

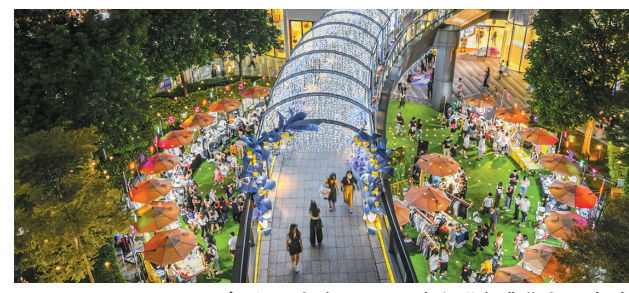
# 百货商场拥抱新零售 积极打造多元化消费场景

文/羊城晚报记者 徐炜伦  
图/受访者提供(署名除外)

2020年是商场百货业顺应市场、积极变革的一年。受疫情冲击,广州的实体商场加速转型升级,拥抱新零售,通过云端经济、艺术消费、夜间经济等打造多元化消费场景。此外,盲盒经济、潮流玩具、新式茶饮等新消费模式的爆发也有力地带动了各大购物中心的人气,商场百货业正朝着多业态、多场景、多流量的方向综合发展。



天汇广场igc皮克斯“皮一下”主题活动互动装置



2020中秋国庆期间天环广场“潮聚”露天夜市

## 新式茶饮规模大 传统咖啡“急”转型

商场要拉动人气,少不了餐饮的推动。其中,新式茶饮店成为商场吸引年轻顾客的至胜一招。

12月初,奈雪的茶联合CBN Data发布的《2020新式茶饮白皮书》(下称《白皮书》),数据显示,2020年底新式茶饮市场规模将突破1000亿元。

数字化将驱动着新式茶饮品牌加速变革。据悉,奈雪最新店型“奈雪PRO”将通过产品进化、空间进化、科技进化实现全面升级。而喜茶则在全国范围内开设不同主题的LAB店,于今年3月,广州首家喜茶LAB店在天环广场开业,极具“老广”特色。

《白皮书》中来自饿了么的数据显示,2020年8月线上订单数量是2020年2月的5倍,门店数量也呈现明显的增长态势,新式茶饮行业率先迎来

## “补偿性消费”

面对新式茶饮的冲击,传统咖啡品牌星巴克也在近年摸索出自己的新零售道路,2019年5月,主打“在线点、到店取”的星巴克“啡快”服务在北京、上海率先上线,2020年5月,广州首家星巴克“啡快”概念店开业。目前,“啡快”已在支付宝、淘宝、口碑和高德上线并登录饿了么快速取货,标志着星巴克能在线上、线下、到家、到店、出行等场景满足消费者的各种需求。



2020中秋国庆期间,富力海珠城推出国潮中秋市集

## 建立新零售平台 玩转“线上+线下”

随着互联网的发展,大数据、人工智能等先进技术手段给商业结构带来的改变越来越明显,形成了消费者从线下转移到线上的趋势,新零售逐渐成为百货商场转型升级的主战场。据了解,电商平台今年在多个城市与当地商贸企业合作打造天猫同城购项目,旨在促进百货业更好地与电商平台融合,借力数字化重构“人货场”的关系。



X11广州荔湾悦江城店有多种商品供选择  
图/徐炜伦

羊城晚报记者从广州正佳广场获悉,今年10月25日,正佳广场天猫同城购正式上线,同时也是广州市内唯一一家已上线天猫同城购的购物中心,在天猫、支付宝、淘宝的首页或搜索“天猫同城购”,均可以找到正佳广场的线上购物入口。该天猫同城购设在正佳广场四楼的H1百货内,商品包括服饰、皮包、数码等多个品类。正佳广场天猫同城购负责人接受羊城晚报

记者采访时表示,天猫同城购的三个环节是同城买、同城卖、同城送,无缝链接商场的订单。“不仅广场天猫同城购不局限于H1百货的商品,海洋馆、雨林馆、博物馆的门票均可在上面购买,广场内的彩妆和护肤类的品牌都有进驻。”该负责人介绍,“我们会在13时30分截取当天符合完美履约派送范围的订单,并当天派送到顾客指定的地址,以后会赋予更多服务的可能性,例如客户选购一双鞋,我们可以送去3双给顾客试穿等。”该负责人表示,天猫同城购项目可以把商品

数字化,用智能算法来为组货提供数据支撑,为顾客提供更多人性化的服务,从而提升商业的价值。

还有商场致力于打造智能化营销平台,全方位丰富顾客体验。羊城晚报记者从广州天汇广场igc获悉,在今年举办的第七届Asia Pacific Stevie® Awards 顾客服务科技创新类别奖项评选中,igc凭借智能商场系统iMall获得最高荣誉金奖,成为此次评选中唯一获得科技运营类奖项的国内购物中心。

据了解,该智能系统所构建的线上线下一体化的智能化服务生态,将商场的基础设施和服务融入其中,让顾客可以随时随地完成多种互动功能,完成消费积分等线上操作。在今年11月igc与迪士尼合作打造的2020年皮克斯“皮一下”主题活动中,该智能系统还赋予了多个装置独具趣味的线上线下联动玩法。

