

在网购大行其道的时代,消费者在小面额小产品的购买决策中,往往更偏重一种看得见、摸得着的购买模式,而新型“10元店”的走俏恰恰是抓住了新兴消费需求

“10元店”悄然蹿红的背后

■实习生何倚华 本报记者叶小钟

“走过路过不要错过,2元一件,全部2元,随便挑随便选。”相信很多人都对曾经火热的两元店的循环广告印象深刻,但如今这些熟悉的广告语和两元店似乎已经销声匿迹,取而代之的是一种新型“10元店”开始走俏街头。

记者近日在广州走访发现,在各大购物中心、商业街出现了一种与过去“2元店”截然不同的“10元店”。而相比过去店面装修简陋、货物摆放杂乱、产品设计落后的“2元店”,新兴起的“10元店”呈现出多种更为鲜明的特点:宣称是从日韩引进的品牌,店内一律采用日韩装修风格;商品以生活百货为主,大部分售价为10元;产品分区摆放,设计新颖有趣。

在电商发展势头迅猛,传统零售业纷纷转型的今天,这些新兴的“10元店”未来发展前景如何,它们能否抵得住电商的强势冲击,又能否避免重走“两元店”的老路?

主打精品牌

在广州,一种名为“名创优品”的新型“10元店”在各大购物中心、闹市街头出现,人气颇旺。这家“10元店”的装修以日系风格为主,店面色调以白色为主,配以红色招牌,店里设有导购,都是顾客自助式挑选。据观察,商品大部分以10元为主,种类繁多,无论是日常使用的水杯、雨伞,还是耳机、鼠标等数码配件,店内都能找到。

名创优品(大中华区)总裁叶国富表示,店内产品设计100%来自日本原创,其中有90%商品是“中国制造”,大多来自广东、浙江等地。

无独有偶,一家颇具韩国风的“bibi”服饰优品”也吸引了不少消费者。这家连锁店的店面同样以白色为主色调,货架靠墙而建,分成多个规格相同的隔间,摆放不同的商品,整齐有序。该店的宣传语称,产品由韩国著名设计师设计,售价以10元为主,标有韩文,大多风格精致,主打精品牌。

一位正在购物的张女士表示:“这种‘10元店’看起来很有个性,女士多,价格也便宜。”记者看到,张女士已经购买了项链等五



旅客在义乌国际商贸城旅游购物中心无人值守的10元店选购商品。张建成/东方IC

六种商品,“倒没有考虑过是不是国外牌子”。

迅速占领市场

据高力国际统计数据,截至2014年底,“名创优品”在国内已开店超过300家,平均每月新开20~30家新店。在传统零售业低迷的时候,这类新型“10元店”为什么能迅速占领市场呢?专业人士认为主要有以下3个原因:

首先,“10元店”商品种类繁多且贴近生活。华南师范大学新闻与传播系讲师金春妮表示,名创优品等“10元店”所售产品多为当下顾客所需,涵盖生活所需的方方面面,容易引发多次消费。而根据“名创优品”宣传资料显示,该店商品种类已经超过1万种,并且还在不断更新。

其次,商品价格便宜,商品走量较快。在金春妮看来,“10元店”的商品价格虽然比2元店要贵出不少,但产品价格的定位刚好到达了消费者可以接受的价值点,而且消费者可以查看价格背后产品的实际质量。另外,比起当下盛行的“网购+邮费”方式,消费者在小产品小面额的购买决策中,

更偏重这种看得见摸得着的购买模式。一位正在“10元店”购物的李小姐告诉记者,她偶尔来逛,不知不觉就会买很多,但因为这些商品价格便宜,“还是比超市省钱”。

延伸阅读

百货企业尝试“小而精”差异化路线

中国百货商业协会最新发布的数据显示,2014年101家会员企业经营面积有所减少,为1619.65万平方米,同比减少6.60%。从业员平均数为21.46万人,比2013年的22.73万人减少了5.56%。从统计数据看出,2014年除销售额同比增长外,其余各项指标均为负数,特别是主营业务利润、利润总额降幅都超过了15%,进一步佐证了百货零售企业2014年严峻的经营现状。

