

· 商讯 ·

短信轰炸 最会营销的SK-II也失误了

12月5日,一条为#k2狂发短信#的消息登上微博热搜,有网友投诉,SK-II连发几十条短信称“天猫双12预售开启”,虽然短信中提到可以回复T退订,但回复后却无法退订,仍可收到短信。

一位网友称,自己从11点半开始,以平均每15秒的速度收到SK-II短信,这种状态疯狂持续了近一个小时;还有网友称,自己因收到太多条信息,已经拉黑了SK-II号码。

对此,北京商报记者从SK-II官方旗舰店处获悉,由于短信系统出现故障,造成了“狂发短信”的问题。SK-II相关负责人表示:对于此次天猫旗舰店给消费者带来的短信问题,品牌高度重视并深表歉意,目前已在全力排查当中,以免类似事件再次发生。”

一波短信操作失误,并不能抹去SK-II这几年在营销上的用心良苦.SK-II因旗下产品“神仙水”等明星产品而备受关注,因为会讲营销故事俘获了不少用户的心。

2016年8月,SK-II“大眼眼霜”上市时,联合飞猪推出了“大开眼界芬兰极光行”,这场营销打出去,产品预售启动销量即突破百万,同时“大开眼界芬兰极光行”话题曝光量更是达到千万次。近年来,SK-II以输出价值观替代宣发产品功能的内容营销,掀起了一轮又一轮现象级的传播。包括汤唯、霍建华等明星参与发声的“改变命运”系列故事片,展现素人真实生活的短片“她最后去了相亲角”等作品,知名女星汤唯、倪妮、春夏、科洛·莫瑞兹等几人的裸肌宣传大片,一度让产品在9个月内销售暴涨五成。

营销牌打得好,SK-II很快拿到了真金白银的打赏。据宝洁公布的三季度财报显示,营收增长4%至162.8亿美元,净利润则录得25.1亿美元,均超过分析师预期.SK-II与Olay为代表的高端品牌是推动集团业绩强劲增长的主要引擎。

然而,从未更改配方的神仙水也面临只做表面功夫的尴尬。研发按兵不动,对于产品的焕新,SK-II的做法是不断更换主题包装,围绕“神仙水”这一款产品不停做文章。据不完全统计,2015年至今,SK-II共推出过7款不同包装的限量神仙水,中国红神仙水、涂鸦神仙水、小红鸾神仙水……不仅价格与原版相同,配方也没有任何变化。

神仙水活跃至今,也暴露了SK-II爆款产品“单一”的问题,旗下虽有热门单品“大眼眼霜”、“前男友面膜”、“小灯泡”等,却始终难以超越神仙水的江湖地位。近年来,随着LAMER等贵妇品牌崛起,SK-II的竞争压力与日俱增,能否拿出更多“神仙水”关系着最会营销的SK-II到底拿什么营销。北京商报综合报道

北京跨境电商降税扩围

北京商报讯(记者 王晓然 赵述评)北京跨境电商发展环境正不断优化。12月5日,北京商报记者从中国(北京)跨境电子商务综合试验区跨境电商零售进口政策发布会上获悉,北京市将对跨境电商零售进口商品按个人自用进境物品监管,进一步扩大享受优惠政策的商品范围,新增群众需求量大大的63个税目商品。在跨境电商监管政策方面,北京市对跨境电商零售进口商品不执行首次进口许可批件、注册或备案要求,而按个人自用进境物品监管。

北京市商务局副局长倪跃刚表示,北京跨境电商发展环境不断优化,跨境电商取得了快速发展。天竺综保区、亦庄保税物流中心以及京东、阿里等电商企业均在合力优化北京跨境电

商发展环境。本轮调整后,跨境电商的市场门槛将进一步降低,而更多的口岸选择也对商家多点布局带来考验。

在税收政策方面,北京市对跨境电商零售进口清单内商品实行限额内零关税、进口环节增值税和消费税按法定应纳税额70%征收基础上,进一步扩大享受优惠政策的商品范围,新增群众需求量大大的63个税目商品。此外,提高享受税收优惠政策的商品限额上限,将单次交易限值由目前的2000元提高至5000元,将年度交易限值由目前的每人每年2万元提高至2.6万元。

倪跃刚表示,此次跨境电商零售进口监管政策在北京的实施,将有利于进一步促进北京跨境电商业态发展,培育出更多的跨境电商新业态、新模式。此外,还将有利于国内跨境企业

扩大覆盖范围,增加境外优质消费品的进口。

实际上,北京发展跨境电商的服务体系日趋完善。目前,北京是全国唯一的服务业扩大开放综合试点城市,已形成68项全国首创或效果最优的开放举措。据了解,大兴国际机场通航后将成为世界最大的国际航空枢纽城市,北京已建成6个跨境电商监管场所、11家跨境电商产业园、50余家跨境电商体验店、70余个海外仓,形成了较为完善的跨境电商服务支撑体系。设施优势为在京发展的跨境电商企业提供着“硬件”条件。举例来讲,北京天竺综合保税区开发了跨境电商检验检疫申报监管和海关物流信息监控2个系统平台,对接3个国家级系统平台。

