



获
选
好
严

S2B崛起 新零售爆发

尹佳晨 关东华 郑 彤 —— 编著

THE RISE OF S2B
NEW RETAIL EXPLOSION

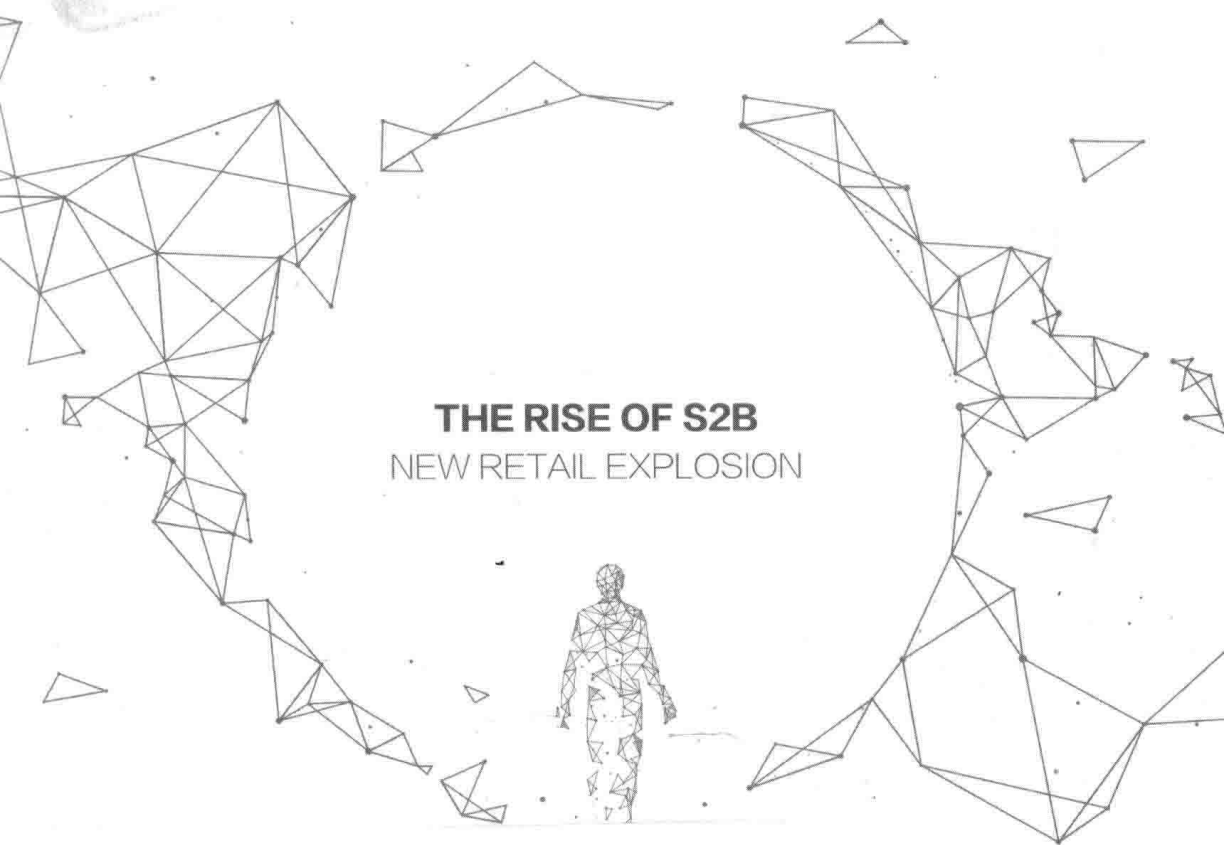


清华大学出版社

新时
代
营
新理

S2B崛起 新零售爆发

尹佳晨 关东华 郑 彤 —— 编著



THE RISE OF S2B
NEW RETAIL EXPLOSION

清华大学出版社
北 京

内 容 简 介

自 2017 年以来,中小微企业创业环境全面恶化,营销缺少渠道与流量,招商缺少团队与经验,融资缺少模式与优势,很多创业者面临:模式不会说话,产品不会说话,人更不会说话等问题!

如何在这个时代,用自己的方式发声,借时代风口起飞?

