

# “双11”大战今天开打 飞凡携6000+实体商家双线迎战

今天凌晨,天猫双十一开幕,很多人再次被“买买买”攻陷。然而,从11月3日开始,由飞凡商业联盟双线打造的“飞凡11天,全民狂逛节”已进行到第9天,对标双十一电商节,在最后3天的收官之战中,飞凡将携手实体商业双线持续发力,在“新零售”时代掀起全民线下逛街的“新风潮”。

现代快报/ZAKER南京记者 刘德杰



南京建邺万达广场“飞凡11天,全民狂逛节”

## 线上抢,线下花 纯电商格局被打破

双十一大幕今天凌晨开启,如何为双十一造势,各电商大佬们可谓挖空了心思。记者了解到,苏宁易购在太湖畔造了一座“笑倾城”,天猫不惜重金打造了一场堪比春晚的晚会,京东CEO亲自上阵玩起了厨艺直播。而早在11月3日,定位“场景服务运营商”的飞凡携手6000+实体商业和超50000个品牌,启动“飞凡11天,全民狂逛节”,形成了线上线下联动的消费盛宴,将原本电商主导的购物狂欢节,打造成实体商业携手应战的现象级事件。

昨天,记者走访了南京建邺万达广场,在专设的活动区域,通过飞凡APP体验了一把“全城总动员”,虽然没中得邮轮大奖,但赢得“七彩画笔”,心里也是美美的。“参与‘约惠网红’抢了36块钱红包,可直接用于在线支付,首次绑定飞凡通还获得15元停车券。”现场不少消费者对这些活动赞不绝口。

11月9日,飞凡与南京新街口百货签订了战略合作协议。此次“飞凡11天,全民狂逛节”,除江苏17家万达广场全线参与外,南京两大重量级商贸企业——中央商场和新百也全线参与到此次活动中,用户下载并打开飞凡APP定位南京,即可看到多家上线商场及购物中心的活动力度和优惠信息。

## 有直播,也有AR 抢滩“新零售时代”

每年双十一就像零售业的大秀,苏宁易购玩起了穿越、天猫邀请了半个娱乐圈造势、京东CEO亲自上阵做直播,而飞凡却联手超过6000家实体商业反围剿“双十一”。实体商业嫁接互联网,谋求线上线下融合,此次“飞凡11天,全民狂逛节”,突破网购单纯优惠的“老花镜”,与6000+实体商业和50000+品牌双线迎战电商双十一。

记者进入飞凡APP“飞凡11天,全民狂逛节”的活动页面,网红、直播等互动环节让人眼前一亮。记者了解到,从10月21日开始,飞凡与熊猫直播联合打造的“约惠网红抢红包”活动即已开始。用户观看指定网红直播的直播,即可看到他们在直播中发放的飞凡APP红包密令,输入密令即可领取红包。用户领取的红包可在相关购物中心用于支付。

除网红、直播外,此次飞凡还在全国首次大规模使用风靡全球的AR寻宝,进入飞凡APP,点击“进入AR寻宝”即可体验AR的乐趣。据了解,这一有趣新颖的玩法吸引了不少消费者,很多人走遍整个广场只为集齐9只宠物,堪称商场版的“Pokemon Go”。该环节提升了用户在广场的逗留时间,增加了消费的可能性,为门店带来客流、提升销量。

## 最后3天,持续发力 场景体验成“制胜点”

据了解,在今年“双十一”前夕,阿里巴巴集团董事局主席马云曾放言,纯电商时代很快就会结束,线上线下必须结合起来。在业内人士看来,借力飞凡线上优势,实体商业已经不再是“双十一”的观望者,利用线上用户、线下场景体验,强化实体商业+互联网的叠加效应,力图构建新的零售格局。

值得关注的是,此次“飞凡11天,全民狂逛节”,飞凡开放平台连接起了国内最丰富的跨地域、跨行业的线下零售渠道和购物场景,可以为消费者提供更有价值的商品、服务和体验。借助优质的体验优势,依托飞凡APP的线上支持,消费者在线下6000+实体商业使用飞凡通支付,首单还可享受满减优惠,不管是买柴米油盐,还是扫时尚名品,都能直接减钱。

记者了解到,借力双线场景体验提升用户参与度,线上万人“脱光”直播秀、线下大牌真五折都将在最后3天持续升级。此外,全民看大片、千万豪礼免费摇等活动都将为消费者带来海量实惠。业内人士表示,依托线上新玩法+线下新体验以及覆盖全国范围的实体商业,“飞凡11天,全民狂逛节”将掀起一股全民到线下逛街的“新风潮”。

# 深耕实体,看日本零售这样做

备受瞩目的双十一电商大战今天凌晨打响,各大电商狂欢之际,实体商的奋力突围也成为焦点。在这场没有硝烟的“战争”中,人们开始怀疑实体店是否会在未来全部消失。面对电商的气势汹汹,中国实体业如何突围,日本实体店抓住电商“短板”并不断深耕自己的优势领域,或将对中国零售业有所借鉴。