与此同时,北京的产业资源优势

逐步显现。今年1-10月,全市跨境电商零售进口466.7万票,同比增长89.4%;货值15.7亿元人民币,同比增长62.86%。众多跨境电商企业正提速布局北京市场,北京商报记者从北京天竺综合保税区了解到,园区企业数量从44家增长到近380家;入园企业营业收入从6.8亿元增长到228.2亿元,年均增长55.1%。

从中国跨境电商发展现状来看,进口零售电商已由代购和海淘为主的探索期逐渐进入以B2C跨境综合电商为主、多种模式并存的较成熟期,消费者通过多种途径购买进口商品,满足对高品质商品的消费需求。京东、天猫、网易考拉、聚美优品等众多跨境电商已然成为了北京跨境电商发展的推动力。

梅西百货关闭天猫网店挥别中国市场

北京商报讯(记者 王晓然 刘卓澜 魏茹)自半年前关闭中国官网,梅西百货再次关闭天猫官方旗舰店。北京商报记者注意到,天猫国际Macys官方旗舰店已于12月31日停止接单,12月31日将停止所有服务。官网和电商平台的双双关闭不仅意味着梅西百货的双渠道战略皆以失败告终,加之中国实体店全部关闭,梅西百货全面退出中国市场。

作为全球知名的连锁百货品牌之一,梅西百货从风光入华到黯然退场,仅仅只经历了两年多的时间。北京商报记者在天猫国际Macys官方海外旗舰店看到,该店将在12月31日停止包括售后在内的所有服务,店内商品目

前已经全部停止销售。梅西百货关闭天猫平台后,中国市场将不再有该品牌的销售渠道。北京商报记者了解到,梅西百货关闭天猫平台后,只能通过美国官网选购商品,商品从美国发货。

继关闭官网后天猫旗舰店的再次撤出,意味着梅西百货试图通过电商打入中国市场的愿景也宣告失败。

梅西百货在中国市场发展并不顺利。今年6月,梅西百货在其官网发布了即将停止运营的公告,主要原因是“因业务策略调整”。早在2012年,梅西百货就曾以1500万美元入股电商平台佳品网,但是在其入股后不久,佳品网就传出破产、裁员,走向没落,梅西百货的人华步伐也暂时停止,此后在上

海开出梅西百货的直营店,但在2015年上海直营店关闭。

除中国市场外,国际市场也屡现颓势。频繁关店和裁员,使得梅西百货业绩快速下滑。为了削减开支,梅西百货在2018年初宣布会关闭一批门店。更早前2017年关停68家、裁员超1万人;2016年关停30家店面。据公开资料显示,梅西百货在2016年全年利润下降43%,净利润仅为6.11亿美元。

在进入中国市场后,急于取悦中国消费者的梅西百货,却因过度本土化而最终消耗掉消费者的“芳心”。北京商报记者对比国内外梅西百货官网商品发现,中国官网上的商品与美国产品并不一致。换句话说,中国消费

者在梅西百货官网能买到的商品,也能在中国其他商场或百货买到,而十分有购买欲望的国际品牌却买不到。同时,梅西百货中国官网款式更新较慢,这更加削弱了消费者的购买欲望。

对于梅西百货败走中国的原因,中购联购物中心发展委员会主任郭增利认为,梅西百货想要通过官网和天猫平台打通中国市场十分困难。该阶段中国电商发展十分迅速,大部分消费者并不会选择官网渠道或者指定入口去选择商品。

此外,有业内人士坦言,近两年梅西百货在华业务仍局限在线上渠道,消费者缺乏实体店铺的体验感受,自然会减少选择线上的频次。



2018年度(第十四届)
北京十大商业品牌大型公益评选

开启申报

智慧商业 开放共赢



十大商业品牌官方微信



十大商业品牌官方网站

致电: (010) 64101823

邮箱: shidashangye@126.com

致函: 北京十大商业品牌评选工作办公室

(北京市朝阳区和平里西街21号 北京商报大厦)

邮编: 100013

【指导机构】北京市商务局

【主办机构】北京日报报业集团 北京市商业联合会

【承办机构】北京商报社

【特别支持机构】中国商业联合会 中国经济传媒协会

【官方网站】www.bjbiztop10.com www.bbtnews.com.cn