



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,转嫁到实体店内部。

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,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 王维伟