

アジアの風

ビジネスの先を読む



後藤 康浩 (ごとう・やすひろ)

亜細亜大学 都市創造学部教授
早稲田大学政経学部卒、豪邦ド大学MBA取得。1984年日本経済新聞社入社、国際部、産業部のほかバーレーン、ロンドン、北京などに駐在。編集委員、論説委員、アジア部長などを歴任した。2016年4月から現職。アジアの産業、マクロ経済やモノづくり、エネルギー問題などが専門

小売りイノベーション 進む中国



▲▶盒马鲜生の店舗のピッキング対応の内装の様子。バックヤードに自動搬送するレールがうかがえる

写真提供：茅島秀夫氏

中国のビジネス現場の変化速度はますます加速している。なかでも小売りの進化はすさまじい。EC（電子商取引）で、米アマゾンとともに世界のトップを走るアリババは昨年、食品スーパー「盒马鲜生（フーマーシエンション）」を上海に出店、一気に上海市内に10店、北京などほかの都市にも進出し始めた。売りはネットで注文を受けた商品を「30分以内指定場所に届ける」というものだ。と

中国のビジネス現場の変化速度はますます加速している。なかでも小売りの進化はすさまじい。EC（電子商取引）で、米アマゾンとともに世界のトップを走るアリババは昨年、食品スーパー「盒马鲜生（フーマーシエンション）」を上海に出店、一気に上海市内に10店、北京などほかの都市にも進出し始めた。売りはネットで注文を受けた商品を「30分以内指定場所に届ける」というものだ。と

中国のビジネス現場の変化速度はますます加速している。なかでも小売りの進化はすさまじい。EC（電子商取引）で、米アマゾンとともに世界のトップを走るアリババは昨年、食品スーパー「盒马鲜生（フーマーシエンション）」を上海に出店、一気に上海市内に10店、北京などほかの都市にも進出し始めた。売りはネットで注文を受けた商品を「30分以内指定場所に届ける」というものだ。と

中国のビジネス現場の変化速度はますます加速している。なかでも小売りの進化はすさまじい。EC（電子商取引）で、米アマゾンとともに世界のトップを走るアリババは昨年、食品スーパー「盒马鲜生（フーマーシエンション）」を上海に出店、一気に上海市内に10店、北京などほかの都市にも進出し始めた。売りはネットで注文を受けた商品を「30分以内指定場所に届ける」というものだ。と