

12月11日,苏宁召开发布会,宣布新街口EXPO超级店将于12月29日开业。新街口店地处核心商圈,依托苏宁生活广场,形成了涵盖电器旗舰店、星级酒店、酒店式公寓、甲级写字楼等高端业态的大型城市综合体。其中,新街口超级店经营面积超3万平方米,预计未来年销售额将达到20亿。

□现代快报记者 杨坤

虚实结合新模式 科技体验新平台 品类布局新业态

# 新街口EXPO超级店 12月29日定义未来零售



苏宁新街口EXPO超级店开业新闻发布会

## 感恩十三载 5000万让利回馈金陵百姓

2011年,苏宁正式明确了新十年“科技转型,智慧服务”的发展战略,强调以科技创新推动苏宁在营销、渠道和服务等方面的变革。在这种背景下,今年9月份苏宁在北京、上海、广州、南京推出了EXPO超级店这一全新业态,12月底第二批超级店也将在北京、上海、南京、成都、重庆、武汉、贵阳、昆明等8个城市推出。

金明表示,新街口EXPO超级店作为苏宁生活广场的核心业态,它的经营体量、经营模式乃至经营范畴都是业内领先的,苏宁也将其视为“线上线下”融合模式的最佳范本,并将基于新街口店积极研究未来中国3C、家电零售

行业的发展趋势。

在新街口EXPO超级店开业之际,苏宁也在促销资源上做好了充分准备。据苏宁电器南京大区总经理下农介绍,针对此次新街口EXPO超级店开业,苏宁电器南京大区投入了3000万资源和5万台特价机,集团总部又追加了2000万的资源来支持该店的开业,5000万资源的支持将确保开业力度史无前例,真正回馈消费者;无论是在品牌影响力,还是整体服务能力、新品首发体验以及价格让利方面均给予有力的承诺。

未来将把新街口EXPO店从城市商业核心逐步打造成地区性商业核心。

## “中华第一店”全新升级 树立中国3C家电零售标杆

一直冠以“中华第一店”的苏宁新街口店对于苏宁乃至中国家电零售行业来说,具有着旗帜标杆的意义。1999年,新街口店正式开业,从空调专营转型综合电器连锁经营;2003年,新街口店开创了3C旗舰店经营模式,苏宁连锁发展驶入快车道;2005年,苏宁与主要竞争对手决战新街口,确立和巩固了电器零售的领先地位;2006年,全面升级为第五代3C+旗舰店。

苏宁电器总裁金明表示,过去的13年,新街口店是苏宁快速发展的缩影,引导了苏宁每一次

转型变革,是苏宁创新战略实践的发源点和试金石,更开创了历次中国3C、家电零售业态模式的先河。

作为新街口EXPO店的整体业态模式——苏宁生活广场,金明也做了详细的阐释,即位于城市商圈中心,以苏宁EXPO超级店为主力店,涵盖精品零售、餐饮、娱乐等业态,定位时尚、年轻的家庭型生活购物广场。

据悉,新街口苏宁生活广场1、2期将规划诺富特酒店、苏宁雅悦高端酒店式公寓、甲级写字楼、国际快销、餐饮等业态。总建

筑面积达到10万平方米,其中EX-PO超级店电器经营面积超3万平方米,在电器经营体量上已经达到全球第一。

紧密围绕科技(technological)、丰富(Bountiful)、便捷(Easy)、体验(Experience)、时尚(Fashionable)的设计理念,在外立面、店面环境、功能体验区、动线导引等方面,采用了全球最流行设计元素和国际前沿设计标准,通过全新的店面环境、商品展示和陈列系统,为消费者倾力营造了全新的购物体验。

## 产品服务虚实结合 科技体验突破创新

由美国MG2、日本国誉等全球顶尖商业设计公司担纲设计的新街口苏宁生活广场,在秉承EXPO超级店既定设计理念的同时,通过产品、体验、融合、服务四个方面的全面创新,真正打造一个全新的苏宁。

**产品创新**——苏宁作为3C消费类电子产品最重要的首发平台之一,潮流新品、旗舰产品将第一时间在新街口店为代表的EXPO超级店进行展示销售;微软Surface、Ipad mini、联想YOGA、iPhone 5、三星NOTE II、诺基亚LUMIA 920、徕卡M7、BOSE 55英寸娱乐系统等炫酷产品已经或即将在新街口店上架销售。同时,苏宁“私享家”智能家居服务、体感产品、虚拟产品与服务,进一步从实体产品拓展到虚拟和智能云服务产品,产品持续创新升级。

