



电商

新零售

实体商业

全渠道共享“双11” 宁波实体商业玩得越来越溜

有商场当日销售额同比大增150%多

今年的“双11”，你在哪里“败家”？是在线上“剁手”，还是在商场“血拼”？与往年不同的是，始于线上的这场购物狂欢，宁波的实体商业也玩得越来越溜，线上不再是消费者狂欢的唯一渠道。

面对“双11”电商的大肆“抢金”，实体商场越来越积极，线上线下互动，出现了实体店与电商“共舞”的局面。

同款同价+延迟打烊 商场大促引市民“血拼”

连日来，记者探访宁波实体商圈获悉，今年越来越多的商家借助“双11”，配合店庆等名目，启动各类狂欢购物节，甚至霸气地喊出“线上线下同款同价”“比线上更低”，部分商场甚至营业到凌晨，引来无数市民“血拼”，火爆程度引人注目。

“今年‘双11’线上买东西，想拿到全部折扣太复杂了，反而实体商场折扣更加给力、有诚意。”“双11”当天在银泰百货天一店选购化妆品的徐女士告诉记者，她本打算线上入手雪肌精套装，没想到

“手速”跟不上，没抢到。

“刚好白天来逛商场，看到线下同样有满赠与折扣，算下来比线上还便宜些，而且不用考虑凑单搭配与使用红包档位等‘烧脑’折扣题，直接就刷卡买单了。”徐女士称。

据记者从宁波第二百货、银泰百货、苏宁电器等了解到，今年“双11”期间，超过50%的商品实现了“线上线下同款同价”，可谓是下足了本钱。

“早在‘双11’之前，我们已与品牌商约定，只要是线上线下同型号的商品，品

牌商均给出一致的折扣价。实际上，再结合商场本身的满减活动，不少商品最终价格比线上还要便宜。”宁波第二百货企划部有关负责人于勇介绍说。

此外，还有部分商场，为“双11”启动“延迟打烊”。据了解，银泰百货东门店、天一店10日营业时间均延迟到次日凌晨2点。11日凌晨1点30分，还有不少顾客在银泰东门店买单、取货。各品牌导购们协助试衣、跑仓库拿货、开票，每个导购各司其职，忙得“连轴转”。

花式互动、体验服务 商场销售数据“爆表”了！

经历了几年的“双11脉冲”之后，实体商业的“抢客力”快速增强。今年，“双11”热潮从线上覆盖到线下，所有商业形态全线总动员。

通过提前“截流”、给力折扣、花式互动、体验服务等“组合拳”，今年“双11”，宁波的实体商业可以说是“抢客力”爆发，销售数据增长迅猛。

记者了解到，延迟打烊这一招为银泰带来巨量客流。11月11日，银泰东门店客流量高达5.89万人次，单日实现销售额

2677万元，同比增长158.6%；天一店客流量高达6.11万人次，单日实现销售额3179.2万元，同比增长195.3%。

宁波第二百货在11月11日客流达1.52万人次，环比前一个周六客流增长100%。“双11”期间(11月10日~11月12日)共实现销售额2500万元，其中11日单日实现销售额1200万元。

杭州湾利时广场11日单日客流达到8.18万人次，“双11”期间(11月10日~11月12日)客流量达17.34万人次，3

天实现销售额1061万元。

面对这份“爆表”的数据，宁波实体商业的运营者们欣喜之外，透露更多的是面对“双11”，越来越淡定和从容。

“随着‘双11’线下消费逐步成熟，不仅价格可媲美线上，还会推出主题性大型促销和创意活动，商场带来的消费氛围是线上无法匹敌的，所以近几年‘双11’商场的销售额逐年增长，势头迅猛。”宁波第二百货总经理黄炎水表示。

各大电商巨头也纷纷“进击”线下

今年的“双11”与往年不同的是，各大电商不再单纯地把电商作为“主战场”，而是将“战火”引到了线下，开始纷纷进击线下。

今年“双11”小店成新亮点，阿里携5万家金牌小店、4000家天猫小店、60万家零售小店加入狂欢阵营；苏宁“双11”期间则在北京、广州、上海、重庆等城市新开4家“无人BIU店”，还推出了新物种“嗨购市集”，在北京、上海、重庆、南京和深圳5个城市分别开设符合当地风土人情的5个主题形象店和15个超级品牌馆。

其实，不止是“双11”，各大电商巨头早就

在布局线下。2014年，阿里就推出了“千县万村计划”，计划开设10万家农村淘宝，并在三年内覆盖100万家零售商店。而京东也宣布未来五年将在全国开设超过100万家京东便利店。苏宁则展开了更大的O2O战略布局，计划2018年布局5000家互联网门店，涉及云店、小店、直营店等多种业态。

种种迹象表明，随着线下价值的再次凸显，商业又一次被重新定义。曾经豪言要“颠覆线下”的电商平台，在日益变化的环境中，逐渐转变态度，在布局线下方面达成了共识。

专家：新零售是未来发展的趋势

“双11”狂欢过后，除了不断创新高的交易量让人印象深刻外，更多的现象也引人深思。比如线上线下互动、体验式营销的新零售。

宁波工程学院管理工程研究所所长杨健认为，新零售一定是未来商业发展的趋势，新零售强调的是线上线下互动发展，“后台把商家和厂商实现对接是一种形式，线上线下互动是一种形式，甚至线上向线下引流实现体验式营销也是一种形式。”

宁波创业创新学院院长赵春来表示，商业的本质是为客户创造价值。电商与实体零售在未来将长期共存，协同发展，这是必然趋势。线上销售、线下体验，才能真正支撑零售商为客户提供“完美的购物体验”。新零售时代的到来是必然趋势，而新零售时代是精准捕捉消费者的需求变化与用户体验诉求，并用创新的方式方法很好满足客户需要的时代。不局限于线上线下，一切从“心”出发。

记者 史妮超 王婧