另外,2014年传统百货业粗放的管理模式面临终结。百货企业都在积极求变,其

中一个非常重要的方向就是各大百货店纷纷开始弱化“百货”概念,剔除经营效益不佳的品类,走下“大而全”的舞台,转投“小而精”的差异化路线。有的百货连锁企业尝试直营运作,打破原有单店购错合之一的经营体制,以品类或品牌为单位,建立每个品类或品牌的专业买手负责多店运作经营,责权利高度统一并以直营第三方形式入驻门店。实现了整合资源向上游渠道开辟、提升买手专业化运作、解决复制人才难、既能快速开店又能保证开店质量的目的,形成集合店模式。通过转型使得成本降低、精

细化水平提升,真正支撑到企业战略的发展。报告同时指出,在经过一定时间的网上购物以后,越来越多的消费者购物趋于理性和成熟,不再过分追逐低价,将更加关注品牌的性价比。对于实体店来说,其存在的最大理由变成了“体验”。商家的最重要任务就是在“体验”上做大文章。丰富的品类组合、优质的管理服务、舒适的娱乐休闲一站式体验环境,可以把单纯的消费购物转变成极具魅力的视觉、听觉等体验享受。

本报讯(记者丁军杰)6月18日,海尔洗衣机在北京分别与东方卫视《女神的新衣》栏目、国际羊毛局、中国服装协会举行战略合作签约仪式,并召开海尔洗涤产业转型成果暨分区免清洗发布会,力推智能洗护技术升级。《女神的新衣》作为国内首档明星跨界时尚真人秀节目,在开播一季的时间里以创新的节目形式赢得了观众们的好评。

在当日举行的海尔洗衣机与栏目战略合作启动会上,海尔洗衣机负责人表示,双方将会通过这次合作尝试O2O等多种全新营销模式,海尔洗衣机可以充分利用线上资源,借

联盟”以及建设“后续大数据中心”等一系列建设工作。

海尔有关负责人表示,与服装协会的合作意味着海尔的“智慧洗护生态圈”成功引入一流服务资源。未来用户根据自己需求购买海尔的产品,就可以为不同品牌、不同面料的衣物找到专属的洗涤程序,实现健康、快捷、智慧的洗涤体验。

6月18日,海尔洗衣机在北京还举行海尔洗涤产业转型成果暨分区免清洗发布会,发布了海尔分区免清洗、双子云裳、新水晶洗衣机及洗碗机等新品。

战略合作签约和新品发布密集推出

海尔洗衣机力推智能洗护技术升级

助东方卫视的平台和各类线上活动,进一步促进双方的互利共赢。

在海尔洗衣机与国际羊毛局签订战略合作协议仪式上,海尔洗衣机负责人表示,海尔洗衣机将与国际羊毛局在高端衣物洗护方面开展合作,包括共同协作开发“海尔衣物洗护物联新技术”,建立“智能洗护企业联盟”以及“后续大数据中心”的等一系列推广工作。

当日,海尔洗衣机还与中国服装协会签署了战略合作协议。据悉,与海尔签订战略合作协议也是中国服装协会首次跨行业与家电企业进行战略合作,双方将共同致力于开发“海尔衣物洗护物联新技术”,建立“智能洗护企业

据研发专家介绍,分区免清洗洗衣机攻克了两个洗衣桶同时工作所面临的近百个课题。譬如,大小不一的两个洗衣桶在同时工作时会不会产生震动;如果一个内桶在洗衣服,而另一个内桶在甩干,会不会发生倾倒或者产生巨大的噪音……当一个个难题逐一攻克后,海尔分区免清洗洗衣机就正式问世。

对消费者来说,分区免清洗洗衣机的双桶设计为消费者带来更快捷、更干爽、更健康的洗衣体验。无论从大人衣服、小孩衣服的分洗,还是内衣、外衣的分洗,也无论是不同颜色衣服的分洗,均可在两个内桶中同时进行,让消费者在更短的时间里得到健康干净的洗衣体验。

精细管理练就“过硬”队伍

■姚军 张阳

自2012年开展“卓越团队十项修炼”的活动以来,国网湖北供电公司以建设“高素质、高协作、高绩效”的卓越团队为目标,以全面提升员工队伍职业素养为切入点,将“努力超越、追求卓越”的企业精神融入到具体的工作中,最终打造出一支作风精细、素质优秀的卓越员工队伍。

修炼“点面”结合

该公司近年来通过开展“愿景、诚信、责任、创新、协作、沟通、细节、执行、形象、绩效”等十项工作,明确公司共同目标愿景,全面培养员工的诚信意识,建立诚信管理制度工作机制,用制度的条文规范管理工作,用标准的要求明确管理责任;注重员工履能能力的培养,不断增强干部员工的学习领悟能力、工作执行能力、管理创新能力和解决问题能力。

