

更多大牌“驾到” 星城商场升级忙

自从电商以排山倒海之势袭来，“体验”二字便被不少商场的经营者提到了前所未有的高度。相对电商的价格优势，实体店能够实时感受、即买即走的购物快感始终是坚挺的优势。

然而，商品依旧是商家竞争的核心。记者连日来走访发现，进入零售业旺季的夏天，星城迎来一轮商场品牌集中调整的热潮：友谊商店、步步高广场长沙店、平和堂、王府井百货等商场都在悄然“变脸”，开始新一轮品牌升级。

■三湘华声全媒体记者 朱蓉

【大牌来了】长沙商家迎来品牌调整潮

5月15日，记者在乐和城看到，1楼专柜位置已经开始装修，围挡上印的是美国休闲服饰品牌GAP的宣传语，“我们来了”。该品牌此前首次进入湖南，已选择在悦方ID Mall开店。

作为长沙较早尝试“吃喝玩乐一体化”经营的商场，王府井百货也在去年完成了经营品类的调整和品牌的进一步优化。随着GUCCI饰品、设

计师品牌女装集成店 GALATEA WAN等的相继入驻，调整后的王府井百货加重了女装和餐饮的商户比例。

就在本月，有“三湘第一店”之称的友谊商店也将有大动作，国际顶级化妆品牌 Giorgio Armani、La Mer 将首次来到湖南，国际一线大牌 Dolce & Gabbana 也将于5月正式入驻。Gucci 也将扩店，全新引进男装系列商品。

步步高百货事业部运营总监刘卫民则透露，步步高广场长沙店将于今年6月正式启动其品牌调整、升级，优先考虑丰富与提升与女性相关的商品与品牌。

此外，平和堂相继引进了 A02、LALABOBO、Jeep、ID 等服装品牌，人民路友阿百货也在今年“精品男装”经营策略下引进了法国鳄鱼、蒙特卡诺等品牌。

【升级动力】强调自身优势与电商PK

实体商家频频推出大动作，或许与电商的日益火爆不无关系。

实体店优势在高端商品

据了解，继护肤品大牌 SK II、倩碧官方旗舰店相继进驻天猫后，来自英国的奢侈品牌巴宝莉的官方旗舰店、法国护肤品牌碧欧泉也在上个月相继营业。相对去年 Coach 官方与天猫达成的短期合作协议，国际一、二线品牌对垂直电商的态度开始松动。

不过公开数据显示，巴宝莉入驻天猫后成交量寥寥无几。有人直言：“奢侈品牌的主要优势还在实体店。”

这一观点在记者采访时得到了印证。如果要买一件高档商品，你会选择电商吗？——在街头随机采访中，90%的消费者选择了就近前

往该品牌实体店，看过以后才能更放心地购买。

以高端精品为主要售卖对象的运达美美，消费者的提带率以及回头率就十分高。该商场相关负责人认为，这与奢侈品本身的特殊性有着很大关联。“一件高端商品，尤其是奢侈品，其价格不仅包含了商品本身价值，还包括品牌以及品牌专柜所能提供的服务体验。”

品牌调整伴随硬件升级

事实上，为了确保商场最大程度跟上市场节奏，不少商场都会定期对场内品牌进行调整，同时也伴随着硬件上的升级。

人民路友阿百货相关负责人介绍说，每年6月至8月就是该商场的品牌调整期。友阿集团董事长胡子敬称，友谊

商店的扩容项目也将于今年下半年正式开工，预计3年时间完成，主要扩建现友谊商店的东边。他透露，扩建后的友谊商店为地下4层，地上不少于7层，负1层以上都是营业面积，共计16万平方米。

无独有偶，刘卫民透露，开业两年多的步步高广场长沙店这一次调整，除了品牌之外，还将进行如外挂观光电梯、400平方米VIP厅等硬件和服务上的升级。

“零售的核心是商品，品牌升级是商场对一段时期经营后更精准定位。”刘卫民认为，目前而言，中高端商品与电商所经营商品和客群存在差异性，再加上电商无法在销售和售后服务阶段提供“一对一”差异化服务，所以也可以说是应对电商的一个经营调整方向。



