

# 百货业危机并非来自电商

## ——专访北京市百货大楼总经理陶晓纲

传统百货业绩触底，在零售动力不足时，多数百货店总在努力依靠餐饮、娱乐等体验业态外力解决问题。北京市百货大楼总经理陶晓纲认为，以体验带动消费治标不治本。百货业转型的核心是在多渠道寻找商品价值，而非总在外围寻找解决方案。

### 寻找商品属性

消费趋势向线上与移动端转移，今年零售业最显著的变化就是注重渠道建设。陶晓纲认为，单纯从渠道做出改变并不能扭转被动局面，百货业需要从核心的商品经营问题切入，重新寻找能让消费者认可、感动、接受的价值型商品。

百货业的核心属性在于商品管理与销售。陶晓纲表示，目前多数百货店进入一个转型误区，在外围寻找解决方案，忽略了核心经营问题。在商品、品牌无差异化的情况下，价格与便利性成为消费者选择在何种渠道购物的最重要因素。在陶晓纲看来，并非成本更低的电商平台压制了百货业发展，给百货业带来巨大威胁。百货业的危机感其实在于行业对自身经营问题的漠视。

今年，百货业的经营压力很大。一方



面，受相关政策影响，高端品牌业绩下滑明显；另一方面，整体市场环境低迷，消费者的购买趋向理性。陶晓纲表示，在这一时期，百货业应沉淀自己。从经营商品、顾客出发，重新对零售业态进行考虑。

当经营处于劣势地位、遇到糟糕局面时，经营者最直接的想法就是要尽快脱困。如此一来，加入赋有体验感及能带来高客流的餐饮、儿童等业态成为众多实体店的选择。在陶晓纲看来，这其实是自欺

欺人的行为，利用其他业态带动说明百货对自身价值的不认可。如果核心竞争力都不能有聚客能力，一味在非核心经营板块发力始终难以挽狂澜。

### 保持商业纯粹性

在最近一次去美国考察商业项目时，集团每个参与者都要讲述自己考察完后的感想。陶晓纲是最后一个发言的人，轮到他的时候大家几乎把所见所闻都说完了。陶晓纲说，他善于以逆向思维思考，多数人在求证事物时他喜欢“求伪”。也正是因此，他在讲述时说，“我就讲讲我没看到什么吧，我没有看见国内商场里常出现的影院、大餐饮、体验等业态”。

对比美国的商业成熟度，陶晓纲认为，中国商业项目经营理念不够纯粹。做商业的人不能总是将商业的不成熟怪罪到消费者身上。中国的百货店经营品类越来越繁杂，跟风地引进很多不适合百货店的体验业态。与购物中心物业结构不同，多数传统百货店空间有限，不适合进行购物中心化转型。在迷失自我的情况下，又怎么能获得消费者认可。

在陶晓纲看来，百货的经营需要坚持定位与商品的纯粹性。未来零售竞争会越来越激烈，企业间的竞争是谁能在细分市场服务好各自的客群。不过，细分市场并不是收窄经营视野，国外有很多赋有个性、特色的品牌尚未引入中国市场。在消

费主力军从“80后”逐渐向“90后”、“00后”转移时，经营者要放宽视野。从他们的心理需求与特点出发，把握经营方向。

传统百货转型时会有很多困惑，多年疏于对消费者的购买感受重视，在从经营商品到研究消费者的转变中，有时候企业也无从下手。好比现在的顾客大数据研究，监测到很多数据但都是信息孤岛。

### 恢复王府井大街生机

在中国的黄金商街王府井大街上，陶晓纲说，面对如织的旅游客流，项目的定位其实很艰难。虽然不能忽视旅游群体，但这部分客群不够稳定，商业项目如果有稳定收益，主要目标客群还是要锁定在本地消费者身上。

不过，近年王府井大街品牌构成过于复杂，整体品质提升不够明显。在交通拥堵、停车不便的情况下，对本地客流吸引力有限。陶晓纲表示，这就需要王府井大街上的主流商业项目做好各自的主力店，进行差异化但要保持一致的营商环境。

未来三年，王府井国际品牌中心、海港城、嘉德艺术中心等商业项目将亮相王府井大街。在多个高端商业烘托下，王府井大型商业集聚区氛围更浓厚。陶晓纲表示，一浪推一浪，不可否认，北京市百货大楼会受到一定冲击。不过，项目会提早进行品牌与定位调整，适应未来的变化。

北京商报记者 刘宇

### · 资讯 ·

## 乐友展会营销收获颇丰

母婴渠道商乐友上周末在国际展览中心的展会赚足了人气。与此前不同，本次乐友是作为展会主办方的，而不仅仅是参展商身份。

此次文化节活动获得了众多母婴用品品牌企业、早教、摄影、医疗、咨询服务机构等近百家企业参展。乐友嘉年华在开展期间，接待了超过5万名观众。从展会现场看，由于有面对面体验、沟通，而且用户群比较明确。多家婴童玩具、用品、奶粉等展商货品销售一空。在零售行业整体寻求转型的情境下，渠道商做展会，不仅增加了顾客知名度和信任度，还给联营商和供应商搭建了销售平台。

