

# 湖南电商发力, 6月混战硝烟起

主题促销、团购秒杀齐齐亮相, 还推出了线上游戏吸引人气

## 移动互联网湘军

进入6月中旬, 气温直线上升, 闷热的感觉让人躁动。2014年6月, 当全世界的目光聚焦巴西, 另一拨人敏感的神经也开始兴奋起来, 那就是电商。

自3年前京东店庆掀起“618”大战一役始, 6月便成了“全民电商月”——凡属电商, 不拿点“诚意”出来, 似乎都对不住自己。

而在湖南, 去年12月, 友谊阿波罗集团“微购友阿”与步步高网上商城相继上线。本土两大商业巨头搅局, 到底会给今年的6月增加点什么色彩, 引人关注。

在记者的随机采访中, 85%的消费者表示, 曾经登录过本土电商网站; 65%的消费者曾经下单购买过商品。不少消费者表示, 如果本土电商的配送真能达到预计目标, 将愿意尝试在本土商城上进行购买。



## 观察

### 湖湘资本为何扎堆电商

近两年来, 湖湘商业资本可以说是集体“触电”, 这一行当前景究竟如何?

友阿集团相关负责人表示, 立足实体, 发展O2O模式是未来商业发展的方向, “会关注网络最新的动向, 也希望能够利用互联网思维来更好地满足消费者的需求。”

而李锡春则说, 对本土电商在湖南的发展看好, 主要归因于政府、社会对电商发展的支持, 现阶段在湖南, 电商创业的行业氛围也比较浓郁, 有资源、有人才, 也有足够的潜在消费群体, 只要能够“摸上道”, 未来发展的道路十分宽广。

从目前省内各大电商积极备战、参战“6月大战”来看, 截至目前, 湖南电商界可以用“热火朝天”来形容。

业内人士认为, 商业资本积极投身电商事业, 除了传统零售业受到来自全国性电商的不小冲击外, 为品牌累计固定的客户圈子、掌握由商家直接到消费者的信息渠道以及对有利于经营各类消费者行为数据的累积都有很好的帮扶作用, “卖货, 也许并不是大家‘砸钱’的首要目的。”

## 促销大旗提前扬起

“6月之战, 关乎生存, 关乎荣誉!”5月29日, 步步高网上商城CEO李锡春在他的朋友圈里写到, 配图是团队年轻的技术骨干们通宵发布现场。这是步步高网上商城自去年12月上架以来, 将要面临的第一次“大考”, 也是年轻的湖南本土电商即将经历的第一次“荣誉之战”。

6月12日, 记者点击进入该步步高商城, 发现其首页已挂满了促销信息, “high购节”、“5折起”、“1元抢购”等标志十分醒目: 水果团购、世界杯主题促销、家电促销……6个不同主题的促销活动正在同时进行。

而此时的平和堂网上商城显得相对平静, 已经开始了一段时间的4倍积分和父亲节主题促销正如常进行。但记者从该商城相关负责人处获悉, 商城将于6月15日至16日进行全年最大力度的促销——“全场无限制满300元送100元”的活动。接下来, 在6月24日, 还将有一次“全网最低价商品促销”。

主打团购的爱尚通程推出了将在整个六月持续的“每天2款1折秒杀, 0元疯抢”活动。他们与“24+1网上商城”正在进行频道共建, 也于5月20日推出了“吃货天堂”主题团购。

## 全力抢夺网上客源

这其中, 最不像电商的

实体线上平台要数友阿集团的“微购友阿”。在湖湘电商一片打折促销声中, 他们推出了“怒射吧, 世界杯”的线上游戏。

对此, 友阿集团相关负责人表示, “微购友阿”目前并不以销售为主, 而是友阿集团试水O2O经营模式的探索, 目前仍以新鲜、有趣、能吸引消费者兴趣的功能为主。在“微购友阿”上线之时, 友阿集团董事长胡子敬曾表示, 将打造一个以奥特莱斯为主, 结合精品百货销售的网上商城。据了解, 目前, 该项目已正式进入实施阶段。

全力抢占PC用户的同时, 一众电商湘军在移动端的开发上也闲不着。据了解, 步步高网上商城手机应用APP已于5月开始测试, 也将于7月1日正式上线, 该应用可帮助消费者实现手机端商品查看、网上购买以及物流信息的查询。爱尚通程相关工作人员也表示, 未来将推出手机应用APP, 以实现线上两大客户端的联动。

此外, 以会员系统、信息推送为主要功能的平和堂APP“掌尚平和堂”、“微购友阿”也已能实现下载。手机移动APP的相继开发和功能完善, 将帮助湖南本土商业的互联网之路越走越宽广。

## 渐获本地消费者认可

相对于大名鼎鼎的淘宝、天猫、京东、当当, 扎根湖南的本土电商业绩如何?