为此阿里巴巴总参谋长曾鸣提出:“S2B 将是未来五年取代电商的全新模式。”本书将对 S2B 商业模式进行详细的解析与案例分析。

本书适合所有创业者及中小企业。

本书封面贴有清华大学出版社防伪标签,无标签者不得销售。

版权所有,侵权必究。侵权举报电话:010-62782989 13701121933

图书在版编目(CIP)数据

S2B崛起:新零售爆发/尹佳晨,关东华,郑彤编著. — 北京:清华大学出版社,2018
(新时代·营销新理念)

ISBN 978-7-302-50995-0

I. ① S… II. ①尹… ②关… ③郑… III. ①零售业—商业经营 IV. ① F713.32

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2018)第 192006 号

责任编辑:刘 洋

封面设计:徐 超

版式设计:方加青

责任校对:王荣静

责任印制:杨 艳

出版发行:清华大学出版社

网 址: <http://www.tup.com.cn>, <http://www.wqbook.com>

地 址:北京清华大学学研大厦 A 座

邮 编:100084

社总机:010-62770175

邮 购:010-62786544

投稿与读者服务:010-62776969, c-service@tup.tsinghua.edu.cn

质 量 反 馈:010-62772015, zhiliang@tup.tsinghua.edu.cn

印 装 者:三河市铭诚印务有限公司

经 销:全国新华书店

开 本:170mm×240mm

印 张:15

版 次:2018 年 12 月第 1 版

印 次:2018 年 12 月第 1 次印刷

定 价:59.00 元



产品编号:079830-01

本书编委会

张超中 唐 凯 孙洪鹤 安百军
张 钰 刘文桢 程梅艺 马 英
祖彦清 孙 波 杨本华 张炜鹏
张丹丹 何地晋 王东海 高李红
陈 影 徐 欣 朱 鹤 盛博文
冯云龙 张胜利 王梦云 朴文静
胡 瞭 邬建云 韩宝艳 周 涵
李运生 张立国 陈明坤

前 | 言

自 2017 年以来，中小微企业创业环境全面恶化。营销？缺少渠道与流量；招商？缺少团队与经验；融资？缺少模式与优势；大多数人面临：模式不会说话，产品不会说话，人更不会说话！如何在这个时代，用自己的方式发声，借时代风口起飞？有人说：电商！微商！社群！各种“解药”一时间甚嚣尘上！

您可能是一名传统企业主，正在寻找企业转型的下一个“救生圈”；您可能是一名电商从业者，但面临严重的流量成本危机，同行已“尸横遍野”，您也穷得叮当响！您可能是一名微商或代购，希望告别招人升级，持续囤货发货的怪圈，梦想自己的事业能规模化、阳光化甚至资本化。

您可能是一名社群群主或自媒体人，正发愁自己用时间和精力沉淀下来流量要如何变现；您可能是一名投资人，正在寻找下一张价值巨大的“风口车票”；您可能已经参与了很多针对个人创业者的平台，但却因为资源耗尽，无能为力！您还可能是一名上班族，经历着长达 40 年之久的职业生涯，却看不到未来成长之路在哪里而陷入了“瓶颈”期。

看下面这个故事：中世纪早期，威尔士与英格兰人中最厉

S2B 崛起：新零售爆发

害的战士是长弓手。后来火枪出现，在初期火枪的威力与稳定性不如长弓，大部分人对火枪嗤之以鼻！而一部分拥抱变化者则认为火枪必然超过长弓。结局众所周知。长弓难度系数高，导致作战范围窄，形成战斗力周期长；早期火枪虽然稳定性与射程不如长弓，但让一个普通人一天就可以拥有战斗力。更何况“火枪”每一天还在进化，进化到足以改变历史的进程。因此，无论是过去，现在，还是将来！工具的变化一直推动着历史的发展！

阿里巴巴总参谋长曾鸣会认为：“S2B 将是未来五年取代电商的全新模式。” S2B 模式，供应链服务平台赋能小微创业者。正如茫茫大海当中，无处安身的“战斗机”燃油将用尽，无力战斗更无法返航。出现的“航空母舰”，为您加油，保养，维修，装弹，让您重新起飞！共享单车，共享充电宝，今天我们共享世界级顶尖供应链！

