

# 互联网时代中小运营商 --发展问题浅析

主讲人：

尹晓东总经理

苏州斯坦德商贸有限公司

## 序言

众所周知，2011年以来，国内的自动售货行业发生了天翻地覆的变化。这种变化不仅体现在宏观上，也体现在一些微观的层面。我简单总结了下这些变化，大致可以从这个角度去理解。



# 宏观层面的变化

- \* 1.国内的自动售货行业进入快速发展阶段，内外因素共同促进行业进入快速发展期。
- \* 2.技术革命了促进自助售货设备的升级，行业服务的内容和领域在延伸变宽。
- \* 3.更多优质的资源进入行业的同时，也加剧了整个行业市场

# 1、国内的自动售货行业进入快速发展阶段 内外因素共同促进行业进入快速发展期


国内近些年随着外部经济的环境的变化，非常多的行业，特别是零售行业发生了比较深刻的变化。面对高房租，高人工，价格上涨空间受限等诸多不利因素，自动售货机逐渐走上了历史舞台，更多人开始关注到这个领域。其实在这之前，国内的一些特殊行业，如生产企业等其实早就开始转型升级，工业机器人市场的兴起本身就非常说明问题。工业有工业机器人，零售呢？什么解决方案能解决问题，目前看，自动售货机是唯一一种比较稳妥的解决方案。24小时工作，低成本，简单可靠且易于经营维护，恐怕这是所有零售业都梦寐以求的，因此这几年的自动售货行业发展的速度应该讲较过去是变化明显的。我这里有一份中国自动售货行业网发布的相关数据，近三年自动售货行业市场规模平均每年保持两位数增长，峰值数据接近30%。

## 2、技术革命了促进自助售货设备的升级，行业服务的内容和领域在延伸变宽。

工业技术和互联网技术的发展促进了自助售货设备的升级，这是我今天想讲的第二点，国内的自动售货机生产企业早期以引入、仿制为主，但随着时间的推移，这两年我们看到这样的情况发生比较多的改变，特别是在互联技术被引入后，整个自动售货机行业的设备迭代明显加速，更多功能的自动售货机被开发了出来，盒饭机、售菜机、广告派发机等等，整个行业的服务的领域不断在延伸，市场的宽度也被进一步突破。我们同行间常开玩笑讲，今天我卖水，我明天或许就是卖盒饭的了。

### 3. 更多优质的资源进入行业的同时，也加剧了整个行业市场的竞争。

作为一个经营自动售货机多年的老兵，老实说我从来没有像这两年这么有行业归属感，因为每天我都能看到这个行业一些可喜的变化，多年以前我们的行业还无人关注，但现在无论是媒体、快消品企业、互联网公司，金融服务单位等等基本都出现在了行业中，这些企业的出现为我们发展提供了助力。但另外一方面我又感觉到非常有压力，因为相比过去，今天这个行业的竞争可能是史无前例的激烈，特别一些大型运营企业对我们中小运营企业带来的压力是极其明显的，但幸运的是不仅是我，还有很多和我一样的小伙伴还是独立自主的坚持了下来。



谈完了一些大的变化，我们聊一聊发展问题，特别是类似我们这样的中小运营企业。下面我和大家也分享一些我个人的一些想法。

# 中小运营企业所遭遇几个问题

## \* 1、因为小，所以被关注少。

中小运营企业的最大的特点是经营规模小，大的几百台，小的几台，在整个行业极少会引起一些资源方的关注。

## \* 2、因为小，我们通常没有话语权。

因为经营规模小，通常中小运营企业在相关的市场经营活动中其实话语权是非常小。特别是面对一些强势的合作伙伴和不公平的条件，更多时候我们只能保持沉默。

## \* 3、因为小、所以我们的各项成本总是高。

由于规模小，中小运营企业在核心的采购供应方面同样面临着尴尬的情况，我们没有集采和规模化采购优势，因此中小运营企业的各项经营成本似乎总是比别人高许多，这成为制约企业进一步的发展的重要因素之一。

## \* 4、因为小、我们只能跟从或者等待

跟从和等待是目前我们遭遇的另一种尴尬，非常多的业务我们很想做，但却无法做，更多时候我们只能无奈的跟从一些大的企业或是继续等待。举个简单的例子，以现在流行的自有品牌的饮料，由于经营自有饮料需要一个基础代工量，但我只有几百台机器，消化能力有限，我就不能做。结果是我们要从大运营企业那里拿货，要么就只能干等着，从大运营企业那里拿，说实话，从经营的角度而言，有谁愿意呢？



# 数据统计

2014年中国自动售货新增总数近3万台，其中2万台是由中小运营企业带来的增长。2014年自动售货行业销售额超过50亿人民币，其中近50%由中小运营企业产生。



我们才是市场真正的主力，但是我们又为何如此被动呢？我后面也总结了原因，主要有这么几点：

- \* A：分散，中国大大小小总计数千家运营企业，分散于全国各个商圈，无法形成合力。
- \* B：缺少组织，步调不一。各地运营企业没有统一的组织安排和协调规划。中小运营企业因为单打独斗，因此不仅要和大运营商竞争，同时也要和本地同体量运营企业斗争。
- \* C：我们总是单独去尝试接纳业务，但很少考虑过一起去争取。

基于上述的分析，我认为未来的中小运营发展之道在于联合。只有抱团发展我们才能发出真正属于我们的声音。举个简单的例子，因为我在苏州，所以我举个苏州的例子，如果苏州地区所有中小运营企业大家能聚集到一起，统一采购？大家可以设想下这样的局面会是什么样？苏州地区所有中小运营商一起是个什么规模？我想这个数字是足够让大型运营企业都咋舌的数字。那么我们还会声音如此微弱么？我想大家得到得答案是显而易见的。

因此总结上述的一些内容，我认为未来的中小运营商的发展之路中，其中有一条最重要的”抱团“大联合。





谢谢观看