他们搭建市县公司、供电所专业一体化业务平台,通过点对点送培送教,人对人业务跟进,专业对专业的实时指标监控分析,确保市县同步、管理接轨等。他们确保地区电网安全可靠

团队整体提升

2012~2014年,该公司荣获各类竞赛调考的团体和个人奖项30余项,涌现出了多位“中国好人”、中国电力行业优秀企业家、安徽省会计领军人才、国网公司劳模、国网技术能手、国网“十大专业领军人才”等优秀人才。

该公司还相继推出“张涛创新工作室、张延斌培训中心、燕飞志愿者服务队、李兵光明服务队”等多个卓越团队品牌,相继获得“全国五一劳动奖状”、“全国文明单位”、“全国模范职工之家”、“全国第四届电力职工技术成果一等奖”、安徽省“五一劳动奖状”、“安徽省卓越绩效奖”、第三届“安徽省文明行业创建先进单位”、“淮北市先进基层党组织”、省公司创建“四好”领导班子先进集体、省公司“三集五大”体系建设先进单位等诸多荣誉称号,并成为淮北市历史上唯一获得“市长质量奖”的服务型企业。濉溪县分公司也获“安徽省五一劳动奖状”,并被命名为“国家电网公司一流县供电企业”荣誉称号。

“6.18”网购狂欢 大件物流成香饽饽

■高原

今年的“6.18”网购狂欢,似乎不是一场速战速决的战争,而是一场持久战。各大电商早早开始了预热、促销,拼价格、拼流量,浓墨重彩的铺垫之后,“6.18”才姗姗来迟,但“6.18”的好戏才刚刚开始,因为物流才是最后的压轴大戏。

经过了两次“双11”爆发的洗礼,在一些电商看来,这场战役中,得物流者得天下,大家拼的不是谁卖得更多,而是谁送得更快。

在互联网经济开始从量变到质变的大背景下,小件货品“搬家”到一定程度后,大件货品开始快速网络化,大件物流已成为电商比拼的关键力量。

大数据驱动的精准物流

6月18日中午,天猫在官方微博上发布了“‘6.18’天猫家电单日成交额破13亿元”的消息,庆祝其“6.18”大促喜获丰收。那么,家电类等商品区别于小件商品,面对如此庞大的订单数量又该如何解决大件物流问题呢?

作为国内唯一可以实现进村入户、送装一体的大件物流配送体系,日日顺物流目前已经成为电商企业和外资连锁企业将大件产品投送到全国各地的不二选择。

早在2013年12月,阿里巴巴集团宣布28亿港元投资日日顺,经过近一年的磨合后,日日顺物流承担天猫大家电的配送服务已经日趋成熟。数据显示,2014年“双11”,日日顺物流完成了天猫平台30多万件大件商品订单的配送,其中在第一天就配送了13万件。此外,日日顺物流还在大件商品配送速度、配送范围等领域创下多项纪录。所以,这次“6.18”大战对于日日顺物流来说,只是凸显大件物流实力的又一次机会。

6月18日凌晨0:24,在很多消费者还在睡梦中的时候,天猫“6.18”大家电第一单已经由日日顺物流配送完成并安装到位,整个过程用时20分钟,这让家住北京市通州区台湖镇口子村村民邢先生成为今年“6.18”大促收货的“第一人”。邢先生对日日顺物流的服务非常满意,验收签收后,连连称赞日日顺的配送速度,“原来大件可以像小件一样快”。

同样的镜头在全国各个城市都上演着:在重庆,00:10:18,邹先生的电视订单进入日日顺物流信息系统,重庆中心客服马上电话预约。司机师傅、仓库作业人员、服务人员三方联合,争分夺秒,抢在00:25:08发车出库,00:45:03送达

户,全程仅用时34分45秒,完成重庆“6.18”第一单;在哈尔滨,00:10:34,家住哈尔滨市平房区的刘女士订单传入日日顺物流信息系统,00:52:04送达用户,全程历时仅41分30秒,完成哈尔滨“6.18”第一单;在济南,在深圳……日日顺物流以大件物流诸多“6.18”第一单的好成绩给行业树立了一个个标杆。

