

## 翻若惊鸿

邓鸿：  
朝阳电商的挑战者

2011年百大易商城成立,这被认为是安徽大型零售企业转型的一个节点。

2013年11月28日,经过初步转型和升级,百大易商城定位为安徽网上第一超市,依托于百大集团的品牌资源、服务本土的资源、商品资源。

经过两年多的发展,易商城每年都能达到100%的增长,今年易商城的增长已经达到了300%。

邓鸿正是这个蓬勃向上企业的领队。

## “真正懂电商的人?”

2013年“双十一”让很多人一震,这其中包括邓鸿。

“观念上发生了变化。”

从实体跨越到电商,邓鸿自认为观念发生了质的变化:作为传统企业是没有办法改变固有观念的,最重要的是消费者需要什么,就应该提供什么。

邓鸿认为,线上和线下是两个并存的业态,着眼点和立场都是不同的,实体门店必定要走向电商的趋势,而电商也必须依托于实体来降低运营成本。

“双方会趋于缓和,电商初期发展的成本投入非常大,主要体现在物流成本,网上超市品种繁杂,对包装成品要求高,盈利是困难点,烧钱未必能让消费者做出购买选择。当前电商的竞争已经到白热化,是否以低价策略进行竞争还需要观察,但无论如何,易商城一定会提供正品给消费者。”邓鸿说。

## 三大优势引领易商城未来

百大集团四轮驱动,有家电公司、周谷堆、合家福及电商,百大品牌是易商城的基础。

百大的供应链系统非常有优势,供应渠道摆脱了中间商,这是商品优势;百大易商城之后将会利用100多个配送网点,依托于合家福门店布局优势来解决最后一公里配送问题。

“西面和东面将各选取两个店作为试点推进,这两个店的配送,整体三公里全覆盖,生鲜和冷藏等商品,这些事电商无法解决,这是服务优势,配送的时间更加快捷,顾客的体验会更加完善,”邓鸿说。

近期,百大易商城,联合EMS的快速物流配送,依托于百大物流园仓储体系,还会开展“一天三送”类似于宅配。在合肥模式成功以后,三年后将覆盖整个安徽省。

## “多方整合市场资源”

目前,安徽本土正涌现越来越多的电商企业,百大易商城未来如何规划?

对此,邓鸿表示,易商城准备融合更多的本土资源,目前白马电商、万家热线都会成为合作的伙伴,作为龙头电商打造,对整个电商做多方融合。

目前,易商城今年和京东签订了特产中国安徽馆项目,依托于周谷堆市场的生鲜水果及农产品批发优势,借助京东商城平台将安徽特产推向全国。

邓鸿认为,今年三八节成为除去双十一之后的第二个井喷,包括KTV、影院都有不俗的销售业绩,为了跟进,4月底易商城全面推出手机APP的研发,消费者会更加快捷方便地做网上商城的体验。

## 挑战朝阳产业

百大电商团队非常年轻,是百大系统最年轻的团队。作为一名领导者,邓鸿认为,电子商务是非常有朝气的行业,年轻员工也愿意去挑战这个行业。

一个人无论工作还是生活,财富并不决定一切。有工作目标,为了目标做自己喜欢的事情,这是精神财富,反之为了物质财富,收入和消费的攀比,是不能长久的。邓鸿认为,觊觎物质享乐而一味争取财富的人,最终丢失更多。

“每三年换一个行业,我喜欢有挑战和新新鲜感,始终保持积极向上的心态。家庭和睦幸福,收入能满足日常需求就行了,更重要的还是精神财富的宝贵。”邓鸿说。

记者 赵汗青/文 程兆/图