**体验创新**——新设苹果、三星、索尼SIS、BOSE、平板电脑、超极本、单反等28个产品体验与销售专区;同时增设体感游戏、儿童乐园、简饮等专区,完善购物体验;新街口店内实现WIFI热点全覆盖,大量应用智能手持终端、电子价签、热度分析系统、客流计数系统、摘机系统等信息技术,优化购物流程,提升客户服务体验。另一方面,还提供智能家居、云应用商店、云阅读等产

品,消费者可以随时体验苏宁云服务。精心梳理畅销图书、杂志,进行专区出样,同时大量配备会员自助客户端,消费者可以轻松实现苏宁易购各类图书的在线查询与购买。图书专区还将规划大面积阅读区,与彩电、影音、按摩椅、简饮等区域全面整合,营造全新舒适的视听、阅读、美食的融合体验。

**融合创新**——苏宁新十年战略进一步明确了“互联网+旗舰店”的战略规划,实体零售与电子商务共同承载着集团“科技苏宁,智慧服务”创新发展的重任。生活服务上,新街口苏宁生活广场将实现虚拟产品、票务/酒店预定、充值/缴费等增值业务、运营商合约办理、优惠打印等服务应用的统一规划整合,一站式满足顾客增值业务体验与办理的需求;经营范畴上,将全面共享线上苏宁易购供应链,精选进口食品、酒类、保健品等商品,规划精品超市,与生活电器、日用品、百货、儿童乐园等整合为综合生活休闲区域。同时,精品超市区域也将通过会员自助客户端,全面接入线上苏宁易购商品信息,通过线上展示、线下体验、快捷比价、自助下单,全面实现商品和价格统一整合。

**服务创新**——在基础服务方面,新街口EXPO超级店将在人

员甄选、培训落实、激励机制等各方面,全面提升服务水平。在专项服务区域规划上,将加强服务与体验配套设施的完善,分别规划包括自助打印、ATM、存包、优惠券打印等自助服务区,包含客户服务中心、3C服务中心、培训教室等服务的客户服务区,包括儿童乐园、简饮区等功能的休闲服务区在内的三大类合计18小类的服务区。

在线上服务融合方面,苏宁易购自提点、快递点的设置,门店“最后一公里”小件物流配送队伍的建设,快速提升了全面适用线上线下的终端服务能力;客户服务中心和3C服务中心在增强实体门店的产品安装检测、售后维修服务等功能的同时,提供更为便捷、专业的售后服务保障。

通过产品与服务的虚实融合,双线协同的经营模式下,在科技与体验的苏宁智慧科技创新下,新街口EXPO超级店的经营范围将扩展至17大品类,超10万个SKU,40万总出样数,在实现线上客户端的接入后更将实现线上近100万种商品的共享销售;未来3年内,新街口EXPO超级店年度销售总额达到20亿,在单店经营体量、销售规模、商品种类各方面进一步巩固行业第一的地位。

## EXPO将是国内零售业的一次革命

对于此次新街口超级店的推出,业内也是颇为看好。相关专家分析称,综观苏宁近几年的双线融合,模式创新方面,均是在深入研究现在消费者需求点及变化,以提高供应链效率为方向,进行不断的优化经营结构。凭借在经营模式、智能体验、客户服务等方面实现的全面突破,以EXPO超级店为代表的苏宁实体零售业态将为供应商提供更优质的产品销售、品牌推广平台,并为消费者提供全新的购物体验,全新定义中国零售业态的未来发展。

对于苏宁新街口EXPO超级店未来发展的预期,金明告诉记者,10%—12%是一个合理的成长率,也有可能超过。业内人士表示,苏宁EXPO超级店模式某种程

度上表明了以苏宁为龙头的国内家电业正在寻求多元化出路,从提供单一商品转向提供生活解决方案,这种改变最根本表现在模式理念上更加从消费者的角度出发。记者了解到,目前国内家电业正在接受新一轮的洗牌,影响洗牌的原因主要表现在三个方面,一是渠道商能否变革,激发新一轮的消费意愿;二是家电产品质量和价格能否在消费者心中画等号;三是对于3C家电产品的衍生科技服务,主要包括提供可行性的增值和使用方案,让其对家电渠道商提供的衍生产品有一定的依赖性。

有观察人士也认为,EXPO超级店、乐购是苏宁电器两个新的商业品牌,前者来自自身创造,后者来自海外收购,这两个商业品牌将对以苏宁生活广场为组成部分的商业地产项目提供了可靠和可持续增值空间。目前国内地产商SHOPPINGMALL项目虽然多,但由于受到本身角色的限制,对未来的可持续经营都存在不确定性,原因主要来自一是没有号召力大的自身商业品牌;二是转嫁招商风险后,往往出现后期运营低下的表现。



苏宁新街口EXPO超级店店面效果图