

# 传统零售吸客促销有新招

零售业发展风起云涌之时,大卖场形式的连锁超市曾一度占据主导地位。然而时至今日,大卖场业态已风光不再,电商和社区商业模式逐渐成为行业新宠。随着零售业态不断细化,呈现多重竞争态势,零售行业“一家独大”的风光恐难重现。



随着电商的迅速发展,传统零售行业受到冲击,电商逐渐影响实体商业在零售业中的主导权,让零售实体店的发展现状透着阵阵寒意。但实体店也频频出招应对,引进线上实体店,打造线上平台、多元化结合等种种方式,在电商与实体的商业大战中,实体不但没有倒下,而且愈战愈勇。

## 联手当当网引入书院

展览、阅读、讲座、品酒之类的文化以及飞行体验,这在购物中心将不再是设想。

今年9月,步步高与当当网联手打造的梅溪书院,落户在湖南的梅溪新天地。另外,在6月梅溪新天地开业之时,飞行体验馆、坊田·天空农场、好美市集等众多创新业态也随之开店迎客。在开

业当天,梅溪新天地客流超80万人次,48小时实现客流超150万人次。

而在这之后,书店更成为整个商圈中的“吸流”利器。据悉,梅溪书院经营面积5000平方米,上下四层,是集书店、咖啡、文创、讲堂、展览于一体的小型文化综合体。同时,梅溪书院也是全国第一家“O+O”书店。在9月开业当天,取得了“开业2小时,销售额破2万”的佳绩。

步步高董事长王填曾表示,梅溪书院不仅仅有书店,有讲堂供嘉宾论道,还有咖啡、展览,每月将安排举办国内外众多文艺、文创、文化活动,将梅溪书院共同打造创建成一个超级文化IP。

相关资料显示,在“十一”黄金周期间,旅游景点的游客量不断刷新纪录,商场购物中心销量实现新的增长,而梅溪新天地却在“喧闹”的节日里,用“书”让

消费者冷静下来。

## 美妆店里卖咖啡

在粉红色的装饰中,化妆品只试不卖,咖啡馆一直有,但化妆品的主题专柜仅维持两周就将转移“阵地”。

近日,韩国化妆品牌伊蒂之屋在上海开了家快闪咖啡馆“很高兴遇见你”。这次快闪从10月15日开始,将会持续到10月31日。据了解,伊蒂之屋带着新系列彩妆产品,借用小日子咖啡馆的经营空间。小日子咖啡馆“很高兴遇见你”原本是热带风装饰风格,伊蒂之屋的到来让咖啡馆“很高兴遇见你”内的装饰变成粉红色的可爱风,但这样的“少女”风格仅在咖啡馆“很高兴遇见你”内保持两周。这让不少喜欢伊蒂之屋的少女顾客“蜂拥而至”。

伊蒂之屋进驻咖啡馆“很高兴遇见你”之后,店内销售的咖啡杯以及咖啡定型图案也发生了改变,传统拿铁被撒上一层巧克力粉,变成了少女风格的“骷髅”拿铁。伊蒂之屋以主题店吸引顾客前往的同时,咖啡主题的转换,也为伊蒂之屋带去不错的销量。

尽管租用咖啡馆“很高兴遇见你”可能会产生一些费用,但伊蒂之屋以相对少的时间和金钱成本,做出了一个既符合时下流行的生活方式风格,又打造了引发目标客群叫好的店铺。

## 游戏体验迎合年轻人

提到国美电器,人们往往先想到的是洗衣机、冰箱、空调等家用型商品,但30年间,在行业中的地位发生了巨大变化,国美电器也做出了调整。

但国美电器CEO杜鹃曾公开表示,国美电器在门店也在转换新场景模式,做试点,加强门店的体验性,还有文化娱乐产品、售后安装等服务。

今年10月16日,国美战略创新项目——小美网咖正式在深圳开门营业。据了解,小美网咖配备了先进的硬件设备、炫酷的电竞舞台以及VR体验,还有米其林式的西点提供,面向高端网咖消费者,为爱玩的年轻人创造网络娱乐空间。同时,小美网咖总经理刘娇梅还推出了“会员政策”,新玩家可以免费体验店内游戏。此外还开展存钱返现的优惠,其中还有存网咖费用,返国美电器代金券的活动。