## 跨年元旦节目多 “夜经济”持续复苏

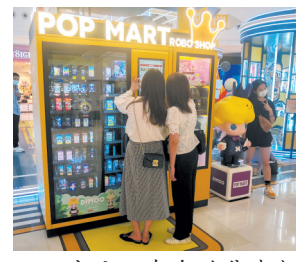
今年6月12日,广州2020“Young城Yeah市”夜间消费节启动,包括天河路商圈、北京路商圈、上下九路商圈、万达广场等全市30多个大型商圈、商业综合体参与,广州“夜经济”开始持续复苏。

消费市场的良好状态有望持续至2021年。即日起至元旦假期,广州天环广场联手YSL美妆、喜茶和咖啡品牌%Arabica开启快闪活动。同时,天环“星屋环游记”冬日主题展在元旦期间将准时上演“飘雪”活动,

让广东人也能感受下雪的气氛。广州太古汇则在383号漫想大道的基础上于31日晚打造“朋克迎新派对”。

受疫情影响,今年不少市民取消了出远门的计划。但广州不少商场在今年举办了多场呈现异域气氛的艺术活动,让市民在城内即可游览全世界,如广州K11“无法”不美法式风情文化节、正佳“中日文化艺术节”等。今年元旦,艺术活动的多点开花也将持续为消费市场注入活力。

在北京路商圈,记者获



市民正在自动售卖机选购盲盒  
图/徐炜伦

悉自12月25日起至2021年农历新年期间,广百百货北京路店、新大新百货北京路店平日延长营业时间至晚上11时,周末(周五、六)试行24小时营业,激发广州夜经济活力。

## 盲盒经济“火出圈” 潮流玩具市场广

要说2020年最吸引流量的业态,盲盒会占一席之地。今年12月11日,被称为“盲盒第一股”的泡泡玛特在港交所挂牌上市,让关于潮玩的话题再次火了起来。对于购物中心来说,引进盲盒品牌似乎已是常规之举,如今在广州各大购物中心里,几乎都能看到摆放有泡泡玛特或其他盲盒品

牌的自动售卖机。

事实上,泡泡玛特仅为中国潮流玩具市场的一小部分,据其招股书显示,根据弗若斯特沙利文报告,于2019年按零售价值计算,泡泡玛特在中国潮流玩具零售市场排名第一,但市场份额仅为8.5%,可见中国潮流玩具市场之巨大。

其他潮流品牌方面,KK

集团全新潮玩集合品牌X11于今年国庆期间在广州荔湾悦江城开业了华南地区首家旗舰店,而前不久新开业的番禺天河城内亦能看到X11门店,相比泡泡玛特门店,X11门店提供包括图书、饰品、文创、益智玩具、指尖陀螺、洋娃娃、公仔等多类型产品,覆盖多个年龄段的顾客。

## 冬季时蔬更鲜甜

### 快来市农科院鲜蔬餐厅尝尝

日前,第二十届广州蔬菜新品种展示推广会在广州市农业科学研究院南沙总部基地盛大开幕,面向公众展示期将持续到2021年1月8日。本届展示推广会上足有1035个蔬菜新品种,要想尝到丰富的新品种蔬菜,可以到位于琶洲大道的市农科院鲜蔬火锅餐厅。

餐厅选用的食材全部由南沙基地每天新鲜送达。冬季时蔬更加鲜甜,多吃蔬菜有助于补水润燥。绿油油的菜心焯水即熟,鲜甜多汁。十几种色彩缤纷的番茄,生熟食皆可,酸甜开胃。更有羽衣甘蓝、细菊生菜、新西兰菠菜、西兰苔、珍珠菜、豆腐、冬

寒菜、茼蒿、冰菜、水果彩椒、板栗南瓜等,所有果蔬均可观赏、可品尝、也可购买回家。除此之外,还有对口帮扶特色农产品的品鉴和选购。

地址:广州市海珠区琶洲大道东市农科院鲜蔬餐厅(导航市农科院鲜蔬餐厅;地铁8号线赤岗站下;赤岗汽车总站坐45路583路到芳园路口站下,沿芳园路方向500米处)

电话:020-84212243,84219926 (杨广)



丰富新品种鲜蔬

# 饭香不怕巷子深 广东小店借势“双12”数字化转型快

文/朱诗颖 杨广

在新冠肺炎疫情常态化防控背景下,商家数字化迎来机遇。减少出门频次下楼取货、及时获取优惠信息、挑选更全的商品种类……非实体店、无接触式的这一切购买便利,如今都可以在手机上实现,也得益于商家的数字化实践。

近年来,中国数字经济蓬勃发展,2020年以来,商家在防控需要、物流停滞、到店客源受限等艰难环境下,实现反亏为盈,助力市场复苏,从容面对新冠疫情的冲击,与新业态新模式支撑的数字经济紧密不可分。数字化赋能、数字化转型升级等新内容也成为高频现象和话题。

商家数字化,可以理解为在一个手机终端,集纳更多更全的购买信息。如今,数字化出现在城市的各个场域,如一张大网连接了生活在城市里的人们。支付宝也乘此东风,上线小程序、发放消费券,在数字化背景下实现了对商品高效、便捷的“管理、消费、运营”一体化功能。

那么人们是怎么过上动动手指就能拿到心仪好物这种美好生活的呢?且看“双12”期间支付宝推出的数字化服务都有些什么?