除此之外,在配送方面,日日顺物流不仅做到了“快”,还做到了“准”。日日顺物流通过用户的持续交互,在大数据的支持下,依托网络优势、效率优势、专业优势、信息优势和标准优势,快速响应,并创新出“按约送达、送装同步”等差异化服务优势。顾客在下单时,系统后台会根据顾客下单结算的时间和地址计算出时间标准,并提供几种精准物流配送方式备选,让用户能够通过网络清楚知道自己商品正处于哪个环节、位于何处,从而有效安排时间,使网购更加便捷安心。日日顺物流还建立了全流程可视的信息平台,不仅保证了用户体验最优,也为其吸引了众多社会化客户资源。

日日顺物流的差异化服务能力源于其强大的配送体系做支撑。相关数据显示,日日顺物流在全国拥有14个发货基地,98个物流配送中心,1000多个HUB库,仓储面积达200万平方米以上。在全国2800多个县建立了物流配送站和17000多家服务网点,在全国各地串起了一张无盲点的配送网络。

解决“最后一公里”难题

电商发展到今天,随着一、二线城市市场竞争日趋饱和,三、四线城市成为电商发展新市场。渠道下沉向三到六级的小县城渗透,是

一个主流趋势,订单暴增的情况下,农村市场的配送一直是个大难题。

作为国内唯一能够实现进村入户的大件物流配送平台,日日顺物流通过搭建开放的“车小微”平台,整合社会化资源,目前已经实现了全国全覆盖。也就是说,今年“6.18”,顾客即使身处偏远山区,也能通过日日顺物流实现配送到户。

据了解,日日顺于2014年6月启动“车小微工程”,将每一辆配送车武装为一个小微企业,布局最后一公里。“车小微”的形成,让日日顺物流颠覆传统物流车的单一配送功能,将“车”变成“送装一体化用户服务云终端”,建立直面用户对用户资源需求的“车合一”经营模式,每辆日日顺物流送货车,其实就是一个小微企业,车上有pose机、GPS、PAD。日日顺物流目前拥有的9万辆车其实也是9万个百货公司,相当于把商城搬到用户面前。

日日顺物流经历了物流重组、供应链管理、物流产业和虚实网融合四个战略发展阶段,目前正以用户为核心,建立虚实融合最后一公里大物流生态圈平台,依托四网融合的优势提供专业化、标准化、规范化的物流服务,打造用户全流程的最佳服务体验。物流服务制约一直导致农村网购商品难以下沉,日日顺物流一系列创新举措率先打破行业瓶颈,真正在农村实现“销售到村,送货上门,服务到户”。

日日顺物流有关负责人表示,日日顺物流追求的领先首先是模式的领先,而非仅仅是规模的领先。今年“6.18”农村大家电销售方面,日日顺物流凸显出大件物流独特优势,得益于一系列模式创新。

一线风采

“叶校长”办夜校

“今天我讲的重点是机车辅变常见故障和检修要点。为了便于大家掌握,我专门找了十几块故障电路板,着重讲一下故障查找的思路和处理方法……”近日,宝鸡机车检修厂电子车间学习室内灯火通明。台上,工人技师叶武正在认真讲课;台下,10余名青工边听讲边记,不时与主讲人交流互动。

叶武是工友们公认的“电子专家”,自1976年参加工作以来,一直从事机车电子配件检修工作。在长期生产实践中,练就了一身过硬的技术本领,更为难得的是,他乐

于传艺带徒,为车间培养了一大批优秀的机车电子检修人才。因此,叶武也被大伙儿亲切地称为“叶校长”。

近期,因车间部分青工检修经验不足、业务水平参差不齐,导致辅变检修质量问题频发。叶武主动请缨,向车间提议开办青工夜校,由自己和其他几名工人技师轮流授课,为青工补强电子基础知识,传授检修技能,并对如何提升配件检修质量提出了自己的意见和建议,让青工们收获不少。(于海 赵选团 王红旗)

长虹再度入选中国500最具价值品牌

本报讯 6月16日,世界品牌实验室在北京发布了2015年(第十二届)《中国500最具价值品牌》排行榜,长虹等品牌居前列,长虹品牌价值达1135.18亿元。

据悉,该排行榜基于财务、消费者行为和品牌强度分析获得。近年来,长虹品牌价值节节攀升,2013年为827.58亿,2014年突破千亿,2015年再次大幅增长。世界品牌实验室认为,长虹品牌价值实现快速增长,要得益于其稳步推进国企改革,CHiQ系列产品的成功上市及进一步融入互联网的转型升级。

