

电商好马争吃实体店回头草

日前,广东清远市最大规模跨境电商实体店开业,清远“跨客城”双方联合投资超1个亿,首期线下体验中心超4000平方米,市民通过上网免税直购各类商品,足不出户也能实现当天下单当天到货的便利,购买进口商品100%为正品,还可以享受到保税优惠。

一面是实体店的关店潮,比如万达百货、百丽、GAP、美邦等因亏损、利润大跌而被迫转型;另一面则是电商自己又开起了实体店,亚马逊书店、淘宝体验馆、京东体验馆、膜法世家实体店……

去年11月初,美国亚马逊在西雅图开了一家实体店书店,不到一个月,中国当当高调宣布未来要开1000家书店。

亚马逊和当当最初就是搞垮了那些实体店赢得了市场,最终做大做强了的,为何自己又开起了实体店?

——复苏大潮—— 电商企业争开实体店

不为人知的是,在过去的一年,不只是亚马逊和当当,还有很多电商企业低调布置了线下业务,这阵势看起来大有实体店复苏之势:

之前,淘宝就在广州开了首家淘宝体验馆,淘宝会员可以在这里休息、用餐、体验淘宝产品,免费提供WiFi。2015年,阿里巴巴又和苏宁“勾搭”上,并且在“双十一”狠狠地打了京东一军,非但如此,阿里巴巴还全线渠道下沉,要让淘宝在祖国的农村大地遍地开花。

还有京东,2015年的2月份,京东全国首家综合服务中心在山西太原正式投入运营,除此之外,京东首个智能娱乐体验馆“JDSPACE”也于去年5月初正式开业。京东这边也拉上了永辉超市,毫不示弱。而且不仅开实体店,还开奶茶店。

不止电商二巨头,底下的“小弟”也没放过实体店,当当就是一例,高调宣布3年内要开1000家实体店;膜法世家创始人黄晓东也说今年将在现有实体店的基础上增开多家实体店;茵曼也在布局线下零售网络,5年内开10000家实体店;还有御泥坊、阿芙精油……

——密集布局—— 市场调研并缜密思考

电商如此密集布局实体店,肯定不是脑袋一热,说干就干的,是经过精细的市场调研缜密的思考得出结论,电商开实体店大概有这么几条原因。

第一,转化率倒逼电商转向,电商经过这几年的快速发展,市场越来越成熟,如今线上顾客的增长遇到瓶颈,而且线上产品同质化越来越严重,在线下开实体店,加强顾客的购物体验,不失为一种为线上引流的好方法。



第二,加强资源的整合,虽然网购在生活中无处不在,但网购并不能满足人们生活的全部,人们有很多时间在外面,这些时间网购往往不能够满足,这是线下一块巨大的“肥肉”,电商企业不可能没有看到,若是加以整合,形成线上为主,线下为辅的作战方针,那将又获得一块巨大的市场。

第三,针对三四线城市和农村,在渠道下沉的过程中,实体店是不可避免的连接点,但这又是市场蓝海。一二线城市饱和,想要再增加一份额,势必会付出巨大的代价,小城市和农村却困于物流原因,无法触及,若在中间开起实体店,似乎就大有作为了。

——相互合作—— 线上线下各有各优势

那么,电商线上和线下优势在哪儿?致命伤在哪儿?机会又在哪儿?

就线上而言,网上购物优势,第一便宜,当初不论是亚马逊还是当当,还有淘宝京东,几乎所有的电商公司都是以价格取得绝对优势击败了实体店;第二方便,随时随地下单,然后坐等快递上门,真的是不费吹灰之力就能买到任何想要的东西。

然而,现实也很残忍,网上购物最致命的无疑是质量问题,信心满满在网上下了单,期待着宝贝“漂洋过海”来到身边,打开一看,居然是假货或者有瑕疵又抑或图文不符,真是伤心欲绝,随之而来的是一堆麻烦事儿,退货、协商、退款……还有快递,从下单到收货,好像过了大半年,

这边各种催,那边各种搪塞……

但就当下而言,网上购物还是有优势的,无论是大城市还是小乡村,网购已成为很多人日常生活的一部分,占据了大量的市场,还有网购的价格,对于不少人而言也有绝对优势,实体店在两方面实在无力回天。

实体店呢?也有自己的优势,比如说良好的消费体验,周末和放假的时候,亲朋好友,来一场说走就走的街,看到的就是实物,不存在什么图片仅供参考,请以实物为准之类的担忧,而且看了中意就可以买下来,不需要任何等待。

实体店的“命门”在于高额的店租和稀少的客流,无论哪个省会城市,随便一个临街的小商铺一年下来的店租都会让许多人望而却步。更别说如今互联网大潮下,实体店大部分门可罗雀,人员稀少,商家收入人情何以堪?

