



上图：零售通让百万小店有新活法。

境，有的小店难承其重，贴出了“店铺转让”的告示。

我在快消行业摸爬滚打了20多年，深知品牌商和小店两边的痛点和难点，所以2016年加入阿里巴巴后，在零售通做的事就是为了解决这些痛点和难点。

《新民周刊》：那么，零售通究竟为快消品牌商和小店提供了怎样的解决方案？

**林小海：**对于快消品牌商，我们主要是共建智能分销：也就是分销体系的共享和数字化。共享就产生了一个规模经济，数字化就产生一个效率。举个例子，以前品牌商可能要花10个点的成本才能把商品铺到50万家小店，而通过我们零售通，只需用5个点的成本就可以去到100万家小店。经过我们4年的努力，现在基本上全国超过95%的有名的快消品牌商都入驻了零售通。

而对于小店来说，下载零售通App是免费的，我们可以帮他们去和品牌商议价，让他们拿到低价的商品，并同时共享到阿里的供应链。以前小

店是没有自己的物流系统，他都是靠店主自己去批发市场提货，或者是业务员上门推销。因此，我们帮小店实现了统一采购和统一物流。

在我看来，这只是小店的初步数字化，还远远不够。而类便利化是这些小店的未来一个方向。在我看来，零售通可以帮中国600万家小店打造成阿里版“7-11”——用11%的品牌便利店成本来达到70%的能力。

为什么我们有这种自信？2019年7月，商务部正式发布关于推动便利店品牌化连锁化发展的工作通知，在细则里明确提出了“六个统一”：希望未来的店铺都有统一的商品供应、统一的物流、统一的服务、统一的便利系统设施、统一的管理、统一的标识。而处于阿里生态的零售通，完全可以帮助小店做到“六个统一”。

除了刚才提到的统一采购和统一物流，我们还提供统一的系统。在以往，小店为了节约成本，往往是夫妻老婆店，没有雇佣其他员

工，也没有一个统一的系统。现如今，小店可以选择花费不到2000元买一个如意POS机，通过后台我们把百万小店连接起来，实现门店的智慧化运营。无论是组货、定价还是营销，这些事情都可以通过如意POS提供的平台进行管理。举个例子，它会根据你的进货记录和销售记录来提醒哪些产品要到期了，哪些产品要进货了；有顾客来，后台就会根据之前的买单记录来提醒店主这个顾客的购买习惯，可以建议推荐哪些商品，他买的商品在方圆几公里之内其他小店的定价是多少……有了这样的系统，对于提升小店的竞争优势是不言而喻的。

此外，我们会给零售通优质服务小店提供品牌的背书。我们测算过，如果一家小店要自己去达到商务部提出的“六个统一”，它至少要花10万-60万元的成本。但如果是接入零售通，小店只需支出1万-6万元就可以实现70%的能力，达到一家小店的转型。

## 给有温度的小店更多温度

《新民周刊》：如果小店都类便利化了，那么是否意味着传统小店在未来中国没有生存空间？

**林小海：**不是这样的。类便利化的小店，仍然可以保持原有的特性。小店老板在这家店里面可能待了很多年，邻里之间是有温度的，老百姓对这样的小店有信任感。而且，小店老板对周边消费者的洞察可能比任何一家便利店店员更了解，因为后者很少会多年扎根在一家小店。

所以你看，中国的600万家小