

记者扫街



小红书APP 宁波首家 线下店落地

记者探店： 这家互联网线下店的 互动体验感没那么强

生长于线上平台的互联网IP开设线下店正成为一股潮流，小红书APP也加入其中。近日，小红书在宁波的首家线下体验店在鄞州万达广场开业。这台“种草”流量收割机从线上搬到了线下，有些什么不一样？记者前往探访。

1 小红书APP上“剁手”还不够过瘾？ 宁波首家线下店落地

昨日，在鄞州万达广场的西侧，记者找到了这家新近开业的小红书线下体验店，这是继上海静安、江苏常州、上海嘉定三地后的第4家小红书线下体验店，也是宁波首店。

从外围看，这家店的整体风格采用小红书标志性的红白两色，店招是统一的牌名“RED HOME”。门口的LED屏，滚动展示着小红书社区的达人笔记。

走进店铺，从面积看，新开业的小红书线下店目测在150平方米左右，分美妆、家居等区域。从商品品类看，既有网红国货，如最近很热的颐和园彩妆，也有海外商品；从产品价位看，没有明确定位，从20元的睫毛夹、50元左右的眼影盘到单价2000元的安瓶、近6000元的LED美容仪，都能在小红书线下店的货架上看到。

值得一提的是，与普通陈列方式有所区别的是，小红书线下店的商品陈列以“榜单形式”居多。如全能化妆水榜、晒不黑防晒榜、换季必备榜等。每个榜单通常都会陈列小红书APP上用户好评度TOP前3的产品。

同时在一些热卖产品的陈列上，辅以小书APP社区的达人笔记。如一款卸妆清洁力榜TOP2的卸妆啫喱，在商品边上附有一个名为“毛毛熊爱败家”的用户评价，“取用方便，半透明的啫喱，抹在脸上水水的，卸得超干净。”看起来，RED HOME更像是小红书线上社区的复制粘贴版本。

对于小红书的用户而言，这种陈设无疑是熟悉的。在记者转悠的间隙，三个大学生打扮的女生直奔靠近里侧的一个货架，这里陈列的都是某国产美妆产品。其中一个女孩一手拿着开着小红书APP的手机，一手拿着眼影盘试色，一边惊呼：“这个颜色也太好看了吧！”

据小红书线下店的工作人员称，有不少年轻顾客都是看了小红书APP社区的达人笔记后，提前明确自己的购物清单，到店后直接找到相关产品试



小红书APP宁波线下店

用，满意就直接买单。也有闲逛的顾客，本来漫无目的，但是看了榜单推荐后，会优先试用榜单产品。

线上巨头回归加码实体商业，小红书并非第一人。早在去年10月，阿里巴巴旗下的淘宝心选就在东门银泰开出宁波首店，也在同期，网易考拉工厂店在东部银泰城一楼中庭位置开出快闪店。

线上创造的数据、流量已经如此引人瞩目了，为何互联网大牌IP还要不约而同走向线下？

“年轻消费群体的消费喜好、习惯和需求都有着新特点，需要实际感知、实际体验的场景化服务，而对于在线零售来说，这些是最大软肋。”宁波市商务局市场运行和消费促进处处长尹秋平说。



吴玉涵 绘

2 小红书线下店 互动体验感没那么强

小红书线下店在宁波的首次落地有一定关注度，这主要是因为小红书自带的IP效应。

据了解，越来越多的年轻用户尤其是年轻女性，偏好在小红书上通过短视频、图文等形式记录和分享生活。5年的时间，小红书完成了4轮融资。截至2018年5月，用户数量突破1亿。去年6月，小红书在上海开出首家线下店，完成了内容分享平台到线下社交电商的转型，引发大量关注。

但是在宁波的小红书线下店，除了榜单形式的陈列还算独树一帜外，记者实际一番感受下来，场景体验感并没有预想中那么强。

还是从陈列角度来看，也许正因为商品品类多样且不固定，除了“榜单陈列”这一形式突出重点之外，整个小红书线下店的陈列看起来略显杂乱。如果不是小红书的深度用户，按图索骥寻找某个产品，很难特别明确快速地找到所需。这对于整个购物体验的顺畅度而言，是颇有影响的。

