今日 12 版
第 086 期　总第 7552 期
统一刊号:CN51——0098
邮发代号:61——85
全年定价:450 元
零售价:2.50 元

做中国企业的思想者

企业家日报

ENTREPRENEURS' DAILY

2013.4.5
星期五
癸巳年　二月廿五
官方微博:weibo.com/jrwbd
weibo.com/jlrbs

清明近　商家营销重“小节”

和春节、“五一”等节日相比,清明节可谓“小节”。以往的春季营销中,长春各大商场都会选择待到“五一”黄金周时掀起猛烈的主题促销攻势。但随着妇女节、清明节等“小节”对商场全年销售贡献比例的逐年增加,商家已逐渐意识到“小节”的重要性。《［P7］

- 清明节有商机　备受商家重视
- 清明小长假,“踏青消费”现高潮
- 清明节商家热卖　集中备战五一

本期导读

■国内白酒行业
首家 O2O 电商模式
在习酒启航

3 月 26 日下午,习酒乘着全国春季糖酒会召开之际,在成都世纪城国际会议中心举行了习酒公司官方网上商城上线发布会,习酒官方网上商城正式上线,
由此白酒行业首家 O2O 电商模式在习酒启航。
《［P5］

■营销出高招
化妆品广告互动吸引眼球

最近品牌 Nars 在推广它的新产品——缎面唇笔的时候,选用了互动电影这样一个营销手段。Nars 品牌希望通过互动电影,传达一种你虽然不能前往专柜,看看什么样的唇色最符合你的肤色。但是你只要通过这个小小的互动电影,根据各种风格和情绪的配比,你就可以轻松地选出来这样一个创造你唇部新色彩的唇线笔。
《［P6］

■移动营销怎么搞?
四大巨头来支招

随着智能手机和平板电脑的普及,越来越多的人已经无法想象没有移动设备的日子该怎么过,然而与消费者的热情形成鲜明对比的,是方兴未艾的移动广告业务,其 CPM(千次展示费用)仅有 Web 广告的一个零头。
虽然谷歌 CEO 拉里·佩奇(Larry Page)今年 1 月曾在谷歌财报电话会议上表示移动广告的价格最终将超过桌面广告,但是手握市场营销预算的广告主们又如何看待移动广告呢?
《［P8］

德班宣言　金砖国家的 2.0 版

《［详见 P2–P3］

赢销时评　电商:外资零售的入华新攻略

■ 陈岳峰

有人虽失意离去,有人仍踏歌而来——这恐怕是外资零售企业对于中国市场的复杂心态的比较符合的写照了。只是,新来者选择的是另一种方式,显然是不愿再重蹈过往者的覆辙。

继万得城宣布退出中国不到半个月,就有消息曝出,美国梅西百货和美国最大的连锁会员制仓储量贩店 costco(好市多)均将于今年进入中国。不同的是,这两家外资零售巨头均打算以电商形式入华,梅西百货董事长特里·兰格伦日前表示,今年 6 月梅西百货中国网店将率先开张,但暂时不开实体店。好市多也在寻找合作伙伴,目前最属意的同样是通过电商切入中国市场。

当百思买、家得宝、万得城在中国黯然关店,挥泪离别,再想进入这一市场的外资零售企业自然会将他们当成前车之鉴。当然,梅西百货和好市多的这种“冲动”念头,更缘于电商在中国市场的惊人增速。数据显示,2012 年中国网络零售市场交易规模达 1.3 万亿元,同比增长 64.7%;网购用户规模达 2.47 亿人,预计 2013 年底将达到 3.1 亿人。

这样的数据无法不让人心动,何况电商还在不断蚕食中国传统零售市场的份额。对外资零售企业而言,这也不能不说是一种更聪明的做法,至少从战略上来看,比传统的入华开店更有可行性。中国零售市场靠跑马圈地、实体扩张的时代已经过去了,外资零售企业再借实体开店进入中国市场,一是失去了先机,二是目前竞争太过激烈,三是实体零售(尤其百货、家电等业态)正遭遇罕见萧条,基本没有胜算。连沃尔玛日前也宣布将关闭深圳园岭店、无锡红星路店和上海闵行店等三家门店,将租赁到期或业绩不佳的门店果断处理,进入门店优化布局的调整期,这既是明智之举,同时也代表着传统零售的发展模式已遇到瓶颈。

因此,对既具实力、又觊觎中国市场的外资零售企业一说,电商不失为一条既能低成本、又可曲线入华的轻松之路。一旦落地站稳脚跟,便有事半功倍之效,届时再顺势在适宜时机推出实体店铺就更水到渠成。

不过,中国电商市场的竞争丝毫不亚于传统零售渠道,包括京东、苏宁易购在内的知名电商企业均处于高亏损状态,垂直型电商的生存状况更是堪忧,对于外资企业借道电商的新兵蛋子,染指这一市场的挑战不少。无论是运营团队、本土化、管理放权,还是商品供应链、物流配送,都需要漫长的适应与磨合期,这是一个巨大考验。

但外资零售企业也有自身优势。多年的营运经验和丰富的商品品牌,尤其是许多品牌深得中国消费者喜爱,如梅西百货的自有品牌及其百货店中现有的大量国际品牌等,而中国零售商在服装等商品上的价格已贵到令人咋舌的地步,倘若这些外资零售企业能将价格做到与国外一致,竞争优势就难以估量,至少目前国内无论是传统零售企业还是电商企业均不具备价格竞争力——而美国人在这一点上头脑也很清醒,特里·兰格伦强调说:价格竞争在所难免,尽管很多代购店通过逃税让价格低廉,但梅西百货很多自主品牌本来就在中国制造,未来通过电商直接在中国卖,价格会更便宜。

果真如此,接下来的这场中外零售电商大战可就有得看了。

本报常年法律顾问为闫永宁律师
手机:13609110893

联邦电缆　联接世界的力量
- 750–1100KV 特高压、220–500KV 超高压电力电缆
- 110–500KV 海底电缆、碳纤维导线
- 核电力电缆、风能电缆、特种电缆
- 国家级重点工程急需的高精尖产品
- 国家“125”规划重点发展产品

电话:0717–6697188　传真:0717–6510555
网址:www.chinauniocable.com

伍田牦牛肉
完整产业链　品质有保证
成都伍田食品有限公司
CHENGDU WOTEAM FOODSTUFF CO.,LTD

苏通丝绸
http://www.stjsc.cn　服务热线:0513-84889999

药物去屑,就是康王
康王　DIHON 滇虹药业
国药准字 H53021775

传递价值　成就你我
芙蓉王　文化头条新闻
湖南芙蓉王文化传播有限公司

新闻热线:028–87329226　87369123　投稿邮箱:378256665@qq.com　727804287@qq.com　电子邮箱:CJB490@SINA.COM　责编:戴琳　版式:黄健　校对:阳红