记者了解到, 从去年到今年, 平和堂网上商城的客流有了明显的提升。该项目相关负责人介绍, 目前, 商城已经拥有了以湖南本地客人为主, 辐射广州、武汉、南京、北京等地的一批忠实用户。“最骄傲的事情, 就是目前已经拥有了一批会固定回店来购买商品的忠实顾客”, 这与去年此时的起步艰难形成了鲜明对比。

而爱尚通程的工作人员则用了“生意太好, 忙不过来”来形容近段时间的成交量。她告诉记者, 目前商城上的山竹、杨梅等水果, 还有小家电颇为畅销。由于步步高网上商城定向湖南本土发货, 从该商城的抢购、预售等活动常常断货看来, 火爆程度也可见一斑。

在星城从事活动策划、执行的罗先生告诉记者, 现在在购买生鲜、日化等商品都会首先考虑本土电商, “因为送货比较快, 有问题也更好解决。”而讲究生活品质的媒体从业者谭女士则喜欢在平和堂网上商城购买日系洗护用品, 当得知商城周末将有大促时, 表示一定会“先探探路。”

■三湘华声全媒体记者 朱蓉

## 盘点

### 本土电商三大优质“基因”

本土电商的筹码究竟在哪里? 这个问题在湖湘电商从起步到现在近3年时间来, 逐渐开始找到答案。

#### 【客源+口碑】

有实体商场忠实的会员系统为后盾, 这是全国网商都无法做到的一点。记者了解到, 平和堂、通程及微购友阿都实现了实体会员卡的绑定, 在电商购物的消费者能够同步享受到实体店积分返利的优惠。而步步高商城目前处于积分冻结状态, 一旦技术支持, 将一次性向绑定了会员卡卡的消费者进行积分返利。

#### 【资源独特性】

步步高电商CEO李锡春认为, 对商超类型的电商而言, 商品资源的独特性将会带给消费者更好的购物体验。很多满足湖南人口味的好的农产品都没有自己的品牌, 缺乏销售渠道也很难推广, 这也是未来本土电商的一个经营方向——做网络自有品牌的推广。

#### 【物流贴近性】

平和堂电商相关负责人透露, 近期将在长沙组建自己的仓储, 将网上商城从虚仓发货向实仓转变, “为的也是能更好地控制发货速度, 实仓货物能实现上午下单, 下午收货。”一直在物流上下功夫的步步高, 最近也在筹备仓库的搬迁。据李锡春说, 计划在长株潭实现“4小时”极速达。

## 记者手记

### “远亲不如近邻” 抢占市民身边一公里

有句古语是, 远亲不如近邻。拿最近很火的樱桃说事, 便可以窥见个中道理。

国内樱桃的主产地之一是山东烟台。据一位山东市民介绍, 现在这个时节, 那里的樱桃是各个品种一字排开, 售价仅为8至15元不等。那, 湖南呢? 水果摊上动辄35元起卖的高端价格不说, 想吃实惠又新鲜的樱桃, 只能选择网络团购, 果园直采、专机直达都是卖点。

其实很简单, 就是想吃点新鲜的。这个时候, 距离和区位优势便显现出来了。

湖南人, 早上发现家中食用油用完了, 是选择本土商城下单, 下午回家便能收货; 还是选择上淘宝找一个商家等上个三五天? 答案显而易见。

“抢占最后一公里”是电商发达以后, 各个商家都在不断强调的概念。就在消费者身边, 更了解消费者需要什么, 是“步步高”、“家润多”与“麦德龙”最大的区别所在。

事实上, 对本土网上商城而言, 虽然辐射范围有限, 但正如某本土电商平台的口号所说, 更近才能更贴心。

■三湘华声全媒体记者 朱蓉