

开拓线上销售新思路 服装企业突破疫情困局

文/图 羊城晚报记者 宋陶潇 实习生 沈安芳

直播“破局” 服装行业开辟线上销售新渠道

“衣服前面的不透，后面的透……要的掀一下‘85’。”一名网红主播一只手拿着一件材质轻盈的白色长裙，另外一只手伸进衣服内把手掌探开，给正在观看直播的观众们展示细节。直播地点就在广州泓阳服饰服装展厅内，泓阳服饰的总经理吴福敏将直播过程录制下来，打算学习一下直播带货的技巧。

跟主播合作是泓阳服饰进行线上营销的一个重要手段。银马国际服装城内的泓阳服饰拥有多个品牌供

主播挑选，也会提供舒适的直播环境供主播直播。一场直播时长为2-5个小时不等，在线人数一般为5000多人，总观看人数上万，通常一场直播下来带货量可以达到200-500件。疫情发生后，虽然走低的销量和物流限制给总经理吴福敏的心态造成了一定的影响，但在银马物业的帮助下，销售情况也在慢慢变好起来，每个月销售量可以达到4-5万件，甚至比去年同一时期还要高。

同样凭借线上直播翻身的还有茵

曼。疫情发生后为了自救，汇美集团旗下品牌茵曼果斯将视线聚焦线上，借助小程序、社群、直播等多个渠道，持续为消费者输出内容与提供服务。其中，线上直播更是成为品牌新的增长点。2月21日茵曼官方在微信的直播首秀，创始人空降直播间分享心得吸引逾100万人观看，26万人点赞。而后，茵曼迅速将经验复制到各个门店，因店制宜开展店主直播培训。2月26日，茵曼商丘梁园区中环广场店直播一个小时，销售业绩便超万元。

把握前沿营销策略 服装企业及时求“变”

受疫情影响，已经关闭诸多实体店店铺的茵曼团队反应迅速，开始将重心转向线上业务，不仅是直播，他们引导手下员工，并首次对外招募1万名“推手”，通过他们在朋友圈、微信群、个人聊天网罗顾客并引至微店消费，将人脉资源转化为购买力。线上推广和直播双管齐下，丰富了品牌营销的模式。

贝左服饰的总经理彭志刚也将销售重心转向了线上。面对疫情，他坦言，由于消费者无法出门，消费习惯也随之改变由线下转为线上，是对线下实体店是一个打击，线下销量下降了有百分之六七十，但线上营销

很好地填补了这个空白。作为年轻的创业一代的80后，他一直在紧跟时代潮流追寻新颖的营销模式。

2013年彭志刚便开始在土豆和优酷等视频网站上投放长视频；2017年和淘宝达人合作直播带货；2018年在爱库存上进行线上批发；2019年运用社群营销理念将线上和线下相结合，开拓人脉圈和社群圈，将资源变现。现在的彭志刚致力于全网营销，积极在今日头条、西瓜视频、抖音等新媒体平台上发展社交新零售模式。“服装行业是一片‘红海’，竞争十分激烈，只有不断进步和探索才能生存下来，不思进取只会被淘汰。”彭志刚说道。

不仅是企业自身谋求出路，银马国际服装城也在积极帮扶园区内的企业转型升级。他们积极寻求与拼多多的合作，希望开辟新的销售渠道增加流量。园区六楼的直播基地已经建设完成，并聘请了济南成熟的直播团队给商户们做直播指导，教授园区企业如何分辨货品和与主播合作。此外，他们还派遣人员前往浙江、山东等有经验的线上销售地进行学习。银马集团的董事长陈日新跟记者说，面对互联网的冲击，他希望社会各界可以帮助服装批发行业与各线上销售平台搭建合作的桥梁，帮助产业的经营模式完成转型升级。



茵曼淘宝店内主播试衣带货

公益助企为你开启云时尚

去年的暖冬和当前的疫情让服装企业面临着一次前所未有的大考。如何才能提升竞争力，在线上寻找突破？广东省服装服饰行业协会、广东省服装设计师协会日前倡议发起了“广东服装一起尚”公益助企线上促消费活动，并联合行业商协会、线上平台、专业市场和媒体机构等各方力量，打造广东服装线上促消费聚合平台。

