

決戰11·11 消費概念轉型 線上線下融合

「低價」不再是今年「雙十一」的關鍵詞，隨着阿里、京東、蘇寧等主流電商平台相繼提出新的零售概念，2017年也被業界公認為是「新零售元年」。與往年相比，今年「雙十一」戰場升級，線上線下融合、智慧物流、大數據分析等高科技層出不窮。「雙十一」正在褪去降價競爭的烙印，向品質消費、服務消費的新業態演變。

■圖／文：香港文匯報記者 俞晝 杭州報道

「雙十一」海報佈滿地鐵、公交站台。香港文匯報浙江傳真



■今年「雙十一」天貓將實行全網協同，線上線下無縫融合。

■京東宣佈開啓「京東11·11全球好物節」對壘天貓。香港文匯報浙江傳真



主流電商平台PK「雙十一」

天貓：

- 啟動雙11全球狂歡節，百萬線下門店參與。全球超過14萬品牌將投入1,500萬好貨參與；100大中國品牌首次出海，進駐200多個國家和地區，扶植內地中華老字號品牌進香港。
- 推出6億現金紅包。
- 菜鳥網絡協同全行業超過300萬快遞人員參與。

京東：

- 啟動11·11全球好物節、數十萬線下門店參與，已為英語、俄語、印尼用戶分別打造符合當地購物習慣的站點。
- 無人超市、無人便利店正式開業。
- 與互聯網流量巨頭結盟。
- 13座亞洲一號和機械人軍團全面落地。

蘇寧：

- 啟動O2O購物節，蘇寧易購將線上大促與全國30家雲店和1,000家易購直營店相結合，實現購物零時差。
- 智慧零售機械人「旺寶」將登陸蘇寧互聯網門店，未來將在多種場景為蘇寧用戶提供智慧導購及展廳導覽服務，並深度參與到蘇寧「V購」體系中，根據預約接待VIP顧客。
- 20萬「共享快遞盒」投放13個城市。

電商戰火蔓延升級 推新零售

「我們的『雙十一』從8月份就開始了。」農夫山泉電商負責人李強從一大疊海報和文檔中抬起頭，給記者騰出一個空位。「特別是收到參與今年天貓52品牌『祝你雙11快樂』的聯合營銷邀請函後，我們花了一個多月的時間，加班加點，前後設計了5版海報，最終選擇了用經典的山、水和火車的形象來闡釋貓頭形象，向大家傳遞農夫山泉『天然好水』的理念。」

電商平台銷量急增十倍

事實上，直到去年，這家成立於1996年的飲用水生產企業才正式成立了電商部門。「瓶裝水單價低卻分量重，物流成本比較高，在電商購買的優惠沒有別的商品那麼大，所以之前我們的銷售一直以商超為主。」抱着練兵的態度，農夫山泉參加了去年的「雙十一」活動，用的是最簡單的折扣促銷和買贈方式，沒想到當天的銷量較平日翻了十倍不止，在幾大主流平台的水飲類目份額都是第一。

「對於我們傳統零售企業，新零售最大的作用是構建了新的消費場景。」李強坦言，通過電商平台的遊戲、直播、秒殺等互動方式，可

向新舊顧客更加全面地展示自己的產品和特質，獲得的用戶黏性成本遠低於線下。此外，隨着高端水和飲料的研發以及物流成本的進一步降低，電商平台很快成為公司新的銷售增長點，增幅達兩位數。

「用送牛奶方式發貨送水」

「所以，我們把今年的『雙十一』定義為消費者的狂歡節，針對不同的產品線規劃了不同的玩法，主打『好玩』、『有趣』。以農夫山泉嬰兒水為例，我們通過大數據的沉澱發現，此款產品的周期復購時間比較穩定，為了提升消費者的購物便捷性，這次『雙十一』我們在農夫山泉天貓官方旗艦店推出了嬰兒水周期購計劃，消費者下單後可設置每個月固定送貨時間，到期我們就會自動發貨，類似牛奶的周期送貨。」

「此外，針對經典的550ml天然水，我們特別為天貓和京東『雙十一』定製兩款新包裝，從目前地鐵和新媒體的投放效果及反響來看，還是非常成功的。」在物流方面，李強介紹道，農夫山泉在全國有八大水源地，目前採用和第三方物流合作、全國分倉就近發貨的原則配送，將物流成本降至最低。



■農夫山泉電商負責人李強。



■內地地鐵站內的農夫山泉與天貓的聯合營銷海報。香港文匯報浙江傳真

「雙十一」購物優惠轉至線下

「從天貓平台，到銀泰這樣的商業綜合體，到大小商超，再到『智慧門店』和天貓小店，每個人身邊幾乎所有零售消費場景都將在此次天貓『雙十一』中實現上下通達、立體聯合、全網協同。」阿里巴巴集團CEO張勇在2017天貓雙十一狂歡節發佈會上宣稱，今年的「雙十一」將線上線下無縫融合，沒有阻力，只有合力。

位於杭州西溪路418號的「維軍超市」是內地首家通過授權的天貓小店，這家通過阿里巴巴零售通智能改造的社區超市，將與其他4,000家天貓小店、3萬家村淘點、5萬家金牌小