从长弓手升级为火枪兵，一种更为简单、便捷的工具形态出现了！从小木筏升级为航母，一种拥有强大后台的创业方式出现了！在优势的供应链平台上，被赋能，一起协同，重新唤醒社群的裂变力！

这本书将探讨的是中国“三驾马车”之一——大消费领域，将如何被 S2B 这股力量而改变，在各各行业正在和将来即将发生的一系统的深刻变化，大消费领域从来都是创业者的“伊甸园”，因为它事关千家万户，国计民生。从来也是创业者“乱葬岗”，因为它极其多变，波涛暗涌，险象环生。

这本书要感谢日本荣进商社的李征社长，正是因为在这

前 言

2016年的日本供应链游学，李社长带领我和一行中国企业家，考察了中日两国之间差异较大的生物科技 / 抗衰老领域的核心科技与供应链发展，才激起了我改变了所习惯多年的营销与商业模式视角，而进入供应链服务的深入研究之旅。也要感谢清华大学工业工程学院张钰老师，她在供应链管理实操与教研方面的经验，充实了 S2B 模式在 S 端的许多案例，并带给我一片广阔的发挥空间。感谢孙洪鹤老师在自媒体营销方面的真知灼见，在无数次把酒论道中，孙老师在自媒体前沿的实践，让我看到中小微创业者被赋能之后，可以创造的可能性。感谢吉林参爱集团的安百军董事长，一直致力打造长白山供应链的不懈努力，为 S2B 视角下本土企业区域优势供应链的创新发展提供了真实并动态的实践经验。感谢赵晓老师《共享经济 2.0》的超前思想，为 S2B 理论的实践与方法，提供了经济学原理上的指针与格局；更要感谢的是我的太太李钰女士，没有你和两个孩子的支持与宽容，本书内容更是无法呈现在广大读者眼前。

就业形式在改变，财富分配方式在改变，创业形式更是在改变，共享经济与分享理论正在以前所未有的速度改变着中国经济与创业者的生活方式。我们有理由相信，S2B 的崛起将成为中国连接新经济与传统经济的中间桥梁，成为在转型升级当下一种人人都需了解的思考方式与创业模式。

尹佳晨

2018 年 7 月 24 日

北京宋庄东润艺术阁

目 | 录

第一章 新零售的发展

- 第一节 十五年中国宏观经济下的新零售 2
- 第二节 零售的历史 11
- 第三节 传统实体店的死穴 19
- 第四节 传统电商困局难解 26
- 第五节 S2B：正在进行的零售革命 33

第二章 互联网上半场是 2C 的游戏

- 第一节 从 SSN 到 BAT 再到 TMD 40
- 第二节 从 2C 到 2B 的周期大变迁 43
- 第三节 赚钱逻辑的本质变革——从鱼塘到社群 49
- 第四节 互联网载体变化带来的革命——从 PC 到手机 52
- 第五节 从门店到淘宝再到微商，什么变了？ 54
- 第六节 互联网上下半场的本质区别 62
- 第七节 创业者不可不知的 S2B 模式 67

第三章 巨头的 S2B 之争

- 第一节 京东 S2B 开战：为何要布局百万线下便利店？ 72
- 第二节 微信 S2B 征程启动：“搜一搜”将打开潘多拉魔盒？ 75
- 第三节 京东天猫互掐：神仙打架为什么凡人遭殃？ 81
- 第四节 微信早已重兵压阵 S2B 战场？ 86
- 第五节 阿里菜鸟与顺丰为何永远谈不拢？ 92

第四章 S2B 各领域的高手云集

- 第一节 阿里村淘赋能农产品：S2B 如何改变农村供应链生态？ 98
- 第二节 S2B 强势崛起：卖菜也能 S2B？ 102
- 第三节 你没听错，地产也能 S2B！ 108
- 第四节 服务业怎样实现新零售与 S2B 创新？ 112
- 第五节 韩都衣舍与茵曼之争本质是什么？ 118
- 第六节 思秋经济将催生养老产业的 S2B 新转变 123
- 第七节 政策导向倒逼家居零售业 S2B 大变天 128

