

日本零售业游学方案

——解析日本实体店依然强劲的秘密 ▶

星筠商业咨询&日本知识创生学院

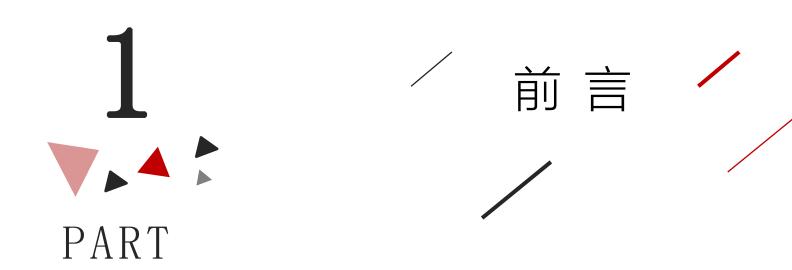


1 前言

2 行程亮点

3 专家顾问

4 参考行程



前言

日本作为世界上拥有最多百年企业的国家,其零售行业在经历了90年代的经济低迷之后,成功转型的经验能给当今的中国零售业带来哪些借鉴和启示......

我们学什么?

日本零售业的发展现状 日本零售业的经营运作之道 听业内专家讲述行业发展的关键因素 在每一餐每一夜中体验日本商业文化





茑屋书店 TSUTAYA BOOKS

网红书店"茑屋书店"可谓是把"书+X"发挥到极致,从最早期的+"影音"、"咖啡"、"餐饮"、"文创"、"家电"一直到最新的+"房地产",不断地在刷新人们对书店的认知。茑屋书店的工作人员都被叫做"生活美学顾问",茑屋书店不仅对外销售书籍还对外销售"生活提案"。"生活提案"一直是茑屋书店的核心理念。

代官山的茑屋书店,以"森林里的图书馆"为主题,是为成人而建立的综合型书店。

看点:

通过书、电影、音乐等的提供,对生活方式进行提案









永旺购物中心/超市 AEON

永旺是亚洲领先的综合零售及服务企业集团,有日本、中国、东南亚三大总部体制。主要以经营购物中心、综合零售业(综合百货超市、食品超市)为主,还从事专卖店、金融服务、物业服务、便利店等业务。目前,永旺在全球拥有约300家企业、19,094家店铺(中国近500家)。

日本购物中心起源于20世纪60年代,购物娱乐中心一直被称为人们生活的第三空间,经历过经济大萧条后,2010年后再次进入快速发展时期,即使在进入低欲望时期、互联网电商发达的现在,日本年轻人依旧喜欢逛实体商业。

看点:

如何打造"居住空间"、"工作空间"之外的第三空间,提供体验观光、文化艺术、餐饮娱乐、时尚购物以及亲子活动等多元素于一体的闭环消费全链条服务。



优衣库 UNIQLO

由日本迅销公司建立于1963年,当年是一家销售西服的小服装店,现已成为国际知名服装品牌。

优衣库现任董事长兼总经理柳井正在日本首次引进了大卖场式的服装销售方式,通过独特的商品策划、开发和销售体系来实现店铺运作的低成本化,由此引发了优衣库的热卖潮。

优衣库之所以能成功,是因为发掘了顾客对于基本款的需求,因此在时尚的干变万化之中找到了生存之道。平价百搭、基础款不易过时,让优衣库极具高性价比,打破了年龄、身份圈层。

优衣库也在积极探索新的业态发展,花店、咖啡馆、游乐园、社区公园……体现Lifewear(服饰人生)概念,为顾客提供优衣库最好的商品和最全面的服务。

看点:

爆品哲学:通过努力,追求低价、高品质商品的极限。站在顾客角度,把店铺改造成顾客心目中亲近的场所。









伊藤研修中心 Ito Yokado

伊藤洋华堂集团创立于1920年,经过80多年的发展,现拥有60多家公司,业务涉及零售、餐饮、金融、加工制造、出版等。零售业是伊藤洋华堂集团涉足的主要领域,业态包括便利店、大型综合超市、超级市场、百货店、专业店和折扣店。伊藤洋华堂是伊藤洋华堂集团旗下著名的品牌店,以大型综合超市为主,在日本有180多家店铺。

