神奇百货 vs 梅西百货

首先，从国内的神奇百货说起。神奇百货是一位年轻的90后少女创业的电商企业。这家企业定位于国内首家专注于95后的青少年个性化电商平台，根据兴趣标签和推荐算法为年轻用户提供高品质高逼格商品。选品主打95后喜欢的零食、饰品、书包文具、二次元周边等商品。

咋一看，这家企业的定位还是非常新颖前卫的，也有很大的挖掘空间。因此，首轮融资就获得1500万元的资金支持，但是它的失败也是由这1500万的资金开始的。

失败原因有以下几点：

1. 盲目扩张，发展过快，求胜心切。公司扩张没多久就开始裁剪人员，导致公司发展道路反复波折。
2. 公司初期就引进大公司的高端人才，盲目采用高端人才的经验论，脱离公司的实际情况。
3. 切入公司不擅长的业务。在没有经验的时候就介入供应链，大量引进供应商。本来公司基本核心业务就没有步入正轨，又引入其他业务，使公司体系变得混乱。
4. 商业模式并不出彩。其实质是淘宝代拍，将淘宝上面新颖，热卖的商品复制到自己的平台产品中，没有核心竞争力，缺乏新意。个人感觉，凭借第四条，即便这家电商企业短期可以存活下来，长期下来，如果不转变理念和核心业务恐怕也难以为继。

然而梅西百货就比神奇百货做的要好。梅西百货原来是一家传统零售的企业。它看到了互联网到来的契机，毅然决然缩小实体店铺，专注于网络销售，不得不说梅西百货很有先见之明。

它的成功有以下几点：

1. 积极拓展电子商务网络服务

数据显示，自2009年以来梅西百货的网络销售额逐年增长，从2009年约1.46亿美元增长到2016年约4亿美元。周四梅西百货宣布关闭大约100家门店，专注于网络销售，该计划包括引进更多品牌，提供在线搜索服务，网络订购服务。

1. 提高收入与降低成本，提供新颖而独特产品，可穿戴产品，服装配饰，技术创新产品等，努力提高卓越风格，提升商品质量，提高价值。

梅西百货从2015年秋天积极推出体验与产品活动，在许多实体店开展体验活动。提供新颖而独特产品，可穿戴产品，服装配饰，技术创新产品等，加大了费用削减力度，在网络商店和数字移动购物方面积极投资。

1. 看好中国市场，梅西百货实体零售店积极探索转型，缩减本土实体门店，积极开拓网上销售，并通过跨境电商进入咱们中国市场，梅西百货看好中国市场巨大消费潜力。

综上所述，个人认为，神奇百货的企业理念是值得肯定的，符合时代和年轻人的潮流，但其经营方式却很有诟病。在这一点上面，梅西百货的创新产品经营方式是值得肯定的。