目 录

第五章 S2B 要革谁的命？

- 第一节 马云频谈“计划经济”：S2B 如何引导供需调节？ 134
- 第二节 S2B 是制造业向服务业转型的必经之路 139
- 第三节 一代鞋王百丽：美人迟暮的背后 144
- 第四节 “多快好省赚”的 S2B 新零售将革谁的命？ 149
- 第五节 S2B 新零售为什么能干掉电商与微商？ 153
- 第六节 S2B 时代的中间商如何洗清千年之冤？ 158
- 第七节 S2B 趋势下 2B or 2C 是个大问题 162
- 第八节 区块链技术赋能供应链带来什么变革？ 167

第六章 S2B 新零售的社群运营规则

- 第一节 你准备好迎接互联网下半场“开幕式”了吗？ 176
- 第二节 裂变的秘密 179
- 第三节 信用是银行资产 182
- 第四节 规则是社群裂变的基石 185
- 第五节 如何做到快速吸粉？ 189
- 第六节 极速成交 193

S2B 崛起：新零售爆发

第七节 社群的运营 202

第八节 社群领袖的成长 206

第七章 新零售带来的共享经济

第一节 共享经济的改变 214

第二节 未来新零售中的共享经济 217

第三节 S2B 主导下的共享经济 220

参考文献 226



第一章
新零售的发展

第一节

十五年中国宏观经济下的新零售

2018 年是一个非凡的年份，因为中国的经济有一个非常大的特点——“逢七必变”。

什么是“逢七必变”？1977 年中国结束了“文化大革命”，正式开启了中国浩瀚的改革开放进程；1987 年海南省建省，拉开了中国房地产运动的序幕；1997 年我们面对的是亚洲金融危机；2007 年美国次贷危机引发了全球金融海啸；到了 2017 年，我相信我们面对的又是一个变革之年。

在过去十五年的时间内，是什么样的宏观经济形式，让 S2B 必须要崛起？让新零售必须要爆发呢？

其实中国经济的崛起是一个在世界上都找不到范例的特殊版本，中国经济不像美国经济，不像欧洲经济，也不像日本经济，我们有着全世界最大的人口数量。

众所周知，中国经济有三驾马车，分别是出口、内需和投

资。这三驾马车拉动了整个中国经济的增长，所以从某种角度来看，世界经济的十五年，其实是中国经济的十五年。世界经济有两个非常重要的切口，而这两个切口都是通过中国经济来呈现的，从2002年到2011年，以及2012年到2017年，一共十五年。

为什么这么说呢？因为从2002年到2011年这十年中，中国的GDP（Gross Domestic Product，国内生产总值）以持续超过8%的速度飞速增长，走上了快车道；而到了2012年，我们进入了8%以下增长速度的五年。简单概括，中国经济在这十五年大体分为8%以上和8%以下两个阶段。2002年发生了这些事情。

第一件事情是中华人民共和国国土资源部出文，中国房地产经济进入了快速增长周期。凡经营性的土地，一律要进行招标、拍卖、挂牌交易，房地产市场突然成为卖方市场，因为土地是非常有限的资源，只有买了地才能够建房、售卖。一时间中国的房价一路高歌猛进，中国的GDP也被快速地拉动起来。

第二件事情是中国加入WTO（World Trade Organization，世界贸易组织），这意味着中国经济已经快速地与世界经济融合，中国已经准备好把我们的产能向全世界输出，意味着三驾马车当中的第一驾——出口——已经被激活。正是因为房地产的高歌猛进及出口的发展，两驾马车的拉动让我们看到，从2002年开始，我们国家的GDP进入了8%以上的增长。

第三件事情是欧元诞生，它加速了世界经济加速一体化，

世界经济形势分久必合合久必分正在逐渐凸显，世界经济开始逐渐一体化。

第四件事情是世界著名的零售公司、电子商务公司 eBay 开始进入中国。

所以我们看到在 2002 年房地产投资的拉动下，在欧元诞生、世界经济一体化的大环境当中，中国正式加入 WTO，出口能力开始快速释放，eBay 进入中国，内需开始被逐渐激活。