那么,当下实体店“复苏”大潮下,实体店机会何在?机会还是有的,如今网上购物一二线城市大多市场饱和,竞争激烈,而三四线城市和农村,天高路远,物流难以有效抵达。实体店的机会就在此。一二线城市需要良好的购物体验并且树立良好的品牌形象,为线上引流,三四线城市和农村需要仓储和物流,实体店都可以为它们做到。

由此,就不难发现电商为何纷纷争开实体店了,一个线上线下相互合作的电商情势已现雏形,但是,互联网电商发展至今,已经过了跌跌撞撞的懵懂期走向了成熟,如今,联合实体店是否能够再创辉煌,却也未必不可以。

(来源:品途网)

观点说

电商找了一万个理由干掉了实体店,却又陷于自身的泥潭,不能自拔,现在反过头来想依靠实体店增加流量,可谓既成事实,成也实体,败也实体。

互联网行业铁打的商业流水的模式,没有一成不变的规则,也不存在长久的“萧规曹随”,想要在这竞争激烈的电商里立于不败之地,就要不断创新。然而此次电商纷纷争开实体店,不知是模式创新还是往后退化,自寻死路还是凤凰涅槃,还要等等。

■读书吧

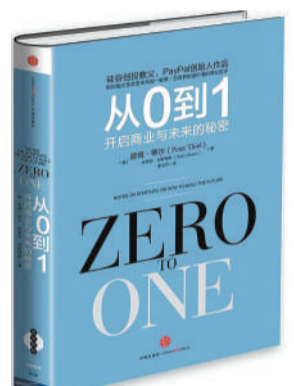
互联网+: 国家战略
行动路线图
作者:马化腾等
出版社:中信出版社
出版时间:2015年5月22日



《互联网+: 国家战略行动路线图》由腾讯 CEO 马化腾和易观国际董事长于扬等人联合撰写。这是马化腾的首部著作,他在书中从理论层面、实践经验角度对“互联网+”进行了全方位阐述,试图让读者透过层层泡沫,看清“互联网+”国家战略的来龙去脉。

全书收录了马化腾 2015 年两会建议的精华部分,并首次披露了腾讯旗下各事业群的“互联网+”战略图卷。马化腾表示,互联网不仅仅是一种工具,更是一种能力,一种新的 DNA,与各行各业结合之后,能够赋予后者以新的力量和再生的能力。如果我们错失互联网的使用,就像第二次产业革命时代拒绝使用电能。

从 0 到 1: 开启商业与未来的秘密
作者:彼得·蒂尔;布莱克·马斯特斯
译者:高玉芳
出版社:中信出版社



在传统时代,成功企业的商业模式是一个从 1 到 N 的过程,也就是在现有基础上,复制之前的经验,通过竞争不断扩大自己的市场影响力。而在互联网时代,成功的企业却是一个从无到有,即从 0 到 1 创造市场的过程。

《从 0 到 1》为你开启创新的秘密。彼得·蒂尔被誉为硅谷的天使,投资界的思想家,PayPal 公司创始人。他是 Facebook 第一位外部投资人,投资了 Tesla (特斯拉)、LinkedIn (领英)、SpaceX、Yelp 等企业。他创立的数据分析公司 Palantir 市值约 150 亿美元。彼得·蒂尔在本书中详细阐述了自己的创业历程与心得,包括如何避免竞争、如何进行垄断、如何发现新的市场。《从 0 到 1》还将带你穿越哲学、历史、经济等多领域,解读世界运行的脉络,分享商业与未来发展的逻辑,帮助你思考从 0 到 1 的秘密,在意想不到之处发现价值与机会。



宇通率先成为荣获
国家科技进步奖的新能源整车企业

三大技术创新,解决行业发展三大难题

高效动力系统技术

改变关键零部件依赖进口,集成度低的现状

动力电池集成与管理技术

解决动力电池系统寿命短,环境适应性差的难题

整车控制与节能技术

解决整车能量利用率低,续驶里程短的难题

23项授权发明专利 142项实用新型专利 14项软件著作权 23篇论文发表 形成国家和行业标准4项 截至2015年10月,宇通新能源客车产品已在全国百余座城市累计推广23796台。
注:上述专利号包括ZL2011110395272.2、ZL201020658450.7等,推广数量由宇通统计并提供。

郑州宇通客车股份有限公司 中国郑州管城区宇通路 宇通工业园(450061) 400热线(24小时电话、手机均可拨打):400-659-6666 网址:www.yutong.com E-mail:ytkf@yutong.com Hotline:400-659-6666



微信公众平台 手机网站
扫描宇通客车微信公众平台和手机网站二维码,即可关注,了解更多资讯。

24小时宇通客户服务热线
400-659-6666