伊藤洋华堂曾是世界著名便利店7-Eleven的母公司,现时两间公司同样隶属由伊藤洋华堂於2005年9月1日成立的新控股公司「Seven & i 控股」。「Seven & i 控股」其後再在2005年12月26日以20亿美元购买同时拥有日本崇光百货及西武百货店的Millennium Retailing Inc.的控制性股权,成为日本最大,以及世界第五大的零售企业。

看点:

了解伊藤洋华堂集团是如何进行创业精神传播,技术研究, 人才培训及员工能力提升的。







唐吉诃德 Donki

日本最大的连锁杂货店,也叫"激安的殿堂",意思是"超!级!便!宜!"。总店位于东京中目黑,现于日本国内共有超过160家分店,于夏威夷亦有3家分店,于2017年12月1日在新加坡设立1家分店。在日本常被简称为"Donki"(ドンキ)。

唐吉诃德的特色是标榜货品售价较其他店舖廉宜,其营业时间较长,一般直至深夜甚至全年无休。部分分店附设大型停车场。店内空间狭小、陈列方法混乱。销售货品种类多达4万种,包括成衣、食品、首饰、家居用品、工具、体育用品、电子产品等。而且随着近几年旅游热的升级,日本把食品、化妆品、药品这些消耗品都纳入了可退税范围,自然也增加了堂吉诃德对外国游客的吸引力。

看点:

之所以叫唐吉诃德,是因为创始人想让自己这家店,与那部同名小说里的主角一样:成为一个别人眼里不走寻常路,但又勇敢异常的怪人。



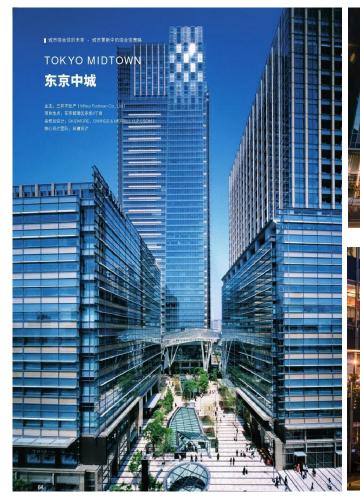
东京中城 TokyoMidtown

东京中城 (TokyoMidtown) 是日本东京的继六本木新城之后最新的都市综合体项目,原来是日本防卫厅所在地。2007年3月开业,已经成为日本东京的商业和文化创意的发源地,也是21世纪东京的新地标。

这个崭新的复合型城区由6栋建筑构成,汇集了各种各样的商店、餐馆、写字间、酒店、高级租赁式公寓和美术馆等设施,并且充分利用了附近的公园,真正做到了以人为规划之本。东京中城项目总占地面积7.8万平方米,总建筑面积约57万平方米。整个建筑群主要由三个区域组成:Galleria(拱廊街)、Plaza、Garden。

看点:

以人为核心、创造新的生活美学空间的设计思想。建筑与商业文化结合,充分运用商业世界中人、物、环境构成空间概念,以美学设计作为主轴,构造东京21世纪衣食住行乐的完美景观。







MOKUMOKU农场

"日本第一大有机生态农场,六次产业化标杆"

对MOKUMOKU农场的考察学习,深刻理解MOKUMOKU 如何通过园区、连锁餐厅、产品三者之间的生态圈形成了一个闭环的商业模式。

MOKUMOKU从成立到今年整整30年,在区域人口数量只有10万人的城市,却做到了每年50万观光客流量,年营业收入52亿日元。该农场以亲子教育为出发点,以家庭为主要需求群体,由农户养猪的经营联合体发展而成;以"自然、农业、猪"为主题的农庄,强调亲近自然及家庭温馨,现已形成集生产、加工、销售、休闲观光农业、网络购物于一体的第六产业化最成功主题农场,一个循环的商业模式。

