

新零售，谁将被革命？



[新零售，谁将被革命？_下载链接1](#)

著者:吴晓波频道

出版者:中国友谊出版公司

出版时间:2018-8

装帧:

isbn:9787505744394

在这个时代，消费的关键词不再是物美价廉，而更多地聚焦在品质、社交、便捷、移动、定制……新与旧的壁垒已然更迭，

消费升级和科技进步把我们推向了“新零售”时代。新零售是一场因工具创新而引发的革命，在不断地迭代中，新零售的转型成为了一场长期战争。中国的制造业、金融业、服务业的变革最后都聚焦到了新零售上。在这个领域中，中国人所有的创新模型都是全世界最先进的，这场中国的新零售革命正在预示着世界新零售的未来。

本书收录了吴晓波、姚吉庆、吴声、刘润、叶国富、厉玲、林依轮、乔·韦曼、内田文雄、王永平等业内大咖在转型大课中讲述的精彩内容，呈现了传统零售业从业者和互联网时代新型零售业的从业者观点碰撞，深入剖析了当下“新零售”代表企业的运营模式，为读者探明新零售时代的机遇和挑战。

作者介绍:

吴晓波频道

吴晓波频道是财经作家吴晓波创办的泛财经新媒体，在多平台汇聚了1000万认可商业之美、崇尚自我奋斗、乐意奉献共享、拒绝屌丝文化的新中产。

目录: 序

谁在发动革命，谁将被革命

吴晓波 财经作家

上篇 实录

I 理念创新：技术革命颠覆零售思维

吴声 场景实验室创始人

零售新物种的进化与迭代 005

刘润 微软（中国）公共事业部战略合作总监

新零售是更高效率的零售 018

乔·韦曼 美国零售变革之父

全球视角看新零售 036

II 打破边界：制造与零售的跨界融合

袁佛玉 网易集团市场部总经理

网易的社交零售观 049

江明 沃谷农业董事长、果蔬好品牌创始人

重构线下体验 054

高自光 小米生态链副总裁

新零售风口下的精品电商 061

林依轮 饭爷品牌创始人

艺术和美食，不能“饿”搞 074

III 经营变革：实体商业的管理进化

内田文雄 优衣库全球VMD 原总监

优衣库的线上线下布局 085

厉玲 杭州“百货女王”

零售没有新旧之分 098

叶国富 名创优品全球联合创始人

零售变革：从渠道为王到产品为王 107

IV 战略重构：探索零售新业态

姚吉庆 中国冠军品牌联盟创始人

新零售开启营销3.0时代 123

王永平 联房地产商会商业地产研究会会长

商业地产与新零售 137

下篇 产业观察

V 技术驱动：新零售运营效率提升

大数据下的“新零售运营” 151

VR 购物：一场从虚拟到现实的零售技术升级 159

VI 营销进化：引领消费者的购买新体验

用无与伦比的用户体验抓牢你 169

新零售时代的场景化体验 175

未来的零售是智慧零售 183

附录 叶国富、王永平、童民强、危建平、乔·韦曼、姚吉庆

对话：新零售的未来

· · · · · (收起)

[新零售，谁将被革命？_下载链接1](#)

标签

新零售

商业

吴晓波频道

新经济

营销管理

认知思维

商业经管

管理

评论

的确有自己一套说法的仅限于刘润。现在出书也忒容易了点吧。。

单是刘润对新零售的解构就值4颗星，其他的就当是附赠的；想了解厉玲的，可以继续看看《永远的零售》。

合集，精彩之篇有几个，以刘润为甚

杂文合集吧

对吴晓波的认识就是一个会做生意的商人…这个拼凑的大杂烩拿来出书也是很容易了！

从数据分析变现的思路直接导出了类似新零售的想法，以CRM、收银、会员管理软件等为切入点。不让做就不让做吧，只好看看书过过瘾，顺便也当是开眼界了。从文笔来说，这几个人都不如刘润啊。大佬可以做作为写作的典范去模仿。

看完被种草了好几个品牌…

零售大咖集锦，个别还是刘润说得逻辑最清晰

接触到商业大咖的观点，有启发，有收益。

第一遍，觉得有点意思但一般般顺便吐槽端着的国际大师。第二遍，激起脑中的小火花。第三遍整理，发现很多insight。第四遍回忆，发现有很多转化

这么急出书？

这书的框架像是个新零售论坛的整理版，主持开篇，各自谈下看法，最后附录收尾。大部分人都是就着自己品牌展开的，读了两遍，还是能总结出一些观点，刘润真的是最贴合论点，逻辑最清晰的，极佳。

豆瓣上我是第一个写评价的哦！看来书真不怎么样。吴晓波把吴声、厉玲、叶国富、林依轮、优衣库等对新零售的理解每篇列出来综合在一起，最后做了总结。感觉吴晓波写这本书的态度不怎么好，好在买之前有心理预期。
开卷有益。把空间转化为时间，把时间转化为推荐，把体验转化为分享。沃谷农业关于生鲜、林依轮的饭爷等，对个人工作和认知还是有启发的。另外，厉玲和叶国富不是很赞同马云在2016年云栖大会上对新零售的定义。也许，只是马云光环太过耀眼吧！

写出一篇对未来预测的文章的确不容易，各位大咖各抒己见，有直抒胸臆毫无保留者，也有感觉纯粹是为自己公司代言宣传的。总体来说有启发性

零售其实无所谓新旧，其本质永远都是满足顾客的需求。只是随着技术的进步和顾客消费需求的转变，现在要求我们通过更好的运用大数据、人工智能等技术手段，来满足顾客对于内容、场景、体验和社交的需求，构建信任关系的同时，提升效率。

互联网人在新零售这场战争中扮演的角色是：解放者。他们以解放者的姿态，“光着一双脚”跑进了新零售的战场，见鬼杀鬼、见佛杀佛。

出发点是看看零售业发展的现状和未来，但可惜收获不算多。份量不足，众说纷纭。阅读此书用了4H。

第一篇章应该是最好了，后面的有些觉得太一般，出书还是浅薄了

序言和刘润等人特别好，好几篇真的之前充数的。

就这样一本书，也能定价48?!

[新零售，谁将被革命？_下载链接1](#)

书评

阿里认为新零售是以消费者体验为核心，数据为驱动的泛零售形式；
京东认为新零售实质是第四次零售革命，是以无界零售作为重要表达形式的重构成本体验与效率的一次系统工程。 对新零售的六大预测，
第一，零售空间的数据化和内容化，让符合业态成主流；第二， 新场景零售；第三...

[新零售，谁将被革命？_下载链接1](#)