5月15日，长沙市袁家岭友谊商店外墙，Gucci扩店围挡已出，该品牌男装即将入驻该店。
记者 田超摄

行业观察

走差异化道路 提升竞争力

而在长沙商界人士看来，调整和升级更是“电商时代”背景下，实体商家自救和自强的必要手段。

当品牌电商旗舰店还在为了清库存拼命打折的时候，实体商家专柜已经忙着更新橱窗，售卖限量了。

上周，耐克 Air Jordan 11 正式上架星城商场专柜同步上架销售。据人民路友阿百货相关负责人介绍，开售当天凌晨便有不少消费者前来等待。“男女款共80双，在当天一早就卖空了。”该负责人用“相当火爆”四个字来形容当时情景。长沙王府井百货运动采购部工作人员也介绍，上市当天，该款鞋创下了15分钟51双鞋售罄的记录。一些商家为了控制购买人数，还设置了如“需购买同品牌其他商品满200元”等限制条件。

谁说实体商场在零售这场战役中已经败下阵来？稀缺商品、中高端品牌在电商渠道与实体店销售的差异化，让商品零售业态发生了微妙的变化，鹿死谁手很难定论。

不难发现，长沙商场已开始不断调整各自的定位，逐渐分化成为两大类。一类是以年轻人为主要购物人群的城市综合体型购物广场，如悦方ID Mall、乐和城；另一类以中高端消费者为主要目标客群，如友谊商店、运达美美、万达广场。



更多商业资讯
欢迎扫一扫。

相关链接

星城商场品牌更新一览

【友谊商店】

Gucci 男装、Giorgio Armani、La Mer、Dolce & Gabbana

【运达美美】

Marccain、Bechic

【平和堂】

大嘴猴服饰、LALABOBO、Jeep、ID 女装、A02

【王府井百货】

Gucci 饰品、ELLE 童装、Paul Frank、SK-II、MICHAEL KORS、Versace 饰品、新百伦、FILA

【人民路友阿百货】

毛戈平、博士·邦尼、法国鳄鱼、蒙特卡诺

【新世界百货】

J&D、eNICE、口号、卡伦体雕

【乐和城】

GAP

记者手记

没有永远的巅峰 只有不停的奔跑

自从电商忽如一夜春风来般的兵临城下，实体零售商家们便开始了各种“自卫反击”。

电商的短板在于，文字和图片始终缺少温度，在店员的嘘寒问暖、诚意推荐面前，显得有点苍白。于是，它们用有竞争力的价格来弥补。但现在似乎又走进了死胡同，中高端品牌官方旗舰店没有价格优势，而更多的服装品牌电商渠道则沦为了厂家清理库存的通道。

也正因此如此，又给了实体商家们“打反攻”的机会。或许不能说，这是一个实体商家扭转局面的绝对机会，但至少提供了阻止滑坡的一种可能。一名已为人母数年的商业业内人士对我说，每一次调整对商家而言都是比较痛苦的，就像生孩子一样，孕育的时候很担心他的成长与健康，发作阵痛时相当撕心裂肺，各种问题要考虑，细节之处都要尽善尽美。

不过，她也说，生出来就知道是男是女，是骡子还是马，经过漫长的品牌培育期，便会知道到底与既定客群是否对路，升级调整是否成功。

实体与电商，也许是前世的冤家，在所有的“上帝”面前，只有不断地奔跑，才有永远位列优势的可能。

■三湘华声全媒体记者 朱蓉

专家观点

调整带给消费者新鲜感

中国购物中心产业资讯中心主任郭增利分析，商场调整品牌的理由主要是两方面，一方面是按销售额去淘汰老品牌，比如末位淘汰法；另一方面是定位调整，需要新的品牌入驻，因为商场要不断满足市场新的需要，也需要引进有竞争力的商品和品牌。

“任何商场，品牌调整都是必须的，如果商场一成不变，消费者很快就会厌倦了，所以，平时不调整品牌也要改装店面或是调换位置，就是要给消费者带来一些新鲜感。”郭增利特别强调。



耐克新款球鞋5月在长沙上市，各大实体商场销售火爆。
(资料图片)