本次公益行动自倡议发起以来，得到了行业内外的热烈响应。包括天猫海外、京东、1688和唯品会在内的15家线上平台，以

及41家商协会、10家专业市场、多家服装品牌和媒体机构纷纷参与其中，还有广东省30多所高校的校园潮流推手也群策群力。

3月18日原定是2020广东时装周·春季的开幕日，受疫情影响，时装周活动延期举办了。但另一场全民云时尚云购物的盛会却在线上开启。本次公益线上促消费活动的实现载体“阅货”小程序已在近日正式上线，可以免费链接各大服装企业/品牌线上销售渠道，让服装企业减少损失的同时，也给消费者带来实实在

在的让利。据悉，包括茵曼、KM、真维斯、莱克斯顿、富绅等数百家知名服装企业、品牌、设计师已成功参与进来，品牌阵营还在持续更新壮大中。

发起方广东省服装服饰行业协会、广东省服装设计师协会有关负责人认为，希望通过“广东服装一起尚”公益助企线上促消费活动，刺激线上消费，集中打造云购物平台，助力广东服装企业与消费者实现更好的对接，推动广东时尚经济的发展。（文/羊城晚报记者 施沛霖）



银马国际服装城

专题

性能越级 体验优异

三星Galaxy S20 5G系列
现已开售



三星 Galaxy S20 5G 系列拥有非常安全的防护体系

智能手机作为日常生活中不可或缺的一部分，人们对其的需求不仅越来越高，同时也越来越宽泛，尤其是在日常拍照、社交、游戏娱乐、移动办公等方面，不仅需要优秀的性能表现，同时对于手机安全也同样有着更高要求。

三星Galaxy S20 5G系列作为开启三星Galaxy手机下一个十年的重磅产品，其在拍照、屏幕、5G等方面均带来了突破性升级，并针对性能体验等诸多方面进行了深度优化，同时在手机安全方面，也依旧保持了超高的水准，让用户能够尽情、安心地享受最佳移动体验。



三星Galaxy S20 Ultra 5G具有9像素合一技术

一部手机拍所有 随手一拍即大片

三星Galaxy S20 5G系列拥有比以往产品更大的传感器，在AI技术的配合下，可用户拍出细节清晰的超高清照片，即使在放大或裁剪后也能保持出色的清晰度。此外，三星Galaxy S20 Ultra 5G独具的9像素合一技术，让用户在暗光环境中也能拍出层次丰富的高质量照片。

有颜好看更能打助超一流屏幕

三星Galaxy S20 5G系列全新的动态AMOLED 2X超感官全视界，带来了2K分辨率（3200×1440），以及最高120Hz刷新率和240Hz触控采样率的视觉、触控双升级，同时延续了以往HDR10+认证、护眼显示屏以及德国VDE认证等出色品质，让用户拥有更细腻丰富的视觉效果。

强劲性能带来极致使用体验

在性能配置上，三星Galaxy S20 5G系列均表现出了高品质旗舰应有的水准，全系搭载了最新一代的7nm高通骁龙865处理器、支持超高速双模5G和Wi-Fi 6网络，拥有12GB起步、最高16GB的超大

此外，超视觉空间变焦功能则能够帮助用户轻松捕捉超远距离景致。全新的AI一键多拍模式，可帮助用户同时拍出不同拍摄模式、滤镜的照片以及10秒的短视频。不仅如此，用户还可录制8K视频，并通过8K视频快照功能，从视频中截取3300万像素的超高清静态图片。

针对游戏玩家，三星还与国内合作伙伴共同对主流游戏进行了高帧率适配，并且获得了泰尔实验室“游戏高性能”五星认证，再加上杜比“全景声”双扬声器的震撼音效，让三星Galaxy S20 5G系列能确保玩家在游戏中享受到更专业的沉浸式体验和快人一步的体验。