## 上线营销利器小程序 优惠信息秒达用户

在山西晋城,这个常住人口230万的四线城市,有一家成立不到6年的本土连锁便利店——“神利便利”,通过线上创新,做到了17万线上活跃会员的覆盖率和超过80%的复购率,成为行业佳话。

今年“双12”活动期间,“神利便利”日均销售额再创新高,直接提升了6倍多,而且复购率高达80%。如此高的销售业绩和复购率,到底是怎么做到的?这一切离不开其运营上对数字化的转型和深度投入。

2014年,“神利便利”在晋城诞生,以食品百货和日用百货为载体,服务周边1公里的社区居民,6年时间,拓展至200家加盟门店,拥有600多名员工。

早在2017年,“神利便利”就通过与口碑的合作,在2017年的“双12”活动中尝到了甜头,当年“双12”期间接入口碑5折活动,销售额实现了6倍上涨,此后双方一直保持着良好互动。到2019年,“神利便利”小程序上线后,功能完善了,优惠活动也能搞了,但更多的新会员哪里来?今年8月,陈金龙推出了线上会员卡活动,新用户只需要4.9元就能购得一张月卡,里面有不同额度的优惠券包专属会员福利,例如,一提纸巾原本售价25元,成为线上会员,获得会员补贴,即可10元购买,只需一单用户就能回本。活动推出后,便利店一个星期新会员增

加10万!

这样的数据,在以往无法想象,按照传统逻辑,一个门店员工即便倾尽全力,一天最多吸引5个会员。如今依托小程序加爆款引流思路,已经有超过17万会员聚集在支付宝小程序上,优惠活动一目了然。超过80%的顾客养成良好互动习惯,会自发进入小程序界面获取当日优惠。

在陈金龙看来,支付宝有

着比其他渠道更天然的优势,尤其是它的支付属性,通过该支付流程里,将优惠活动适时地推荐给用户,用户更容易接受。而且通过支付宝,还能与大量的异业商家达成合作,实现合作共赢。

“例如,在支付宝消费券会场,有客户爱去麦当劳或者屈臣氏买东西。通过我们的进店引导,或者顾客自发进入支付宝上,不仅能在我们家享受优惠,还



## 饭香不怕巷子深 优惠券+外卖快取圈粉年轻一族

基于当下数字化技术的更迭与支持,多元化购物成为生活方式的潮流和必须,数字化内容也在以多种形式影响着人们的日常。以一日三餐为例,只需手机下单,就能吃上热乎乎的外卖,选择高性价比的健康低脂“好料”,是年轻“干饭人”的优先选择。

金多宝明火烧鹅在深圳366大街是出了名的老店,今年做生意虽不容易,但是老板很有信心抓住“双12”这个好机会,冲刺全年业绩:“有些顾客看了消费券商家而来,问店里能不能用券。周末生意最好,满50减8元,结伴来很划算。”活动开始8天,小店就卖出了1000多只烧鹅烤鸭,共计10000多份烧鹅烤鸭,周末饭点,老板还常在门口另外多加了两张桌子待客。

潮汕潘记,由一家祖辈做汤粉起家的潮汕兄弟姐妹经营。虽然开业不到4年时间,但老手

艺做出的好味道吸引了很多附近学生和老街坊。为了扩大店铺的食客群,今年“双12”,老板推出线上点单,线下快取,还可以使用支付宝优惠券,吸引了越来越多的上班族。这个月,老板在小店门口新增加了10张桌椅,仅饭点2个小时就能卖出300多碗汤粉,一周可卖出逾4800碗,这是以往所无法想象的。

而位于西丽的牛肉粉店,虽然店面不大,老板却有一套自己的生意经。作为今年首批报名参与支付宝“双12”消费券的小店,牛肉粉店针对喜健身增肌的顾客,专门推出定制式的优惠牛肉套餐,因为当天牛肉当天卖,不隔夜,晚上8时过后,店里会打折促销,从9折到6折,还能叠加支付宝消费券满10减2,满50减8。据店家透露,12月以来,店里卖出的牛肉套餐1500多份,差不多卖掉了一头牛。

中国正式进入数字化时代以来,技术带来的并不仅仅是网速的提升,更进一步实现了万物互联,给日常生活提供了更多便利。

对于商家们来说,年末是冲刺好成绩的“年终大考”。背靠支付宝做活动,不仅能小程序点餐,还能线上联合发消费券做活动。无论是滑动一下手指上线更多优惠回馈用户,还是通过扫描二维码达成“无接触配送”,数字化正在成为一种趋势。目前,2020年支付宝“双12”活动,已有1500多万实体商家参加。

未来,随着人们的支持以及技术条件的支持下,商家数字化程度也将越来越高。

