

王填打造新零售“步步高速度”

年前再开18店,步步高弯道超车夯实西南霸主地位

■记者 朱蓉

12月23日,步步高·梅溪新天地的最后一张王牌——执金国际珠宝城终于揭开神秘面纱。作为步步高集团斥资10亿元涉足黄金珠宝行业战略投资的第一步,该项目致力于打造成我国西南区专业的黄金珠宝连锁卖场。

然而,这并非步步高在农历新年到来前的最后一家新店。截至今年底,步步高全年新增店铺数将达40家。而最新的开店计划则显示,该集团在丁酉鸡年到来之前还将开出18家新店。

2016年,互联网改变、颠覆了许多行业,百盛、天虹、新世界百货等不少零售业知名品牌损兵折将,调转船头。而这案由传统零售起家的湖湘商业巨舰却在这一年选择了在线下不断开疆扩土,究竟意欲何为?



梅溪新天地一楼中庭挤满了前来购物的市民。



梅溪书院,每月这里都会举办国内外众多文艺、文创、文化活动。

A / 体验

重新定义城市综合体

“过周末,到梅溪。”自梅溪新天地开业以来,这家总投资达50亿元、总体量超过70万平方米的国内首家商旅文城市综合体受到了长沙市民的喜爱,每到周末客似云来。

除引进了无印良品、优衣库等诸多国际知名品牌的购物中心外,梅溪新天地内汇集的如云顶星河游乐王国、欧悦真冰场、梅西百货、飞行体验馆等主力店也为消费者所津津乐道。不难看出,这家城市综合体在设计之初便将“体验”二字放在了至关重要的位置上。

步步高集团董事长王填反复强调,梅溪新天地是要打造一种生活方式,将所有有趣的元素装进这个大盒子里,并通过游乐、时尚、艺术性等标签吸引湖南周边300公里的消费者前来休闲。

6月26日,步步高发布梅溪新天地开业首日客流突破80万人次,引人注目。这是否只是长沙消费者对这种巨无霸式综合体的一时新鲜?

开业半年来,周末每到餐点,3层、-1层各餐饮小店门口排起的等号长龙或许更能说明问题。

一位爱在周末前往梅溪新天地购物的女性消费者就表示,如果不特意提早用餐,如西贝、全聚德等一些知名大热餐饮品牌都要等上40分钟至1个小时。

不少业内人士认为,实体商业的转型,体验式和主题式至关重要,目前消费者的消费潜力、习性已经开始成熟并适应了这种方式。对于这种零售业目前呈现出的体验式转型趋势,梅溪新天地或将成为零售行业发展进程中的一面重要旗帜。

B / “O+O”

借力互联网实现大跨界

作为湖南最早一批尝试线上、线下融合战略的传统零售企业,步步高一手打造了云猴网并创下了不俗的销售业绩。2016年,王填的“O+O战略”似乎表现得更加淋漓尽致。

梅溪书院算得上是步步高为梅溪新天地所做的点睛之笔。这家由步步高集团和当当网共同打造的首家“O+O”概念实体店,也是当当网的首家线下实体店。“梅溪书院不仅仅是书店,还将有讲堂供嘉宾论道,每月会安排举办国内外众多文艺、文创、文化活动,将梅

溪书院共同打造创建一个超级文化IP。”

12月9日,香港作家马家辉带着新作《龙头凤尾》现身梅溪书院。此前,严歌苓、阿来、余秀华等众多作家、诗人与明星们纷纷成为梅溪书院的座上客,这其中也不乏大冰、“回忆专用小马甲”等受到年轻人喜爱的作者。

记者了解到,梅溪书院开业至今,引领了星城长沙的阅读风潮。

随机采访中,多位消费者表示,不去趟梅溪书院拍照,并在看书之余再买上几本,都不敢说自己还

“活在朋友圈”。也有部分家长表示,梅溪书院为读者提供的良好阅读体验,再加上新颖的空间设计让自己重新动起了到书店购书的念头。

其实,这还只是步步高与国内首家将图书与互联网结合的B2C网站当当网深度合作的一小步。当当网CEO李国庆表示,双方将在商品销售、线上线下资源共享、仓储物流配送、开拓快销品市场等方面深度合作,当当的线下书店在未来或将铺满步步高超市、卖场以及购物中心等多个业态。

