是福。

一、物联化：智慧商城的感官与神经系统/152

物联网的感官系统/152

物联网的传输层/157

二、互联化：物联网的延伸与扩展/159

各种网络的深度连接/159

互联化的安全与速度/161

三、数据化：在大数据中挖掘商业智能/163

IV

第七章 超越技术的智慧之道/167

埋伏在互联网上的战争已经爆发，收复失地的铿锵呐喊响彻着中国商界。也许再过十年八年，才是传统商业被打劫的时代，平民也好、流氓也罢，都有可能在那场打劫中或多或少地得到一点实惠。

一、个性化的精准营销/168

大数据是精确营销的基础/168

怎么实现精准营销/170

二、互动，无时不在/174

三、智慧，无处不在/177

四、智慧的经营服务/181

后记 怀春在“港时代”/185

参考文献/188

第一章 传统商业美人迟暮

在纷繁复杂的商业舞台，即使再华丽的舞蹈，也终有谢幕的时刻。当一幕幕“关店”的悲情剧目频繁上演于中国各大城市的时候，我们有必要知道——是谁摧毁了传统商业的坚固城池，是谁撼动了零售行业的江湖地位？

那些指点江山、挥斥方遒的地产大佬们或许并不知道，就在他们开疆拓土、疯狂圈地，并以大型购物中心、城市综合体的名义向对方宣战的时候，过度开发的商业地产市场和早已饱和的城市消费需求，注定会让他们难逃被颠覆的命运。

出来混，迟早要还。

一、传统商业困境的骨牌效应

近年来,伊势丹、国美、李宁、耐克、乐购、7-11 等国内外著名连锁品牌在中国累计关闭近万家实体分店,关店潮奔涌而来,像倒下的一排排骨牌一样形成了连锁效应。一时间,传统商业哀鸿遍野、赤地千里……

以前的传统零售业扩张资金不仅来源于利润,更多的是占用供应商的资金。这种门店“类金融生存”模式,让传统的连锁零售商既赚规模又赚利润,而电商的介入让这种生存模式逐渐瓦解,“类金融生存”的美好时光已经日薄西山,空手套白狼的时代一去不复返了。

门店关闭如潮

“承蒙广大顾客朋友的厚爱,沈阳伊势丹将于 2013 年 6 月 1 日起正式停止营业,对于顾客朋友在伊势丹经营期间给予的支持,我们由衷地表示感谢……”2013 年 6 月 1 日,日本伊势丹百货沈阳门店前贴着一则公告,这则公告宣告了伊势丹百货黯然退出沈阳市场。其实早在 2012 年,市场上就传出伊势丹撤出沈阳。2013 年 4 月 1 日,伊势丹就对外宣布,将在 5 月 31 日关闭店铺,6 月 1 日起停止营业。开始,人们以为是愚人节的一个玩笑。事实上,这已是伊势丹百货在中国关闭的第三家门店,此前还关闭了上海和济南两家门店。伊势丹在中国曾有 7 家门店,现在只剩下了 4 家。

伊势丹进入沈阳已经 5 年了,由于地处繁华的太原街商业圈,周边有多个大型商场,如世纪华联商场,占尽了地利,定位高端,卖的多

是日本品牌,赢得了许多高端消费者的青睐。2008年2月,伊势丹正式开业,引起了巨大的轰动,当天就创下84万元的销售业绩。但随着众多高端百货在沈阳开业,伊势丹百货的业绩一路下滑。

遭遇关门命运的不仅仅是日本伊势丹百货一家。

上海淮海路,是中国最繁华商业街之一,与中国第一街——上海南京路齐名。这条2.2公里的百年老街,两旁挤满大大小小200多家名牌商店,其中不乏世界顶级的奢侈品牌,被公认为是上海最美丽、最摩登、最有情调的街。

1993年,上海第一百货淮海店开业,商城坐落在淮海路商业街中段,紧靠雁荡路,商场面积约6000平方米,由于第一百货定位在中档,非常切合当时人们的消费水平,曾经风光过好几年,一直成为当时上海的商业标杆企业。2005年开始,上海第一百货淮海店生意就大不如前,只好改成妇女用品商店B馆,可是生意依然不见好;又改回第一百货,这样折腾了好几次。2012年5月,作为地标性的第一百货实在经不起折腾了,不得不关门歇业,重新装修,摇身变成了宝马汽车店。

这条不长的淮海路,关门的不仅是第一百货,其他多家百货店已经关门歇业,其中就有上海华亭伊势丹。

在这场关门潮中,受到冲击的不仅仅是百货业,其他零售业也没能独善其身,关店的企业不胜枚举。

2012年,是零售业倒霉的一年。2012年1月9日,国美宣布关闭北京万泉河店。2月初,耐克公司关闭了上海南京路店。在上海,耐克仅剩下一家自营店。2月20日,成商集团宣布因持续亏损,人民商场清江店正式停止营业。2012年3月31日,永旺超市撤离北京朝阳大悦城。5月,绍兴月星家得乐关门,百佳超市关闭了上海南京西路梅龙镇广场和古北两家门店。7月,Esprit上海旗舰店撤离上海,三江购物同时关闭宁波宁海县气象店、宁波慈溪埋沟店。8月,乐购连关4个门店。9月,成都倍顺超市和广百百货成都店关门歇业,顺丰公司关闭了北京通州的一些便利店。10月,永辉超市厦门西林店正式关闭。12月,泰国尚泰零售集团旗下品牌先先时尚百货撤离沈阳市场;世茂百货也退出沈阳,只保留KTV和电影院。

2012年,沃尔玛在中国关了5家门店,家乐福在中国关闭2家门店。

前几年,著名的运动品牌李宁疯狂扩张,门店高达8000多家,2012年,年报爆出巨亏19.79亿元,关闭门店1821家。其他几家主要的运动品牌:特步、匹克、安踏、动向、361等也纷纷关闭门店,这6个品牌关闭的门店总数高达3000家。

7-11是世界最大便利连锁店。仅2012年,7-11就在上海、广州一共关闭了30多家门店;另一个日本品牌“全家便利店”在中国也关闭了数十家;中国的本土品牌“可的便利店”、“好德便利店”则关闭了30多家店。

2013年春节,本来是中国的销售旺季,世界第三大家居建材零售商家安居在春节前关闭了武汉的一家门店。卜蜂莲花于2013年1月4日关闭了北京草桥店。与此同时,中日合资的王府井洋华堂关闭了北京三环的一家门店。

现在,这股关店潮就像一排排倒下的多米诺骨牌,停不下来。

表1是2012~2013年的统计。

表1 2012~2013年零售业关店初步统计

超市:

公司	门店	所在城市	关店时间	开业时间
乐购	华钜活力城店	江苏泰州	2012.8.5	2011.01.12
	铁岭广裕店	辽宁铁岭	2012.9.14	2009.02.18
	涂山店	安徽蚌埠	2012.8.31	2010.01.28
	淮河店	江苏常州	2012.8.31	2010.01.21
乐天玛特	滨州店	山东滨州	2012.8.30	2007.12.28
沃尔玛	3家惠选店	深圳	2012.2.12	2009.4
	东方时代广场	厦门	2012.5.21	2005.9.24
百佳	梅龙镇广场店	上海	2012.5.13	1998
	TASTE品味超市	上海	2012.5.21	2011.1
卜蜂莲花	草桥店	北京	2013.1.4	
家乐福	绍兴镜湖店	浙江绍兴	2012.10.30	2007年
王府井洋华堂	劲松店	北京	2013.1	
人人乐	2012年关闭了8家门店			