



北京品牌专刊

Beijing Brand Special Issue

第8期 今日2版 周三出版
新闻热线 64101873
主编 王晓然



欢迎关注
商业那点事儿订阅号

A3-A4

2016.11.16

当“双11”期间网络购物大增之时，实体零售业经历了对电商劲敌的“八年抗战”，也逐渐学会了不少互联网式的玩法。从折扣促销到服务体验，再到利用App端引流，“双11”的大蛋糕，不再由电商独享。网络购物节已经由线上狂欢，逐渐转变成为实体店与线上平台共享的饕餮盛宴。



实体品牌“双11”是如何引流的

借势

在“双11”引爆电商销售八年后，实体零售商逐渐反应过来，首先从“双11”中借势开始销售。中国社科院信息化中心秘书长姜奇平曾表示，每6%的商品从线下转移到线上，就会导致线下实体店的利润下降50%，而“双11”千亿销量落地，寸寸收益的分割，转嫁到实体店。

据北京商报记者了解，在北京零售市场上，物美、华冠、家乐福、国贸等多家知名零售商，在“双11”期间推出了折扣、促销、体验消费等吸引顾客购物的活动，华冠在“双11”当天推出的买送活动，截至下午4时左右，华冠购物中心销售额同比增长率达238.46%。

此外，优衣库在“双11”当天11时左右，便对外公告活动商品售罄，顾客可到线下门店选购优惠商品。公开资料显示，“双11”整日，优衣库线下门店客流量实现翻倍增长。

优衣库与其他快时尚只注重于最新潮流趋势不同，优衣库关注的是品牌概念中的“质量”，优衣库将主打“LifeWear”宣传语，解释为高品质、款式新颖和价格实惠、舒适的日常服装。

优衣库不止今年业绩突出，去年“双11”也卫冕天猫服装榜榜首，吸引消费者的不只是“套路”。优衣库还加大对面料采购方面的投资，并减缓服装款式的更新周期，向消费者提供设计简单的基本日常服装，需要更高水平的专业知识、经验和独特的设计师灵感。

今年6月，优衣库母公司迅销集团准备将优衣库向高品质服装品牌方向转型，摆脱只关注于时尚潮流的快时尚品牌形象，致力于专注设计、生产高质量的衣服。

从“双11”的业绩来看，优衣库对产品的改良，赢得不少消费者的青睐。品牌的品质才是吸引客流的有力保证。

造势

“八年抗战”，让实体零售商们从中吸取经验，不少零售商逐渐在通过借台造势，升级成为搭台造势。购物体验成为零售中最重要的一环，满足顾客多样性的需求，是获取市场份额的关键。王府井百货集团董事长郑万河曾表示，决定业态存在与否的是消费者需求，百货可以满足消费者时尚、个性的需求。

“双11”当天，万达百货倚靠万达广场的客流量，以及线上平台的飞凡App，在全国40家万达百货销售净额增长36%，百货店日均客流增长15%，全国销售净额增长达107%，客流增长48%。

万达广场一直以来具有良好的形象、环境与定位及大量的客流，能为商家创造更多的生意，赚到更多钱，所以很多合作商家长期与万达保持紧密的合作关系，一些国际奢侈品品牌也选择“跟随”万达的步伐；同时，万达也对合作商家实行统一管理、区别对待，设定了明确的准入条件和考核标准，并建立起庞大的品牌库制度，划分为三六九等，实行不同的合作政策与管控模式。基于严格的管理，万达商业区域走向全国，如今受到全世界的关注。

2016年“双11”，实体赢家不止一两个。

互联网化、体验化、生活方式主题编辑化是目前实体商场的转变方向。实体店经营面临新的挑战，天虹商场在不断调整商场、购物中心内业态的配比。天虹商场布局线上，拥有“网上天虹”平台以及零售微生活服务号“天虹”，发展成提供线上线下一对一的导购服务微店。

天虹商场交上了一份漂亮的成绩单，公司整体实收同比增长57%。据了解，天虹商场将50个专业摄影棚搬到实体门店，为选购的顾客拍摄“买家秀”。

深圳地区的百货商场、购物中心引进场景

主题体验，购物、休闲、欣赏结合。天虹商场线上移动端销售约占全部销售额的八成，移动端销售额同比增幅超120%。

逆转

每年“双11”，主角都是电商平台，在外界看来，网购狂欢节造就销售狂潮再次打破纪录，网店生意屡创新高的同时，中国实体店的生意却陷入危机。但埃森哲曾公布的一组数据显示，随着体验式消费时代的到来，消费者中出现了“重返实体店”的迹象。尤其在消费者了解不深的产品上，门店的现场体验和导购服务体验都是实体店逆袭的重要保证。

目前，已经有企业身先士卒，苏宁云商、万达、物美等，都在O2O的道路上探索，但有业内人士分析，国内能够高效实现线上线下融合的企业仍属少数，企业投入建设成本也很高。

中国商业地产联盟秘书长王永平表示，线上线下仅通过“价格”比拼，是没有竞争意义的。目前，零售市场中零售商、供应商的同质化现象十分严重，电商冲击只是实体零售寒冬期的一个催化因素，实体商业不能仅在“双11”时期对抗电商。实体零售的线下需要引进体验业态吸引客流，但体验型业态也需要有特色，不然同样会劳而无用。

“双11”当日，国务院办公厅印发的《关于推动实体零售创新转型的意见》(以下简称《意见》)正式发布，给尚未渡过寒冬期的实体零售业带去一股暖流。《意见》指出，实体零售应促进线上线下融合，建立适应融合发展的标准规范、竞争规则，引导实体零售企业逐步提高信息化水平，将线下物流、服务、体验等优势与线上商流、资金流、信息流融合，拓展智能化、网络化的全渠道布局。鼓励线上线下优势企业通过战略合作、交叉持股、并购重组等多种形式整合市场资源，培育线上线下融合发展的新型市场主体。

北京商报记者 吴文治 王维祎