综合《半月谈》整理

## 服务成为高附加值

在日本,电商平台上的商品琳琅满目,滑动鼠标亦可轻松选择心仪的商品,但许多日本人还是习惯到传统实体店里去采购,体验细致入微的服务所带来的享受和乐趣。

日本商家折射的耐心、礼貌、周全等服务意识和精神值得称道,这对于电商来说很难企及。

在日本商场闲逛,不管你买不买,永远可以看到服务员真诚的笑容和不断躬身的感谢。在餐饮行业,服务也体现在每个细节。此外,日本商场和餐厅一般都干净整洁,更有许多暖心的细节设计。

## “匠人精神”的载体

坚守一门手艺,并且精益求精,小到一碗拉面、一块豆腐、一个寿司……日本人似乎很擅长

在小买卖里做出大生意。特别是饮食方面,想要品尝“匠人”的手艺,就必须去实体店。去年12月,坐落在东京丰岛区巢鸭站附近的一个不起眼小店“葛”被评为全球首家米其林拉面店。开放式的厨房、木制的餐桌、昏黄的灯光……等候过程有点像到朋友家做客,煮面、浇汤、加料、点缀,看似简单的每一步都大有讲究。

另外值得一提的是,有着“寿司之神”之称的小野二郎,他经营的寿司店“数寄屋桥次郎”连续两年荣获米其林三星餐厅的最高荣誉,从醋米的温度到腌鱼时间的长短,再到按摩鱼的力量,小野二郎都亲自监督。他还会根据顾客的性别、用餐习惯精心安排座位,时时关注客人的用餐情况来做调整。不管是拉面馆,还是寿司店,这些小小的店铺其实都是日

本“匠人精神”的载体。

## 线上线下都征税

日本实体店没有受到电商的激烈冲击,还有一个重要原因,就是网购价格优势并不十分明显。日本政府很早就对从事电子商务的企业实施征税政策,在实体店中要支付的8%消费税,也不会因为在网络上采购而省去。加上日本人工成本高,物流成本更高,所以电商的价格相对实体店来说并没有便宜多少。

一些百货商场会采取“量身订制”的服务,通过办理会员卡等方式,收集顾客的个人信,建立顾客档案,并根据每位顾客的消费金额、消费倾向以及家庭构成、年收入和爱好等进行综合分析,分别对其采取不同的行销策略。

## 之道出行上线江苏 助力完善出行生态链

江苏网约车市场再添新丁。11月8日,之道出行在南京举行了“江苏上线”新闻发布会。作为之道出行(北京)科技有限公司推出的一款出行APP,之道出行APP集专车、酒店、旅游、餐饮、娱乐、票务、购物商城等多功能于一体,提供一站式出行服务,全面覆盖用户日常出行所需。江苏作为之道出行上线的第四个城市,结合市场政策及整合本地资源,现已开始招募符合条件的司机及车辆。

据了解,目前之道出行在4个月内完成了北京、上海、成都、江苏的上线。在之道出行差异化优势、全通路出行体验等竞争核心优势下,之道出行还向城市总代理赋予了全权开放所属地区总代理的权限,从租赁公司的角度看,对自身的资产总体收益有较大提升。

目前,之道出行正在完善2.0版本,全新版本将增添包括购物商城在内的许多功能,扩大专车服务平台功能,也全面革新旅游、生活的平台功能,浙江、安徽上线之后,长三角地区出行生态环将初步完成。预计2017年中旬,之道出行将布满全国二线城市,全面推进“智慧型”城市的出行生活融合,未来出行市场的全面跨界融合,之道出行将开拓出一片万亿市场。

现代快报/ZAKER南京记者 刘德杰

## ●●● 相关链接 飞凡与新百联手共推“实体+互联网”新模式

11月9日,“实体+互联网”场景服务运营商飞凡与新街口百货集团(以下简称“新百”)在南京举行了战略合作签约仪式。通过合作,飞凡将为新百带来整套的智慧商业解决方案,为新百在运营和服务方面嫁接互联网技术,全面升级新百的商业模式和运营效率,从而为消费者提供全新的消费体验。

在今年双11期间的飞凡狂逛节上,新百将通过搭载飞凡线上多元、互动的玩法,结合线下购物的品质体验,倡导消费新方式,提升消费升级理念,改变消费者对双11纯电商化的传统认知,掀起一场跨业态、全品牌、全渠道的全国实体联动的新零售运动。

在此次飞凡狂逛节中,南京、芜湖和淮南的三家新百门店参与

活动。万达网络科技集团总裁曲德君在讲话中表示,飞凡的模式与新百提升消费体验、积极探索“互联网+”转型升级的尝试高度契合。在谈到与飞凡的合作时,新百集团总裁傅敦汛表示,与飞凡的合作是新百打通线上线下的重大举措之一,借力飞凡网的开放平台,新百能够广纳各方资源,深化“互联网+”概念,探索自营零

售,推动实体转型。

借助与飞凡的战略合作,新百正用互联网思维实现创新营销。可以预见,在未来的发展中,新百将进一步加深与飞凡的合作,通过业态创新、模式创新和服务创新等一系列举措来实现商业4.0落地,应对中国商业的“新常态”,重塑实体商业的竞争力。