看点:

园区+餐饮+产业的商业模式;农园的功能区布局;创新亲子体验和场景设计;先进的会员共享机制。









拉拉宝都 LaLaport

LaLaport是日本大型商业地产商之一 三井不动产,运营的区域型购物中心,在日本已开设18家门店。"LALA"之意,是指"跳动的旋律,愉快的心情","PORT",即为"港"之意。商场希望让来店的顾客,都可感受那种跳动的旋律,让每个人都拥有愉悦的心情,充分享受购物、娱乐、休闲的生活体验。LaLaport被视为潮流文化的集合地

123米日本最大摩天轮、

全球首家神奇宝贝互动馆、

日本首家汽车剧院、

日本首家宠物小精灵EXPO体验馆

看点:

与其说Lalaport是一家购物中心,不如说它是一处城市中的生活体验场所,LaLaPort主要引人关注的是,其专注家庭性消费的特点。无论从空间设计还是业态引进来看,Lalaport始终致力于打造"时间消费型"场所,让一家人可以在其中玩上一整天。









宜得利家居 NITORI

1967年起源于日本北海道的NITORI (宜得利) 最开始只是一家百来平米的小家具店,现在是日本最大的家居连锁店。

"让世界上更多的人享受到优质居家环境"为目标,让消费者感受一体化家居的乐趣与居家的舒心嘛。以"物超所值"为大众所关注,价格便宜,种类繁多,基本上家里所需要的东西在nitori都可以找得到。

NITORI以人性化的设计和实用性著称,相比于同类家居店的价格,宜得利很亲民。从小件的日常用品到大型家具应有尽有,被誉为家的"时装店"。

看点:

- 秉承"将缤纷的居家环境呈现给世界上的每一个人"这一梦想,超越时代、跨越国界。
- ▶ 以SAP模式为基础,推进改革。
- ▶ 坚守"通过人才开发,创造美好未来"之信念。





无印良品 MUJI

本意是"没有任何标志的好产品"。虽然极力淡化品牌意识,但它遵循统一设计理念所生产出来的产品无不诠释着"无印良品"的品牌形象,它所倡导的自然、简约、质朴的生活方式大受品位人士推崇。

在全球零售市场上,MUJI是一个传奇,其跨品类经营纬度令业界瞠目,保持了三十余年的稳健经营;塑造的经典品牌形象和气质令消费者痴迷;它将日本素文化与商业互相融合渗透,并树立了同行难以逾越的界碑。MUJI将杂货思维运营成为了时下流行的生活方式。运用种类丰富,涵盖衣食住行的各种低价不占地方的家具杂货品类,给消费者带来"小确幸"式的心理满足,一个小相框,一束花就会让家里变得很温馨,很有调性,形成了受到广大年轻群体喜爱的MUJI风。截至2020年,全球有超过1000家无印良品商店,以及7,000多种商品,包括服装,家庭用品,食品等

看点:

- ▶ 典型的SPA;
- 典型的生活提案商业;
- ▶ 跨品类经营;
- ▶ 跨行业探索;













专家顾问

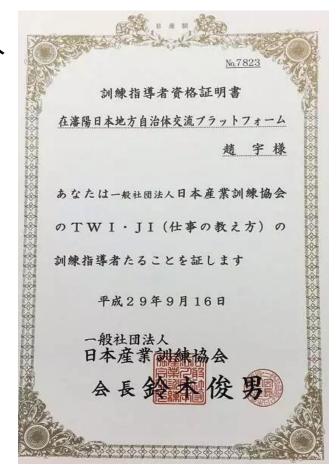
3 专家顾问



一般社团法人亚洲六次产业化创生学院 创始人知识创生学院 创始人北海道中华食品研究所 社长日中企业家育成中心 执行董事中日产学投资促进中心日本企业管理与文化资深讲师日本商业文化 资深研究学者