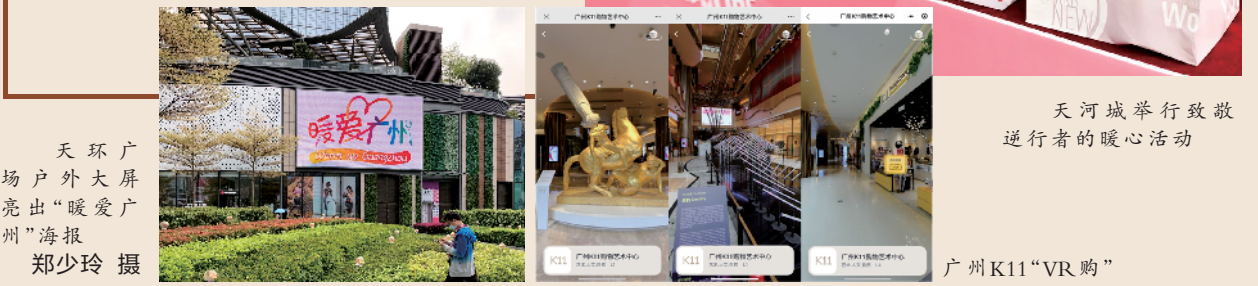
运行内存，以及内置至高512GB并可额外扩展1TB的超大存储空间。除此之外，最高5000mAh的大容量电池以及加速充电等功能，既带来了持久的续航时间，同时还可以令电量快速“回血”。

星Galaxy S20 5G系列手机时，三星Knox安全平台将会为用户提供进一步的安全防护，为用户带来三星目前安全等级最高的保护。

商场战疫出新招—— 加入暖心接力赛，打造全渠道模式

文/羊城晚报记者 郑少玲
图/受访者供图（署名除外）

2020年新春伊始，突如其来的新冠肺炎疫情让线下零售业按下了暂停键。在面临困难的情况下，广州不少商场还是坚持推出一系列暖心活动，为我们这个城市传递正能量。另外，各大商场在推出暖心活动的同时，也不忘寻求突破，积极借助科技力量，打造线上线下融合的全渠道模式。



天环广场户外大屏
亮出“暖爱广州”海报
郑少玲 摄

天河城举行致敬逆行者的暖心活动

广州K11“VR购”

接连加入抗疫爱心接力赛

从3月4日开始，广州万菱汇率先在其商场户外设立了一个“无人值守暖心站”，向坚持奋战在一线的外卖小哥、快递小哥、环卫工人、交警和城管提供各种免费食物和饮料。随后，广州K11、天环广场、天河城等商场也陆续加入到这场爱心接力赛中。

近日，广州太古汇也举行了一场为出租车、网约车司机提供免费餐食和休憩之处的爱心公益活动。

广州各大商场纷纷举行战疫一线工作人员提供免费爱心餐食的活动，引起了社会的广泛关注。广州市政协委员、广东南方软实力研究院副院长谭国骥认为，广州各大商场纷纷举行这种为战疫一线工作人员提供免费餐食的公益活动，值得鼓励和支持。这类活动可以有效提升、弘扬社会正能量，起到一定的正面引导作用。同时也能构建城市文明，让我们的城市文化能得到均衡发展，人与人之间可以感受到真诚的温暖。

积极参与“暖爱广州”行动

3月15日，由广州市商务局、广州地区五大餐饮行业协会、羊城晚报

疫情促进新的品类需求扩大 家居清洁产品将进入增长快车道

文/羊城晚报记者 郑少玲 图/受访者供图（署名除外）

面对疫情，不少平时都没有洗手习惯的人也开始注重起个人的健康卫生问题，而起初根本不把疫情当回事的父母长辈们也开始戴上了口罩，甚至每时每刻都在进行家居消毒洁净工作。

家居清洁 应注意什么？

A.酒精消毒液

这次疫情让很多家庭都囤了酒精消毒液，但酒精易燃易爆挥发，绝不能在家中大量囤积。

据介绍，酒精在空气中爆炸极限为3.3%—19%，当空气中的酒精含量达到3.3%以上，遇到火源会发生闪燃；当达到19%，温度等于或高于13℃以上时，遇到火源就会闪燃。