在网咖店开业当天,到场的顾客还可以观摩JUES战队与挑战者联盟战队的电竞表演赛,正常活动的安排,已抓住时下年轻人的心理,笼络年轻消费群众。刘娇梅还表示,这样的网咖店在明年还将开设30家。

(北京商报网)

## ■ 商超资讯

**京东第三季度净利增逾十倍**

本报讯 京东集团日前发布今年三季报,第三季度交易总额达到1588亿元,非美国通用会计准则下净利润为2.69亿元,同比增长超过10倍。京东预计,第四季度净收入在750亿~775亿元之间,同比增长约为37%~42%之间。

京东同时披露,京东金融将重组,转为股东全部为中国投资者,以便在中国市场更好开展金融服务业务。业内人士表示,这意味着京东金融将拆除VIE结构,不排除在A股市场实现证券化。对于京东金融,重组实施后将与京东集团继续保持长期战略合作,京东集团和京东金融计划签署一系列关于出售、经营许可以及业务合作协议。

在用户方面,截至今年9月30日,过去12个月京东的活跃用户数保持高速增长,达1.987亿,同比增长57%。剔除虚拟商品,第三季度完成订单量为4.012亿,同比增长55%。

## 燕郊永旺梦乐城建成开业

本报讯 近日,位于燕郊高新区的永旺梦乐城项目正式开业。据介绍,这是永旺集团在我国开设的第十三家购物中心,也是河北省首家开业的永旺梦乐城项目。

永旺集团以经营综合购物百货公司

为其核心业务,是世界500强企业,也是亚洲最大的百货零售企业之一。永旺梦乐城集郊外型、休闲型、综合型为一体,着眼于提供“超级都市型生活方式”,能满足广泛消费层需求。燕郊永旺梦乐城开业首日,客流超过9.9万人,营业额超

600万元。

近年来,三河市商业业态日臻丰富,已有物美、苏宁、京客隆、沃尔玛等十余家综合性商业品牌企业入驻。燕郊永旺梦乐城的建成开业,有望成为京东地区商业零售界的又一旗舰型购物中心。

## 万达40家店双十一销售净额增36%

从去年起,双十一已变成线上线下零售巨头疯抢、聚势、营销的狂欢节日。传统百货零售企业如何借助线上平台,通过爆品聚焦的方式抓住用户,为实体零售导流变得尤为重要。

这次双十一,万达百货充分借助了全国万达广场的庞大客流,同时与飞凡联合线上营销,加入“飞凡十一天,全民狂逛街”主战场。

据悉,在“飞凡十一天,全民狂逛街”期间(11月3日~13日),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%。双十一当日,全国销售净额增长达107%,客流增长48%,实现全网门店业绩爆发。

其中,北京石景山店、北京通州店、天津河东店、郑州中原店、郑州二七店、包头青山店、呼和浩特店、南京江宁店、南京建邺店、无锡滨湖店、常州新北店、南昌红谷滩店、阜阳店等13家门店销售净额增幅超过了50%。

据记者了解,双十一期间,40家万达广场飞凡APP首页上首次植入“千款爆品礼”活动;通过爆品策略在双十

海量商品及促销信息的冲击下,聚焦爆单品、爆品牌等线上线下立体营销,为门店导流。

KTV欢唱券、儿童游乐券、免费观影券、以及全场5折起餐饮特惠……万达百货此次打出的折扣力度远超同行业百货,做到了竞争差异化。

除此之外,万达百货借助全国万达广场门店优势,整合全业态的娱乐、餐饮、文化教育、生活配套等跨界商户礼券回馈,让消费者着实体会到线下最大的优惠力度。

(中国连锁经营协会)