与此同时，除了部分榜单产品上附有小红书APP用户使用感受外，缺乏其他亮点，也没有更多的体验和交互场景。据了解，在小红书上海首店内，设置了试妆魔镜、互动LED屏等黑科技。以美妆区的LED屏为例，通过RFID技术，将带有特制条形码的产品靠近屏幕，会自动显示跟此产品相关的小红书笔记以及商品详情，可以同步阅读小红书的线上笔记。

在宁波的小红书店内，记者在美妆区也看到了2个立式LED屏。不过工作人员表示这两款LED屏目前还无法使用。另外这两台机器也并不具备互动功能，更多的是产品的主动推荐。整个小红书线下店看起来，更像是一个普通的化妆品开架超市。

对于这些互联网大牌IP开出的线下店，消费者通常抱有更大的期待和想象。业内人士认为，以小红书为例，其线上APP已经吃透了分享经济时代的精髓。来到线下，是否能真正打破传统门店的运营习惯，提供更多的场景、更多的体验、更多的入口，来满足消费者？现在的消费者都很精明，线下体验店需要打造实实在在的吸引力。

记者 史妮超

严选优质家居 构筑品质住宅 第17届中国国家博会4月19日盛大启幕

第17届中国国际家居博览会春季展将于4月19日至22日在宁波国际会展中心举行，同期也将举行第23届宁波房交会。16年来，家博会“一站式家居购物平台”的覆盖性和专业性满足了甬城百姓对“品牌家居、品位生活”的诉求，实现了呈现家居行业态势、预知市场走势、促进等作用，并成为甬城打造“品质都市”的坚实推手。

家博会始终致力于构建宁波领先业界的一站式交互性购物平台，此次推出的“家博严选”计划，通过和数百个优质品牌展商合作，联手推出“严选好产品、好价格、好服务”，这意味着这届家博会的参展门槛更高了，参展的产品品质及优惠活动真实性、售后服务也将被全程监督，今年的家博会将更优品质和更好服务来保证消费者的每一项权益。

4月19日至22日，有买房及装修、家具等采购计划的百姓，均可以在家博会上找到对应的品牌需求：大到整体橱柜、瓷砖、地板、门窗等建材采购，小到毛巾架、刀具、地毯、装饰画等家饰五金，不仅有欧琳、方太、德意、帅康、老板、西门子、博世、三菱、日立、曲美、梦神等耳熟能详的大牌坐镇，更齐聚了中式、新中式、美式及东南亚等多种异域风情家具名品，满足当下采购需求越来越个性化、多样化的消费群体。

此外，十余家品质优异、服务到位的家装企业也将为家博会消费者带来“一站式”全方位的家装服务，而同时参展的还有目前甬城众多热销楼盘，如雅戈尔·江上、中铁建·海语天下、海曙金茂府、龙湖坤和·天境等，满足不同类型的购房者需求。

文/余涌

| | | |
|---|---|--|
| <p>达人旅业 DAREN TRAVEL</p> <p>上市公司 五星品牌</p> | <p>山水文成/帝师故里高铁二日游 399元/人，仅此一班！</p> <p>仅此一班！瞰临百丈瀑，追寻刘伯温。游览温州十大最美农庄山顶湖生态农庄，体验喀斯特洞穴建筑；观中华第一高瀑百丈，感受阶梯型瀑布群百丈飞瀑“怒雷鸣”的气势；游览刘基故里，听帝师刘伯温的传奇人生；探访西坑镇天圣山千年古刹东方药师佛道场安福寺，禅修身心，祈福许愿。特别安排畚农家长桌宴，体验畚农最隆重的待客礼仪、享受文成人情。火热预定中！仅此一班！</p> | <p>特惠推荐： 杭州灵山水洞 1日 达人价 99元</p> |
| | <p>魅力三门 1日 达人价 138元</p> <p>丽水 2日 达人价 299元</p> <p>文成双高 2日 达人价 399起</p> <p>青岛双飞 4日 达人价 899起</p> <p>越南芽庄 6日 达人价 1488起</p> <p>张家界双卧 7日 达人价 1580起</p> <p>新疆双飞 8日 达人价 1880元</p> <p>日本双飞 6日 达人价 4299起</p> | |
| <p>线路：山水文成/帝师故里高铁二日游 日期：5月11日 价格：399元/人</p> | <p>地址：达人旅业大厦（百丈路16号） 浙江达人旅业股份有限公司 达人旅游网：www.57676.com QQ群：411030887</p> | <p>报名及投诉电话 0574-87651111 许可证号：L-ZJ-CJ00079</p> |