



去实体超市也能海淘进口货 逛服装店线上导购做参谋

# 传统零售业垂直化、专业化实现电商破局

进口尿不湿、面膜、洗发水等跨境商品摆进实体超市，超市里扫码，优惠商品直送到家；服装专卖店有了网络导购员，怎样搭配服装在门店里扫个码就能完成，手机APP为线下门店引流；专卖店设立情景体验区，线上下单前可以先到实体店试一下……随着电商的崛起，O2O成为近年来传统零售业转型的热词。传统零售业转型O2O，怎样才能实现引流并成为经济增长点？宁波不少企业在垂直化和专业化上下功夫，实现O2O突破。

记者 余婧婧 孙美星



在华润万家超市鄞州店的跨境商品体验区，工作人员正在教顾客如何用手机海淘。  
记者 孙美星 摄

## 传统超市内可海淘尿不湿、面膜

在普通超市里除了买日常所需的柴米油盐，还能体验海淘的乐趣。上周开始，华润万家超市鄞州店里，出现了一个叫“e万家”的跨境商品体验区。只见展台上摆放了几十种进口的尿不湿、牙膏、面膜等热门海淘商品，还有工作人员现场教顾客怎样注册、海淘。

“我们展示的商品都是在海关备案的跨境商品，顾客通过扫在样品上的二维码，就可以进入我们的‘e万家’移动端下单，然后坐等快递送货上门。”华润万家超市鄞州店的工作人员介绍，现场扫码的顾客还能当场获得20元优惠券，e万家网上销售排名前列的跨境商品还有半价限量抢购活动，体验区开设以来有不少顾客现场下单体验。

由于没有足够多的实体门店和布点，目前普通的跨境电商企业想要落地并不是一件容易的事情。拥有全国4000多家连锁门店优势，华润旗下的e万家跨境电商平台得以快速落地和推广。

“跨境商品体验区丰富了实体超市的体验，也提升了形象，实体超市巨大的人流又能为跨境电商线上销售引流，通过O2O实现了双向互动。”华润万家超市鄞州店总经理林科兴告诉记者，通过O2O模式能实现实体超市向全渠道、多业态方向发展，跨境电商体验区进驻超市以后，仅是能直接带走的已完税的现货进口商品销售就比之前增长了30%，这还不包括现场扫码下单的商品。

## 实体店打造一应俱全的线上服务

服装业面临电商冲击后，实体店的经营着头痛线下店成为电商的试衣间，他们反感看到消费者在试完衣服后，拍下吊牌上条码的动作。与之相反，优衣库却欢迎消费者在店内掏出手机。

优衣库门店每个货架广告上都有一个二维码，扫一下就会收到一条商品系列的图文信息，除了款式、价格、颜色外，还有贴心的搭配建议。当这个型号在这家店断货，消费者还可以通过手机查看其他分店或者天猫店内是否有货。近日，优衣库又在全国361家门店中接入了微信支付，让线上消费方式更为多样。

在还没有门店进驻的城市，优衣库通过APP推广，让越来越多的用户知道自己的品牌，提升知名度。APP上定

时举办穿搭比赛，与“好赞”图片分享软件合作，让用户上传个性穿搭，拉近用户粘度。

在已有门店的城市，优衣库APP会通过多种方式吸引用户前往实体店购物。比如它提供了周边店面的位置指引，采用线上与线下同价，此外其线上APP提供的优惠券二维码为专门设计，只能在实体店扫描使用，从而避免线上渠道冲击，也实现从线上到店的引流。

“把所有东西都连在一起，根据消费者需求，随时线上线下跳转”是优衣库在O2O中执行的理念。据统计，该品牌2012年在天猫“双十一”活动排行第75位，2013年跃升至第6位，2014年“双十一”单日销售业绩过亿元，女装品类列天猫女装类第二。

## 场景化体验是未来O2O发展趋势

“当下的O2O模式已从1.0升级为2.0，更注重场景化体验。”在刚刚结束的宁波国际服装节电商论坛上，返利网主讲人通过迪卡依案例，为实体零售进入O2O领域支招。

迪卡依是一家销售体育用品的专业超市，可以让顾客随意试用产品。例如，在轮滑相关产品边会有一个轮滑场，可以试用头盔和全套护具；在户外极限运动如攀岩产品旁，甚至还会特别搭起一面攀岩墙。每个卖场外都有篮球场、羽毛球场等，顾客可以试用，迪卡依还会定期举办比赛和各种活动，让爱好运动的消费者得到专业人士的指点。

凭借多年的积累，迪卡依成功积累了大批忠实用户。当其发展电商时，一部分忠实用户自然而然过渡到线上，而在拓展新客户上，迪卡依也不忘将“体验”概念流入线上销售模式。例如，在迪卡依的天猫旗舰店里，几乎每一件产品的宝贝详情里都附上了使用视频，通过大量的图片与动画，让消费者更科学地了解产品。如果线上购买体验愉悦的话，甚至可以为线下引流。

