

推出虚拟试衣 延长营业时间 大玩跨界合作……

做电商做不到的事情才是商场的明智之举

今年上半年,零售业依然未走出低谷,其中百货业、购物中心都受到了很大的冲击。

以加强体验来对抗电商的冲击,改变品牌同质化的现状,已经是各大百货商场逐渐形成的一致策略。国际零售咨询企业副总裁弗吉尼亚·莫里斯表示,零售业的创新,必须根据消费者的需求和预期不断演化。不少商场策划人士也表示,在互联网思维时代,传统商业受到电商的冲击,与其“暴力”对抗,不如聪明地借力打力。下半年将是销售旺季,为拉动销售,各大商场开始悄然调整品牌,利用数字科技的便利,以创新的招式吸引消费者。



第一招:3D 虚拟试衣

近日,一家大型百货在总店 18 周年店庆时,引进 3D 虚拟试衣,还推出了移动支付,开始探索 O2O 新模式。

3D 虚拟试衣,这种互动技术在网上传闻已久。3D 体感试衣机现在放置在这家大型百货公司的一楼大堂,只要站在机器前隔空挥手,新衣服就能“换”到“自己”的身上,随着身体的晃动而动,就像是真的穿在身上一样。见到喜欢的衣服,用手机扫描对应的二维码,链接该百货公司的天猫旗舰店,就可以下单购买。

该百货公司的相关负责人介绍,试衣机目前引入了比音勒芬、鹃色等十多

个品牌的男、女时装,这个项目还将很快推广到百货公司的其他门店,陆续有新的应用和技术投入使用。同时,商场携手阿里巴巴集团,推出支付宝线下支付及手机会员体系,移动互联网、二维码支付、电子会员卡、LBS 等概念一并融合到线下商场里。消费者通过“手机淘宝”即可领取该百货公司的电子会员卡,使用支付宝购物还可以得到 500 元的红包。

商场方表示,此举是为了吸引习惯于移动支付的顾客,同时提升自身的数据分析和营销能力。

第二招:特色餐饮营业至凌晨

7 月份,广州最大的民营百货——摩登百货发布公告称,公司位于广州市荔湾区黄沙大道 8 号的西城都荟店,一年多来经营状况不如预期,计划进行全场经营调整,暂停营业。而在截稿前,摩登百货方明确表示,该店是正式结业。

失去了主力店的西城都荟,迅速引入了一些特色品牌,以业内具有一定稀缺性的特色商户带动更多新的客流。

餐饮方面,上个月新开张的文艺范儿烤鱼店——“探鱼”开在商场的一楼临街的位置,与原有的餐饮业态区域颇为“不合群”。据该店店长透露,这样的位置有利于餐饮店延时营业,如果客流量够大,“探鱼”会营业到凌晨 3 点。将于 11 月中旬开业的纯再餐厅,是隶属于阿一鲍鱼餐饮集团的创意料理餐厅,囊括了东南亚、粤菜点心、西餐、川菜等多重风味,主张健康食材和烹饪方法,广州第一店平

静地在光明广场开张,相当受消费者欢迎。据商场方透露,目前已进驻的餐饮商户比例约为 20%,估计最终完成招商后,餐饮业态占比将达到 25%至 30%。

服饰品牌方面,该商场引入了时尚潮牌 Bauhaus、潮流创意精品集合店 19 八 3、香港潮牌 Log On。快时尚品牌优衣库和 it 旗下的 CHOCOOLATE 定于今年 11 月和 12 月开业,美国街头潮流鞋类品牌 Vans (范斯)、全棉时代、精品女装 DC 等近十数个品牌新店,将于今年第四季度陆续开业。届时,西城都荟将集结 UNIQLO、H&M、it、UR 四大国际快时尚品牌,加上 COCOLATIE、欧洲快时尚 SPRINGFIELD、Calvin Klein Jeans、Tommy Hilfiger、bread n butter、Ochirly、Five Plus、MO&CO 等知名服饰品牌,商场的服饰品牌比例会上升到 30%,打造广州西区的快时尚集中营。



第三招:跨界营销

在某地的一个大型购物中心的两周年庆现场,将 O2O 跨界营销玩出了新意。

该商场一楼,一辆 MINI Cooper180° 旋转倒挂在天花板上,相当吸引眼球,大人小孩都可以来玩一把“一手举起一辆车”的抓拍游戏。扶手梯转角处还有一辆“快闪花店”,还原了欧洲花农开着小汽车、载着鲜花去赶集的情景,颇有一番浪漫情怀。原来这是该商场与 MINI、苏丽思花艺设计的一次深度跨界合作,周年庆期间,累积消费总额最高的会员可以出半价开走该 MINI 车。

一楼的“快闪艺廊”是另一个新奇的 O2O 跨界体验,由购物中心与艺术品电商 Hihey 联手打造。与一般画廊和美术馆

等固定的展示场所不同,快闪艺廊的营业期间是限定的,制造的是一种不期而遇的刺激感。这次艺廊主题将聚焦在“女性魅力”上,陆续展示油画、水墨、雕塑等多种艺术品,在生活区更设有多肉植物与 BJD 娃娃的展示。

商场董事长叶女士表示:“购物中心在 O2O 时代拼的就是体验,做电商做不到的事,才是明智之举。我们不会很刻意地去界定‘体验’两个字,也很难去界定,简单地说,就是顾客全身心的直观感受,才能真正创造出体验式消费。我们会不断调整业态结构,未来计划逐步增加餐饮比例和体验项目,满足广大消费者的生活消费需求。”

(羊晚)