

鞋子合脚,衣服合身,沙发合适……你统统不买,抄下货号后等着“双11”到网上以更便宜的价格购买。一些实体零售商对这种事情很警惕,他们决定采取措施来反攻。记者从权威渠道获悉,红星美凯龙、吉盛伟邦、居然之家等中国家居行业最大的19家连锁卖场已联合签署“投名状”,明令商户“不能变相让卖场成为电商的线下体验场所”。新世界百货则是打出“60天不打烊”、“新品低至五折”等促销手段,与天猫“双11”死磕到底。另一些零售商却不介意沦为“试衣间”。银泰百货在其旗下35个实体店挂起了“天猫1111购物狂欢节”的标识和易拉宝,消费者可以在实体店通过拍照和扫描二维码,领取“双11”天猫优惠券。按照天猫的说法,跟银泰百货一样,加入到“双11”活动的实体店3万多家,遍布全国1000多个市县,这几乎是全国市县总数的一半。面对来势汹汹的购物狂潮,实体零售商阵营开始分化,这会乱得不能再乱了的电子商务带来怎样的变局?

逮住老鼠的猫就是好猫?

“双11”来了,实体店面临痛苦选择

有人抵制天猫,有人和天猫合作

但最大的赢家仍然是马云

家居卖场联名抵制

记者从权威渠道拿到一份“家具行业内参”——《中国家具协会市场委员会关于规范电子商务工作的意见》,该《意见》明确写到,“不能变相让卖场成为电商的线下体验场所,不能让经销商成为电商的线下搬运工;厂家和商户在线上开展低价促销时,要向卖场等主要合作伙伴进行通报并将卖场的价格调至与线上一致;不许通过电商移动POS将卖场的业务转至他处进行交易。”

《意见》显示,签字的19家企业均为中国家协市场委员会主席团成员,红星美凯龙、吉盛伟邦、欧亚达、居然之家、月星集团等中国最大的家居流通品牌悉数上榜,落款日期为“10月23日”。

“这个时间点很微妙,前一天即10月22日,天猫召开了家

居行业的‘双11’动员大会。”广州某知名家居卖场负责人张磊(化名)告诉记者,在抵制天猫这个事情上,红星美凯龙、居然之家和吉盛伟邦可谓“化干戈为玉帛”,意见惊人一致。

“他们(厂家和商户)帮线上配送是为了蝇头小利在革自己的命。”红星美凯龙董事长车建新话音刚落,几乎同时,居然之家通过官微发布了《居然之家关于规范厂家和商户电商工作的意见》,大体内容与中家协的规范意见相同,但措辞更为严厉。“一旦发现使用电商的移动POS机,不但没收,还处以交易金额10倍的罚款,发现两次的,直接清场。”一位不愿透露姓名的居然之家商户告诉记者,这是逼迫品牌厂商“站队”,在线上 and 线下零售家中作出抉择。

实体零售商阵营分化

家居卖场确实应该保持警惕。“当年,为什么会加入阿里巴巴呢?因为一个赌。”嘉御基金董事长卫哲说,2005年,淘宝和百安居一年的营业额都是80亿。马云问他,把百安居的业绩翻一番还需要投多少钱,加多少人,花多少时间。卫哲给出的答案是,开40个店,每个店平均2000万美元的投资,每个店至少需要200人,开得快也需要花三年时间。而马云却说,“我只要加5台服务器,1个人都不用,6个月就能翻一番。”

结果显而易见——中国零售过去5年间涨了1.8倍,网络零售过去5年涨了19倍。按照阿里巴巴集团副总裁王煜磊的说法,今年的“双11”会有超过300个品牌的3万多家线下实体店加

入到活动当中,这些实体店遍布全国1000多个市县,这几乎是全国市县总数的一半。

以银泰百货为例,其在全国35个实体店挂起了“天猫1111购物狂欢节”的标识和易拉宝。公开表示,即日起,消费者可通过手机中的高德地图查到身边参加天猫“双11”的线下门店,体验、试穿实体店商品后,可用天猫手机客户端扫描商品二维码,添加到天猫购物车,并在“双11”当天下单购买,享受五折优惠。此外,消费者还可以用天猫客户端扫描品牌活动二维码,直接获得该品牌在天猫旗舰店的现金优惠券。

这是中国零售战争的新战场,最精彩的看点正是:实体店阵营分化,线上与线下攻防互换,敌友未明。



天猫要动谁的奶酪?