趙宇 先生

擅长企业管理、企业经营领域的培训; 精通中日文,为大家深度讲解日本企业管理、日本企业文化等专业知识。



3 专家顾问



永井隆志 先生 日本连锁加盟业态专家

1964年 出生于大阪天王寺

1986年 日本体育大学毕业

大学毕业后就职于STT开发株式会社,并通过索尼

生命公司加入某咨询公司

1999年 就任战略营业部董事

2000年 设立I-Link株式会社,就任董事长(兼任)

2004年 M.B.O株式会社独立,

就任I-Link董事长兼CEO

2005年 设立NSP管理株式会社,就任董事长

2008年 将I-Lin的销售权转让给UCC集团公司

2009年 就任Luckie Clems株式会社董事长(UCC

集团)

2012年 辞去董事长职务

2013年 就任ASEAN投资株式会社 董事长

在曼谷开始饮食事业

2017年 格洛斯合作伙伴株式会社成立,

就任董事长

永井降志先生 咨询业绩

- 二手车购销专卖店Gulliver(现IDOM)FC包装、 加盟开发、IPO支援
- 二手高尔夫俱乐部购销店GOLF PARTNER的 FC包装、加盟开发
- 烤肉牛角的FC包装、加盟开发、IPO支援
- Tully 's的FC包装、加盟开发

<现在正在进行中的FC>

- Lemonade by LEMONICA
- 放学后的日间服务 哆啦咪发嗦rise
- 奶酪专卖店CCC
- 红酒餐厅ESOLA



参考行程

参考行程 (例)



日期	城市	时间	日程	酒店
	中国		乘坐国际航班飞往东京	
第一天	东京	17: 30开始	欢迎晚宴 日本餐厅品质及服务标杆"CASITA"体验/研学 服务理念:希望打造让客人感到开心和温暖的餐厅 研学要点:从工作中寻找快乐,让感动给人注入新的动力。	东京市内五星级酒店
第二天	东京	上午	上午:新零售课程 【全世界最美书店-茑屋书店是如何打造生活方式】 ——讲师 原茑屋事业部海外负责人	东京市内五星级酒店 - -
		下午	下午:考察① 全球新零售业的标志:【茑屋书店】 下午:考察② 永旺集团	
第三天	东京	上午	上午: 考察 优衣库银座旗舰店	东京市内五星级酒店
		下午	下午: 考察① 伊藤研修中心 下午: 考察② 7-11便利店	
第四天	东京	上午 下午	上午: 考察 唐吉诃德 中目黑店 下午: 考察 东京中城	东京市内五星级酒店
第五天	三重	上午	上午: 驱车前往三重县	MOKUMOKU
		下午	下午:考察 【MOKUMOKU农场】	农场 温泉酒店
第六天	大阪	上午	上午: 驱车前往大阪	
		下午	下午: 考察 LaLaport 晚餐: 日本研学心得分享晚宴	大阪市内五星级酒店
第七天	大阪-中国	08:30出发	乘坐国际航班由大阪关系机场飞往国内	*所有行程以出行前发到各位手中最终方案为准

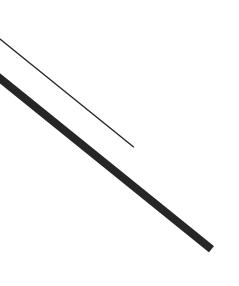
价格: 待定

费用包括:

- 1、全程5星级酒店标准间 (2人一间房, 含1晚温泉酒店)
- 2、午餐: 2500日元/人标准;
 - 晚餐: 4500日元/人标准。
- 3、课程研学费用
- 4、企业研学费用
- 5、全程专业讲师费用
- 6、商务活动安排费用
- 7、全程司机小费
- 8、商务车全程费用+高速费及停车费
- 9、每人含一份出境7天相当于人民币35万元赔偿标准的人身意外险费用 (由第三方保险公司承保)

费用不包括:

- 1、往返机票费用
- 2、每餐的酒水费用
- 3、客人自行购物费用
- 4、单间房差费用 (如客人想升为单间房,单间房差为每人每天12000日元,约720元人民币
- 5、签证费用
- 6、商务邀请函费用







卞腾 13910965046 (微信)