

□记者 曾宇凌

去年“双11”，191亿元这个销售数字不仅让天猫和淘宝挣足了眼球，也让许多实体店艳羡不已。面对即将来临的“双11”，我市各大百货商场和家电卖场已进入备战状态，推出形式多样的促销活动。

商场忙“触网” 誓打翻身仗

回顾 去年“双11”实体店完败

曾几何时，11月11日还只是单身男女暗自惆怅的日子，但淘宝网从中嗅到了商机，从2009年开始启动光棍节营销方案，让没有男(女)朋友的年轻人在网上撸起袖子疯狂购物，发泄寂寞。从那时起，光棍节就多了一个“身份”——网购狂欢节。

有统计数据显示，2012年11月11日，天猫联手淘宝创造了零售史上最高单日成交纪录——191亿元，有超过217家天猫店铺的支付宝成交额突破千万元。

较线上的狂欢，实体店去年“双11”的表现显得黯淡了很多。西工区一家大型百货商场负责人回忆，去年“双11”，电商的促销活动分流了不少消费者，那天来逛商场的顾客明显比平时少。

今年的激战即将来临，面对这块极其诱人的“大蛋糕”，我市的百货商场、家电卖场将如何表现？近日，记者就此进行了采访。

家电 激战在眼前 卖场出奇招

最近，我市的家电卖场被来势汹汹的“双11”气氛所感染，纷纷推出促销活动。

■疯狂砍价会，提前来暖场

“11月1日14时至21时，我们将推出2013秋季家电砍价会活动，诸多知名品牌的家电产品将进行限时秒杀。”八方电器王城店负责人吴霞说，这次砍价会之所以选择在11月初举行，既是为了抢占先机，也是给“双11”烘人气。

提前备战“双11”的家电卖场不在少数。永乐电器相关负责人说，金秋时节是结婚和装修旺季，家电卖场一直很看重11月的促销。为了抢占市场先机，永乐电器将从11月1日起推出19周年辉煌庆典活动。容威电器相关负责人告诉记者，11月1日至3日，他们将推出家电以旧换新、全场家电一口价等优惠活动。

■O2O购物节，线上线下同步促销

近日，苏宁宣布将于11月8日至11日举办第一届O2O购物节，届时，200亿元的商品将以优惠价在线上 and 线下同步销售。苏宁电器相关负责人强调，O2O购物节并不是为了对抗天猫“双11”，而是给消费者打造一次购物狂欢。

据了解，苏宁此次推出的O2O购物节将在商品、价格、体验、服务等方面实现线上线下完全协同，促销形式多样，包括“超级0元购”“拉帮结派送千万现金红包”“双线上新”等。

百货 新“武器”上阵 引爆狂欢节

记者在走访中发现，商场里虽然很少有关于“双11”的宣传海报，但多家商场的负责人说，他们已经进入积极备战状态。

■新增网购经营模式

购物体验一直是实体店的优势，价格则是电商的杀手锏，我市消费者能否体验到线上+线下交易模式带来的便利？答案是肯定的。今年“双11”，中央百货将试水网购经营模式，在其官方淘宝店和实体店推出同步促销。

“去年‘双11’，天猫、淘宝、京东商城、当当等电商赚得盆满钵溢，这给传统百货商场带来的除了冲击还有转型的动力。”中央百货相关负责人说，从今年年初开始，他们在淘宝网上搭建官方购物平台——“雨中央”，并于今年6月正式上线，商品种类涉及服装、鞋、护肤品、箱包、食品等，共有数千个宝贝。

该负责人说，这几天他们正在积极备货，让消费者在“双11”当天享受线上+线下同步狂欢。这就意味着今年“双11”，您如果在中央百货有心仪的衣服，可以试穿后记下货号，然后到“雨中央”拍下并付款，坐等快递员送货上门。

■微博微信齐发力

在这个微博与微信齐飞的时代，商家营销已经进入“微时代”。目前，我市各大百货商场大多开通了官方认证微博、微信，粉丝都在万人以上。

记者登录新浪微博看到，王府井百货已有近3万粉丝，除了发布会员优惠信息，“@王府井百货”还结合各种节日，在微博上推出互动有奖活动。

王府井百货相关负责人说，今年“双11”，除了线下促销活动，他们还将在微博、微信上发布促销信息，并推出形式新颖的活动。

■周年庆促销力度大

记者在走访中了解到，有些百货商场并没有专门推出针对“双11”的促销活动，而是在年终促销的力度上加码，推出周年庆活动，提前节流“双11”。

丹尼斯百货相关负责人说，电商和实体店的消费群体不尽相同，所以他们并未推出专门针对“双11”的促销活动，但11月是冬装大量上市的节点，也是丹尼斯的周年庆时间，今年他们将在11月初至11月中旬推出周年庆狂欢活动，促销力度非常大。

专家 线上+线下 脱零售困境

去年“双11”，天猫联手淘宝创造了191亿元的销售奇迹；截至今年上半年，我国网购人群已达2.71亿人，我国网络零售交易总额超过8800亿元……这些数字正在成为促使传统零售业进行业态升级的动力。

前几年，国庆节与元旦之间的消费亮点并不多，但在电商的精心打造下，“双11”已由一个默默无闻的节日变成一场全民消费盛宴。专家说，近年来，传统零售业发展脚步渐缓，与此同时，电商迅速崛起，挤压传统零售业市场份额。面对电商带来的冲击，传统零售业不得不面对消费群体流失的窘境，转型势在必行。

专家建议，面对压力和困境，传统百货商场和家电卖场要在业态模式和经营模式上进行探索和创新，不妨借助“双11”这一契机，尝试线上线下结合的一体化销售模式，将流失的消费者重新吸引过来，这或许是摆脱传统零售业困境的出路之一。