有专家建议，居民在家中用酒精消毒时，可以购买民用小包装的医用酒精，单瓶包装不宜超过500毫升，不要在家中大量囤积。

在室内使用酒精时，需要保证良好通风，勿在空气中直接大面积喷洒使用。

B.含氯消毒剂

含氯消毒剂是指溶于水产生具有灭杀微生物活性的次氯酸的消毒剂，其中就包括我们日常生活中使用的84消毒液。

84消毒液主要用于家里的地面、家具、墙面、门窗等的消毒杀菌，家庭使用一定要按照消毒剂与水为1:10比例稀释。

需要注意的是，含氯消毒剂不要随意与其他消毒或清洁产品混合使用。例如，84消毒液与洁厕剂混合，会产生有毒气体，刺激人体咽喉、呼吸道和肺部甚至引发中毒。

C.杀菌消毒气雾剂

喷雾型杀菌是日常生活中最简单方便的杀菌产品，不仅可以用于家居清洁消毒，还能用于外出、上班等，可随时随地杀菌，但千万不要对着脸喷洒。



清洁用品琳琅满目 郑少玲 摄



安利浓缩空气清新剂



家安空气净化香氛

疫情让“健康” 成为2020年 关注话题

近期，有最新消费者指数报告显示，在农历新年以及疫情的双重影响下，家居清洁品类销售金额逆势上扬。这主要是得益于渗透率和户均购买量的提升，尤其是空气清新剂、消毒液都有较明显的涨幅。

据专家分析，家居清洁品类户均购买量增多，一方面是由于疫情导致购买不便，消费者有囤货的行为；另一方面消费者在这段时间居家生活更加精细化，在不同场景使用不同清洁产品的要求越来越高。

中国外商投资企业协会副会长、安利（中国）总裁余放此前在接受羊城晚报记者采访时表示，相信疫情过后，人们的健康意识和健康消费一定大幅提升，大健康产业将迎来迅速增长的黄金时期。

而近日家安品牌高级市场经理朱杰书在“2020上海家化品牌盛典”上也表示，2020年家安将推出空气净化香氛系列、空气净味除菌喷雾、多功能除菌去渍泡等家居清洁类产品。

从家安品牌这个新发布的品牌规划中可以看出，疫情显然已经让“健康”成为2020年关注话题。有业内人士分析，经过这次疫情后，我国市场中消毒杀菌品类的健康卖点有望从“亮点”转变为“刚需”。这场深刻的全民集体回忆，在改变国人的消费理念和态度的同时，也必然会促进新的品类需求的扩大，带动主打消毒杀菌功能的家居清洁品类进入增长的快车道。

防疫带来的线下少客、无客的局面，广州K11联手人工智能整体解决方案企业Aibee，利用AI人工智能、VR虚拟现实等技术，迅速推出“VR购”产品，助力线下零售突围疫情困局，打造线上线下融合的全渠道模式。

3月27日，广州K11“VR购”更升级为全Mall可VR逛模式，顾客更能直接在VR内与店员沟通、支付购买。而这种“VR购”，打破了“只能逛店”的传统VR模式，顾客不仅可以浏览360度全景店铺和商品，还能在偌大的购物中心游逛，观赏广州K11内充满艺术氛围的装置陈列，享受如临线下商场一般的购物体验。

据了解，除了广州K11，佛山中海环宇城等也借助了这一技术打造了线上线下融合的全渠道模式。

在中国百货商业协会会长杨青松看来，突如其来的疫情加速了零售的全渠道进程，零售纷纷推出“云购物”、“云逛街”、“到家服务”等，其本质都是通过移动互联网，联结客户和商户、商品。

杨青松认为，目前线上线下单、结算、物流都已比较成熟，但在选购地环节，还缺少成熟的、实用性的技术，特别是对一些百货类商品，需要远程实现对商品更详细的了解。“VR购”在很大程度上解决了这一难点，让线上购物从选择开始就变得简单。

拥抱“VR购”打造全渠道模式

疫情期间，实体商业面临着居家