## miss A组合五彩城圣诞点灯

北京华润五彩城日前举办的圣诞点灯仪式请来了韩国超人气女子组合miss A。以“体验式消费与娱乐式消费”理念为主导的五彩城，今年倾情打造了“12月到五彩城来看海”的主题活动。

活动开篇力邀韩国组合miss A圣诞点灯揭幕，第二站“萌宠海狮皮特和咪咪萌宠亮相”将于12月13日—25日启幕，随后“圣诞狂欢节”年终大促将于12月13日—28日开展，最后将以“冰上圣诞魔幻夜”收关。

北京华润五彩城作为引领时尚生活的大型购物中心，立足家庭体验式消费，引领区域高品质生活方式，在业界创下众多商业神话，不断刷新行业新标尺。

## 蓝港第七届灯光节开幕

伴随着动感炫目的灯光秀表演及浪漫舞蹈，蓝色港湾第七届灯光节日前拉开帷幕。蓝色港湾灯光节亮灯六载，每年都以不同主题为大家带来震撼的视觉盛宴。

本届灯光节以“寻梦季”为主题，为市民呈现了梦幻、浪漫、温馨的灯光。本届灯光节在蓝港中央广场设计了“奇幻冰雪城堡”、“爱的水晶梯”、“魔法许愿树”等场景，绚丽的灯光景观让人们仿佛置身于13万平方米的灯光梦工厂。本届灯光节将持续90余天，至次年3月初结束。

北京商报综合报道

# 淘宝二手汽车交易平台正式上线

## 二手车可免费上门估价

12月8日，淘宝二手汽车交易平台正式上线，用户可通过淘宝平台实现二手车寄卖及选购。在“双12”期间，全国除西藏外，二手车商可给消费者提供免费上门验车及估价服务。至此，淘宝已完全打通汽车后市场，消费者可轻松在线完成汽车日常保养、二手在线交易及保养。

### 淘宝联手六大二手车商打通车资源流转

伴随中国汽车保有量的飞速增长和二手车交易流转需求的日益膨胀，国内二手车市场迎来绝佳发展机会。淘宝网总裁行癫表示，消费者衣食住行的“行”上面需求井喷，尤其是在有车生活中的各种需求，淘宝正在满足也积极努力满足得更好。

按以往方式，消费者获取二手车的渠道仍较为单一，大都只能去本地二手车交易市场，在极有限的范围内进行二手车选购或寄售。线上线下的二手车交易市场，车辆评估标准不清、车辆信息不透明、车源客源分离、售后无保障等问题仍普遍存在，困

扰消费者。二手车商在电商这块也还处在需要培养的阶段，线下用户培育成本非常高，也在一定程度上限制了二手车交易市场规模的增长。

截至目前，淘宝汽车二手车服务已跟包括车猫、车易拍、大搜车、车王、第一车网等在内信誉优质的知名车商达成合作。国内知名车商大搜车网副总裁温惠认为，淘宝搭建起来的品牌影响力、交易服务保障体系及消费习惯，更容易帮助大搜车这样的二手车服务商实现二手车行业最痛的信任、安全等问题。淘宝的用户代表了现今社会最有消费能力的年轻消费者，而这群消费者同样是二手车行业的消费主力。淘宝擅长C端用户需求的挖掘，与大搜车等服务商合作，可以形成充分的互补。未来淘宝的大数据应用，可以帮助商家更好地做好客户服务，如通过用户在淘宝上的配件购买，推测用户的当前用车及当前车辆的使用情况，结合淘宝对于用户的特性分析，指引车商提供给用户更精准、最贴心的

购车指导和服务。

记者采访了解到，“双11”期间淘宝二手车市场已呈现出巨大潜力。据大搜车提供的数据，接入淘宝后，仅在“双11”当天，大搜车的GMV交易额就突破了1500万元，拍下量也达到了上百台。

### “双12”期间全国除西藏外可免费上门验车

淘宝汽车平台负责人摩诃告诉记者，“双12”期间，用户可享受车商免费上门帮你验收评估汽车的服务，范围覆盖全国除西藏以外的其他省市地区。至此，淘宝二手汽车平台已完成“线上收车——线下检测——在线售车”的全流程打通。除二手车交易免费验车评估外，淘宝“双12”期间还将限量推出包含36项专业检测内容的免费汽车体检服务，覆盖包括上海、杭州、北京、广州等在内的20个城市，超过1000个网点。用户预约体检后，还可在线购买车品，并打包购买安装服务，爱车养护一站完成。

有意售车的车主，只需在二手车估价页面简单