服装实体店的老板们认为,“消费者来店里,偷走了服务,然后还偷走商店支付给销售人员的工资,还有本来可能从其他顾客那里获得的销售收入,基本就是这么回事”。当然,阿里巴巴却会理直气壮地说,“把天猫挡在外面没有任何意义,别把消费者和互联网趋势挡在外面。”

“我们对于今年‘双11’获得多大销量都没有太大信心,天猫今年的商业风向标是向传统巨头倾斜资源。最说明问题的一点是,它会把品牌商分星级来导流量,而这种星级划分的权重大幅倒向客单价和回头率,如此一来,绝大多数淘品牌只能被评为二星或三星。”淘品牌听薇创始人龙吟告诉记者,听薇今年在“双11”的营销支出仅为去年的1/5,“我们只想存

活,不想备一堆货推高库存风险”。

当然,传统品牌商也会抱怨,“双11的网购狂欢是以五折的赔本买卖来赚吆喝。更为头痛的是,那些淘品牌狂抄‘爆款’,再以地摊价来抢市。”

不过对于这样的质疑,“今年,天猫将基于大数据挖掘和分析,让每位消费者都有一个自己专属的会场,商业中极具个性化的‘千人千面’将在‘双11’中实现。满足每个消费者的个性化需求也是天猫的长期目标。”王煜磊说,每个人登录天猫,输入“同一个关键词”,看到的内容也是不同的。这意味着,淘宝卖家靠抄“爆款”赚快钱的好日子到头了。

但无论谁胜谁负,最大的赢家仍然是天猫,仍然是马云。

肖昕 南都供稿

■相关

“双11”引爆股市仓储物流板块

业内人士认为,短线行情不值得跟风

本报讯 在A股市场上,“双11”概念股近期也是频频异动,特别是仓储物流、家电、服装等板块表现抢眼,成为低迷股市中难得的亮点。昨日,苏宁物流、恒基达鑫涨停,华鹏飞涨逾8%,飞马国际、中储股份等也有不少升幅。

业内人士普遍认为,A股市场受益“双11”促销活动的板块主要有物流、家电、服装等。特别是物流板块,巨大的购物热潮将点燃电商企业年末行情,从而带来强劲的物流快递需求。据报道,今年“双11”期间,预计全行业处理的邮件(快件)业务量将超过3.23亿件,其中最高日处理量峰值或达7000万件,日均处理量约5300万件,比今年以来的全行业日均处理量增长幅度超过1倍。

中国物流信息中心发布最新数据显示,前三季度,中国社会物流总额145.7万亿元,按可比价格计算,同比增长9.5%,整体上物流需求呈现稳中向好的基本特征。有专家预计全年社会物流总额增速在10%左右。

仓储物流板块值得关注吗?昨日,华泰证券郑州农业路营业部理财总监葛志伟说,近期仓储物流板块的表现确实有些亮点,但是,属于短线行情,投资者不值得冒险跟进。他认为,“双11”期间,即使网购的总销售额大幅度地增长,也不能说明物流的业务量就会有大幅度地提高。“因为物流的运力基本上就摆在那里,短期提升的空间是有限的。”

郑州晚报记者 徐刚领

霞飞南路(霞飞路——中州大道)道路工程《建设工程(交通)规划许可证》批前公示

现由郑州市市政工程建设中心,在我局办理霞飞南路(霞飞路——中州大道)《建设工程(交通)规划许可证》。建设地点霞飞路——中州大道。



依据《城乡规划法》《行政许可法》等有关法律法规,特此公告。如有意见和建议,请于7日内向我局反馈。

联系电话:67188932 联系人:赵雨华
郑州市城乡规划局 2013年11月7日

长江东路(中州大道——腾飞路)道路工程《建设工程(交通)规划许可证》批前公示

现由郑州市市政工程建设中心,在我局办理长江东路(中州大道——腾飞路)《建设工程(交通)规划许可证》。建设地点中州大道——腾飞路。

依据《城乡规划法》《行政许可法》等有关法律法规,特此公告。如有意见和建议,请于7日内向我局反馈。

联系电话:67188932 联系人:赵雨华
郑州市城乡规划局 2013年11月7日

果园南路(魏庄西路——中州大道)道路工程《建设工程(交通)规划许可证》批前公示

现由郑州市市政工程建设中心,在我局办理果园南路(魏庄西路——中州大道)《建设工程(交通)规划许可证》。建设地点魏庄西路——中州大道。

依据《城乡规划法》《行政许可法》等有关法律法规,特此公告。如有意见和建议,请于7日内向我局反馈。

联系电话:67188932 联系人:赵雨华
郑州市城乡规划局 2013年11月7日