店、10萬家智慧門店、60萬家零售小店一起參與今年的「雙十一」活動。

提供線上線下購物優惠

「幾乎每天都能收到新的優惠信息。」維軍超市店主黃海東告訴記者，目前已經落實的就有熱門單品特價、品牌全系列滿減活動，如果用支付寶付款，還能享受整單98折的優惠。「我們還在收銀台貼出了『雙十一』優惠碼，通過手機淘寶、支付寶掃碼可以領最高50元的消費紅包，『雙十一』當天可用於線上消費。」

「再過幾天，VR抓貓的設備也將安裝完成，消費者只要在我們店裡打

開手機淘寶頁面，就能與『天貓精靈』進行互動，分享自己快樂的理由，『雙十一』當天還可享受特殊商品買一贈一的優惠。」

在天貓小店裡，記者看到在進店很顯眼的位置有一個天貓專櫃，這組貨架上的所有商品均是天貓爆款產品，包括百草味的小包裝零食、迪士尼授權的小手辦等等。黃海東說，這些「網紅」商品在附近店舖都沒有賣，在引流入店方面起到了很大



■「維軍超市」等4,000家天貓小店將線下參與「雙十一」互動。

的作用。「從8月完成改造至今，我們超市的客流量上升了30%，銷售額提升了40%，效果還是很明顯的。」

中原夥Matterport推VR睇樓

香港文匯報訊（記者 莊程敏）中原繼去年推出視頻搵樓平台CentaVideo後，昨再與美國3D媒體技術企業Matterport簽訂策略夥伴協議，中原地產與中原數據科技將投資約2,000萬元，發展3D及VR搵樓平台。中原地產亞太區主席兼行政總裁暨中原數據科技主席黃偉雄表示，中原已拍攝的放盤物業影片已逾35,000條，當中具備VR功能的放盤影片逾720條，具VR片段的放盤中，成功促成成交的機率較未有VR影片的高出3.8倍。

VR影片放盤成交機率高

中原數據科技董事施俊傑表示，以往室內3D重建需要人工現場勘測獲得尺寸資訊，再交設計師費時費力地完成繪製設計，室內3D掃描技術的出現將室內建模的工作量大幅度降低，Matterport的使用更令中原地產於網

上放盤的效益大大提升。而且VR片段不需局限於拍攝者選取的角度，單位內每一個角落，於Matterport的掃描技術下都可拍攝得到，讓睇樓人士不受時間、地域、天氣所限，恍如置身單位現場，單位內部間隔及景觀360度一覽無遺。

擬拓內地及亞太市場

中原更將全港6萬多幢建築物的街景坐標整理，並結合於中原網頁及中原流動應用程式的放盤頁面內，客戶只要於同一頁面內，從中原整合的街景坐標，由大廈入口出發，以Google街景功能先參考物業周邊社區環境，



■中原與Matterport簽訂協議，共同發展3D及VR搵樓平台。梁悅琴 攝

繼而以360度模式參觀放盤單位內部間隔。從明年開始客戶將可通過Google街景流動應用程式和VR程式觀看360度的VR版本。公司的目標是2018年中原網頁內VR放盤達至3,000個，下一步將與Matterport攜手，將3D睇樓技術推廣至內地以至亞太地區物業市場應用。

瑞士招攬香港投資者

香港文匯報訊（記者 岑健樂）瑞士駐港總領事館昨舉辦「投資瑞士」講座，鼓勵內地與香港商人投資瑞士。在講座上，使館商務主管Claudia Solenthaler認為，投資瑞士有四大優勢：技術轉移優勢、商業網絡優勢、成本優勢及手續簡便。

進軍歐洲市場橋樑

首先是技術轉移優勢。Claudia Solenthaler指出，瑞士在科研的投入達GDP的3%，在創新競爭力方面位居世界前列，而且配備職業與大學雙軌制專上教育，培養了大量合適發展創科相關業務的人才。另外，瑞士是全球人均高科技產品消費金額最高的地區，由於市場潛力巨大，因此瑞士是不少國際知名企業的科研中心與歐洲業務總部，如內地的華為及美國的谷歌（Google）等。

政局及投資回報穩定

此外是商業網絡優勢。由於瑞士和香港均是重要的國際貿易與金融中心，因此正如外資可透過香港與內地企業進行經貿一樣，香港和內地企業

可以透過瑞士進軍歐洲主要市場，如德國、法國與意大利，因為瑞士是歐盟主要貿易夥伴，能協助兩地商人了解歐洲的市場環境。

成本優勢方面，Claudia Solenthaler表示，投資瑞士基本沒有行業與所有權限制，而且聯邦政府利得稅率低至8.5%，遠比其他歐洲國家為低，再加上政局穩定、勞資關係良好、交通基建發達、人均GDP位居世界前列、通脹率於租金增長接近零與匯率堅挺，故投資瑞士的回報較穩定。

在講座尾聲，她呼籲內地與香港商人可透過領事館方便快捷地投資瑞士，又表示大部分新公司在瑞士的開辦手續可在兩至四星期內全部完成，而且費用在5,000瑞士法郎（約39,000港元）以下，不算昂貴。



■Claudia Solenthaler 岑健樂 攝