从目前看来，迪卡依的线上体验还不错。有资料显示，迪卡依天猫旗舰店3个月内老顾客的重复购买率可达到40%。

## 专家：要解决线上线下渠道冲突的问题

浙江大学宁波理工学院教授林承亮表示，目前市面上多数O2O只做到了单方面的成功，即线上到线下的引流。“比如说，消费者在大众点评上看到一家美食店，去线下体验后再返回到线上付费。但目前普遍存在的问题是，线下到线上的引流并不成功，顺丰嘿客遭遇瓶颈也说明了这一点。”

他认为，出现这一问题主要有两个原因，一是很多商品在线上都是单独制作，生产工艺与线下不一致；其次是定价的不同，线下的品牌中间附加了各种渠道费，定价相对高

昂，而线上定价相对便宜。“一旦出现线上定价比线下便宜后，消费者自然而然涌向线上，这就无法成功闭环。”

林承亮推测，从线下到线上成功引流的店，可能会从中低价位的品牌开始突破。“企业要做好线下到线上引流，首先需要解决两个渠道之间的冲突问题，消费者在网上追求的是产品的多样性，而不只是盯着产品价格”。此外，还要形成品牌的不可替代性，让消费者购买商品时首先闪现脑海的是这个品牌。

## 前三季度 甬港贸易额逐季回升

商报讯（见习记者 劳育聪 通讯员 裘文颖）宁波海关统计，前三季度甬港贸易总额为90.3亿元。就季度走势情况来看，二季度进出口29.7亿元，环比增长2.8%；三季度进出口31.7亿元，环比增长6.7%。香港一直是宁波市重要的贸易伙伴，10月14日，甬港航运产业合作论坛暨宁波现代航运服务业推进会、宁波会展业品牌合作发展论坛、宁波保税区中国国际电子商务产业园发展规划及投资推介会、生物医药产业合作交流会在港举行。这将给甬港两地企业带来更多发展机会。

## 前三季度 宁波口岸对英贸易超350亿元

商报讯（见习记者 劳育聪 通讯员 裘文颖）前三季度宁波口岸对英国进出口额达357.9亿元人民币，与去年同期相比增长2.9%，增速较同期口岸总体高出15.4个百分点。今年以来，欧盟出现了希腊债务危机和难民潮问题，但英国相对受影响较小，在保持进出口增长的情况下，在对欧贸易中所占的比重进一步提升。

据了解，前三季度口岸对英进出口额占到口岸对欧盟进出口总额的21.7%；此外，前三季度宁波口岸对英国的进出口增速较同期对欧盟进出口高10.8个百分点；英国成为推动对欧贸易的重要力量。

## 鄞州区电子商务协会昨成立

商报讯（记者 孙美星 通讯员 张淑恩）昨天上午，鄞州区电子商务协会成立大会举行，GXG、M6等80多家电商企业成为首批会员。协会成立后将为鄞州区电商企业搭建交流的平台，推动鄞州区电子商务的发展。

随着电子商务在商务经济领域发展的深入和产业的集聚，鄞州区涌现出不少重点电商企业和大型电商交易平台。记者从鄞州区商务局了解到，目前鄞州区已有600余家企业进驻天猫商城、京东、1号店等知名电商平台。其中，奥克斯今年网络销售额预计可达17亿元，争取三年内成为线上第一空调品牌；GXG服饰借助网销迅速发展壮大，销售额连续几年位居天猫男装服饰品牌前列；雅戈尔集团电商项目被列入国家发改委电子商务专项。

## 华夏银行支持小微企业发展

科技型小微企业是我国技术创新的主要载体和经济增长的重要推动力量，日前，宁波市市政府常务会议审议通过宁波市“小微企业三年成长计划”（2015-2017）实施意见，为小微企业营造宽松优越的创新创业环境。华夏银行宁波分行积极响应，围绕支持宁波科技型小微企业发展，大胆开展产品创新，加大信贷投入。

科技型小微企业往往围绕科技创新或科技发明成长起来，人力资本和无形资产占比大，初创期、成长期、成熟期均需大笔资金投入，成果产出具有长时间不确定性，技术研发时存在信息严重不对称问题。针对该情况，华夏银行宁波分行根据科技型资产和现金流特点，创新担保方式，推出无需企业提供抵押物的信用贷款，采取项目集群方式，批量服务小微企业。

同时，今年上半年，该行持续加大对科技创新企业的信贷支持，通过加强与宁波市委组织部、科技局等联系，对经宁波市委组织部牵头评审入围的“3315计划”创新创业团队及个人创办的企业提供专项信用贷款，并与宁波市“新三板”拟挂牌企业集群开展业务合作，借助其即将上市的时间窗口，为优质小微企业提供信用贷款。截至目前，该行已为宁波十余家科技型小微企业提供资金支持，真正缓解该类企业融资困难。  
通讯员 胡倩