6月3日,四川长虹电公告显示,原“四川长虹电子集团有限公司”变更为“四川长虹电子控股集团有限公司”,其注册资本、经营范围也做了相应变更,标志着长虹国企改革工作取得了阶段性的成果。

自去年起,长虹便加强了自动化和信息化的应用,并成功搭建起智能研发、智能制造、智能交易的三大平台,以消费者个性化需求为导向,在智能战略下构建以大规模定制为基础的智能制造,同时上线了大数据、云平台,积极朝向“互联网+”迈进。(东升)

2015年第一批A+性能认证产品发布

本报讯 国人赴日抢购电饭锅、马桶盖事件后,如何标准、客观的评价高端电饭锅、马桶盖的性能成为广大消费者关注的热点,另外空气净化器的选购也是近年来媒体和消费者持续关注的话题。针对广大消费者的关切,中国家用电器研究院与北京中轻联认证中心6月16日在北京举办2015年第一批A+性能认证产品发布会,暨电饭锅、电子坐便器、空气净化器A+认证产品推介会。

本次发布会共有15个企业品牌31款型号的电饭锅、电子坐便器、空气净化器产品通过了A+认证检测,被评为A+之星产品,其中24款型号获得了A+认证证书,作为高端家电的标杆产品推介给消费者使用。中国家用电器研究院副院长刘挺表示,“中国制造2025”已上升为国家战略,家电行业面临着转型升级的趋势,高端家电的消费能力正在逐渐释放,电器产品A+认证是在这个大背景下由中国家用电器研究院和北京中轻联认证中心借鉴国际通行做法、依据我国实际情况,在反复研讨和论证的基础上,联合推出的性能认证,旨在对高端家电性能质量进一步明确和证明,引领行业产品性能达到国际先进水平。

据介绍,A+认证诞生于2012年,由中国家用电器研究院就与北京中轻联认证中心联合推出。经过3年多的发展,A+认证已在洗衣机、洗碗机、电热水器等大家电产品上得到了应用推广,获得了广泛关注,并取得了良好的效果。(宗新)

为草原器物“代言”

本报讯 45岁的梁坚是包头车辆段的一名检车乘务员,整日与钢铁“大家伙”打交道的他,还有着另一种细腻的情节——收藏器物。从2002年收藏第一件器物,到如今开办起自己的私人器物博物馆,14年间梁坚收藏的器物有近千件,他也与器物结下不解的“情缘”。随着收集的增多,他对器物的了解也越来越,更被其中蕴含的深厚文化感染着,一起博物馆的朋友也纷纷将自己收藏的器物转让给他,丰富博物馆的藏品。梁坚将收集的器物分为工具类、饰品类、文字类、动物祭奠类、生祭类、贡类。他还出版了《北方草原文化的器物时代》图书。

2013年9月,经过一年多的筹划,梁坚终于建起“草原文化器物博物馆”,位于内蒙古包头市昆区的一栋商业广场内,博物馆免费对外开放。梁坚说:“器物博物馆不仅填补了资料的空白,更是探索草原文化最好的实物资料,我愿意为它们‘代言’,把它们留在草原。”(唐晋 汤琪)

运用“大数据”实现信息化修车

本报讯 近年来,随着西安东车辆段生产能力的提升,对“生产组织能力、作业过程管理”提出更高的要求。为实现车辆检修过程的有效指挥与监控,他们运用“大数据”,研发出“定检网络化修车系统”,并成功投入运用。该系统通过共享编组站车辆信息数据,以“单辆车的检修过程”为主线,将检修中对生产组织有决策依据的数据进行采集并实时共享、汇总、分析,实现各部门作业信息的整合与协同工作,提高检修效率。

以往的修车计划,需对存车情况进行全面的登记,占整个修车计划所需时间的70%,是制约影响修车进度的主要原因。而使用“定检网络化修车系统”后,可实现数据共享和有效传递,并全部通过PC端及手持终端获取,也改变了纸质信息传递容易出错、不及时弊端。该段运用“大数据”实现信息化修车,日均修车量由55辆提升至75辆,人均日修车量处于全路领先。(于海 胡小文)

迎暑假 教安全



暑期将至,浙江富阳区供电公司党员服务队老党员马国泉和队员们成立了一个“安全用电讲师团”,走进富阳的多所小学和幼儿园,向同学们宣传安全用电的知识。图为富阳区第五小学的阶梯教室里,马国泉师傅为学生讲解用电知识。(汪晓池)