C / 扩张

商业并购、入股大动作不断

12月6日晚间,步步高发布非公开发行上市公告书,以14.72元/股的价格,非公开发行8492万股,募资12.5亿元。王填表示,公司将利用此次定增资金进一步夯实O+O战略,实施线上线下两条腿走路,并积极整合全球供应链资源,以满足消费趋势变化和升级需求。

事实上,在2016年已过去的11个月里,步步高在我国西南地区的商业圈里可谓大动作不断。

9月,步步高一次性收购心连心超市位于江西萍乡的全部5家门店以及湖南岳阳、湘潭的部分门店,并以“后来者居上”的姿态一跃成为江西地区零售业的龙头老大;10月,步步高斥资15.88亿元参与重庆百货定向增发,持

有该公司10.91%的股份,成为其第三大股东,进一步拓展西南市场。

“到12月31日两家超市开业,步步高全年新开门店将达40家,是2016年开店最多的实体零售连锁企业。”步步高集团总裁陈志强透露,今年9月,步步高在江西、湖南、四川三地连续开出12个门店,成为中国零售业单月开店记录。此外,在步步高最新公开的开店计划中,截至目前,该集团在农历新年之前还将开出18家新店。

如此高的开店频率,在遭遇互联网冲击和经济下行冲击的实体零售商业看来,多少有些不可思议。

截至9月底,我国仅百货购物中心业态就出现了14家

企业关闭15家店铺的惊人数字。其中,百货与购物中心2016年关店约有87%集中在一线、二线城市。

为何敢于持续扩张?

对此,王填的解释是,步步高在构建自身零售生态时,除了内生增长外,还将通过战略合作、资本联合等手段实现资源共享与产业协同,确保在未来的零售版图里拥有一席之地。

记者注意到,步步高今年以来在线下的频频动作主要集中在我国西南重镇,而完成并购、参股两大投资后,步步高自2005年开始构建的以湖南市场为核心,以江西市场为后方,以四川、重庆、贵州、广西市场为战略前线、进攻“大西南”市场的川渝战略完成了再次升级。

D / 合作

借力场景化 做商业版娱乐王国

2016年的“双11”,对步步高而言算得上是扬眉吐气。在整合了全集团业态进行了长达11天的促销大会战后,步步高交出了全业态销售突破11.26亿元的骄人成绩单。而这场与互联网电商以及线下各实体门店的硬仗中,除了诱人的促销折扣外,场景、娱乐化的促销方式也成了功臣。

今年初,步步高宣布与万达在线上线下开展战略合作,万达电影院线将与步步高商业项目战略合作,而步步高旗下32家购物中心将全面进驻万达飞凡开放平台。飞凡为这些购物中心提供“互联网+”解决方案,包括搭建wifi、Beacon等信息化平台,利用技术实现停车、找店、排队等智慧功能,以及向购物中心开放共享会员、积分、大数据、营销等互联网运营管理平台。这让步步高通过技术升级新的商业模式,迈入智慧商业阶段。

在此次“双11”大促中,步步高与飞凡进行了不少线上游戏为线下商场引流流的尝试。

事实上,步步高的“互联网娱乐精神”不单体现在联手万达,借力飞凡,早在梅溪新天地开业时,王填与钢琴家郎朗的那一场在线围观人数超过1200万的直播饭局就已可略窥一二。

以梅溪新天地为例,王填表示,期待能够通过好玩又风趣的体验吸引更多的孩子,通过时尚而富有文化的气息吸引更多的年轻人,通过全聚德、唔咦广场等传统而怀旧的体验照顾到中老年顾客群体,把梅溪新天地打造成以娱乐为主题的超级商业王国。

“迪士尼是把娱乐做成了商业帝国,步步高要把商业做成娱乐王国。”王填说。这位步步高的掌门人始终心情愉悦,面带笑容,而他是否真能如愿的将步步高打造成为商业界的迪士尼,这不禁让人有点儿期待。