2002 年中国经济确实迎来了最好的年份，因为中国经济投资、出口、内需这三驾马车，在 1977 年改革开放之后迎来了真正意义上的全方位完美激活。因此，2002 年拉开了中国经济快速增长的序幕。

到了 2003 年，中国本土的电子商务公司——阿里巴巴旗下的淘宝诞生了。后来的故事大家都知道，淘宝通过免费策略，一举击败了 eBay，把 eBay 清出了中国市场。2003 年淘宝的诞生不仅拉起了中国电子商务的狂潮，同时塑造了具有中国特色的电商模式。

为什么称为具有中国特色的电商模式？因为淘宝和 eBay，一个是本土的，一个是漂洋过海来到中国的。eBay 显然不太了解中国的国情，而淘宝却采用了免费模式，把大量的供应商邀请到淘宝上开店铺，淘宝真正推动的是帮助工厂降低成本。所以有人说，淘宝最大的价值在于可以帮助我国大量的产能降低销售过程中的交易成本，工厂降低了成本，努力地做到物美价廉，拉动了中国电商发展的新纪元。这就意味着，在

第一章 新零售的发展

2002 eBay 进入中国之后，2003 年淘宝诞生，开启了中国电子商务的新篇章。

但是，随着淘宝的诞生，其背后也衍生出了一条又一条灰色产业链，如商户刷单、逃税漏税、假冒伪劣等问题在中国屡禁不止。因此，淘宝的诞生虽然依靠免费模式击败了 eBay，但也带来了一种有“中国特色”的电商发展方式。

2003 年之后，中国的房地产一路高歌猛进，电商快速发展，内需被快速拉动，对外出口也是节节攀升，然而这样的情况却没有持续太长时间。一直到我们讲的 2007 年“逢七必变”的时候，美国发生了严重的次贷危机，中国的房价也在持续五年的高速增长之后，终于出现了回落。

面对这样的经济形势，2008 年 11 月，中国出台了扩大内需、促进经济快速平稳增长的十项措施，因为 2007 年美国的次贷危机在 2008 年发酵成全球性的金融海啸，这意味着我国的出口和投资受到了抑制，三驾马车中的两驾受到了打击，这个时候就需要扩大内需。

中国最大的优势是有 14 亿人口，有庞大的内需市场，内需永远是我们强有力的保障，所以 2008 年 11 月我们推出的十项措施最后变成了大家所熟知的“四万亿计划”——国家拿出四万亿元投到民间，通过增发的方式，让很多企业在 2009 年拿到了银行贷款，而这些银行贷款让很多企业在次贷危机中渡过了难关。

可是，问题也来了，“四万亿计划”让本来已经在 2007

年回落的房地产行情在 2009 年又开始反弹，房价开始飙升。因为制造业的利润越来越微薄，很多企业在拿到钱之后不去做实业，而是把钱投资到房地产，导致大量的企业转型到房地产，让制造业的利润越来越低，基础也越来越薄弱，出口也受到限制，这个时候大量的热钱涌到了房地产，带来了 2009 年中国房地产市场价格“报复式”的反弹。

因此，在这样的背景下，2010 年和 2011 年是“四万亿计划后遗症”变得十分严重的两年。2011 年，中国 2002—2009 年 GDP 持续多年的高速增长也截止了，2010—2011 年开始进入了缓慢增长阶段。

“四万亿后遗症”包括哪些呢？首先，各个地区开始出现“空城”，如大家所熟知的鄂尔多斯，大量热钱进入鄂尔多斯房地产市场新楼盘却没有人居；三四线城市绝大多数楼盘是“空城”。此时，国家政府开始担心房地产会“绑架”中国经济，所以在 2010 年 1 月国家出台了“史上最严格、残酷”的房地产调控措施——“国十条”，并且房地产房产税的征税试点改革也先后落地。因此，“四万亿后遗症”的出现带来的一系列政策调控开始影响中国经济，让中国经济开始逐渐走出“土地财政”，让“中国实业”开始逐渐走向振兴，让中国内需市场开始逐渐走向健康蓬勃的发展方向。

2012—2017 年，我国进入了经济低速增长的五年，增长率开始“争七保六”——保证 6% 的增长，争取 7% 的增长。这五年的增长核心就是六个字：“让钱流动起来”，因为出