

服装卖场新零售怎么做?实体服装店还有机会吗?

产品名称	服装卖场新零售怎么做?实体服装店还有机会吗?
公司名称	东莞市微三云大数据科技有限公司
价格	.00/个
规格参数	
公司地址	广东省东莞市松山湖园区瑞和路1号2栋301室
联系电话	14776427336 14776427336

产品详情

由于电商的发展给与服装行业重大的打击，不少实体服装店无法再生存下去，如今新零售的来临，给与了服装卖场新的机会。想要判断零售未来的大趋势，好的方式便是针对当地人口的社会经济背景进行观察研究：谁在网络上购物?他们在购买什么样的产品或服务?为什么要买、什么时间买、又偏好在何处购买?

在中国市场，线上线下购物者存在一个极大的差别。以购物者的“性别”来说，尼尔森新研究发现男性占有所有网络购物者的44%，但男性只占实体店购物者的20%。

尼尔森数据显示，网络购物者倾向为更富有、年轻、教育水平高的消费者。有接近58%的网络消费者家庭收入高于10,000人民币，但只有21%的线下消费者达到这个收入水平。

超过一半的消费者(64%)年龄在18至35岁之间，却只有45%左右的线下消费者属于这一年龄区间。另外，网络购物者中有77%的受访者拥有大学学士以上的学位—明显高过于线下购物者的41%。

有人埋怨电商无情冲击零售业，而现在的消费者关注度高的是产品的品质和产品连带的附加值，电商的价格相比实体店虽有一定吸引力，但电商在对产品品质的感知和体验上多数时候难与实体零售店相比。

常有顾客诉苦：“很多品牌的网上旗舰店虽然也有线下实体店当季同款，但质量就是没法和其实体店比。”这无疑是在说有些商家在偷工减料。

那么在新的消费时代，服装行业出现了哪些新零售超级玩家呢?

Prada

智能RFID芯片，可助预测市场

当顾客站在Prada试衣间的智能频幕前时，RFID芯片立即被识别，RFID便能将顾客对产品的喜爱程度被收集整理起来，而这些数据经过其总部的研究，便能作市场预测所用。

优衣库

线上线下商品通，不必再苦等快递

纯电商时代已然远去，打通线上线下渠道才是新消费时代佳的销售模式。优衣库线上网店不再只卖过季打折款，现在已经线上网店与线下门店同步优惠，线上线下的优惠政策统一无差别。

优衣库让消费者在其所在区域就近取货，不必下单后苦等快递3—5天，才能收到货。

CA

“虚拟试衣”服务抓人流量

CA计划在2017年下半年推出人工智能线下体验店，主打“虚拟试衣”服务。而“好买衣”的数据库拥有超过1万个三维扫描的中国女性身材数据，并能根据图形学和机器学习技术生成无穷多的身材数据。

其智能免尺测量身材系统可在一分钟内重建任意用户的身材模型，并将各维度平均误差控制在1.5cm之内。顾客在进入虚拟试衣间之后，可额外试穿超过50套搭配，带来超过4分钟的额外停留时间。

线上实体店，抓住人流量即意味着更多业绩产生的可能，CA“虚拟试衣”服务在实体店人流量惨淡的时期，无疑增加了其展示产品的机会，继而“流量变现”。

七匹狼

机器人服务员，终端门店更智能

消费者除了重视产品的品质外，产品的附加值越来越被他们吸引。据了解，七匹狼线下门店已经有了机器人小宝和魔镜，购物不再只是买东西，更丰富的消费体验正在不断被七匹狼呈现。

特步童装

机器人小管家够萌趣，传统门店快速转型

特步儿童18Q1订货会暨营销大会现场很是热闹，除了特步童装新品，萌趣无比的智能机器人小宝自带吸睛功能。

特步儿童副总裁李金龙先生表示，将运用智趣门店2.0，用简单、高效、低成本的方式，迅速提升进店率、顾客逗留时间以及购买率。接下来，特步儿童将积极运用科技新产品，通过智能体验把传统线下门店与消费者紧密联系起来，产生更多消费者互动，开启零售新时代。

对于服装品牌而言，线上线下销售可玩的花样有很多，但对于消费者而言，购买的产品让自己放心，不用担心材质是否安全，印染技术是否不过关等等。

在过去三十年间，飞速增长的可支配收入以及科技的发展以及各种层出不穷的创新，塑造出新的购物习惯。普遍来说，中国消费者比过去拥有更多的可支配现金，购买力大大提升。过去认为太过昂贵的产品与服务也变得触手可及，消费者越来越重视生活方式与品质。

实体店铺呈现怎样的生存状况呢？

即使中国的实体零售店铺总数还在增加，面对电商的冲击，实体零售店不是销售下滑，就是增长放缓，低迷已成为新常态。实际上，数据指出，大卖场的利润增长已由正转负(-2%)，而小超市(12%)、标超(12)

%)、便利店(11%)都有微幅增长。

商场爆发式增长，实体店发展的好时期来临

万达一年就开业了26个场子，而今年要暴增至55家，更是深入三四线城市，这是商业地产全面爆发增长的时代。

政府爱扎堆运作商圈，如今商场越来越多，商家的选择余地就多，当然租金成本更有运作空间。

实体店的展示体验的价值越来越被看重，已成为品牌突破发展瓶颈的有利武器。有商家直接开出体验店，只为培养下一代品牌消费及情感沟通，甚至有商家直接组下店面打造体验式的线下试衣体验店。

天猫大户、三只松鼠、当当，都要开实体店，核心就是让消费者体验更多的新产品，以促进线上销售。

新零售的布局并非简单靠重金押注就能成形。由于互联网、智能手机等移动互联网广泛应用，零售行业处于一个改革创新的时代，只有结合自身实际进行创新变革，不从形式上照猫画虎，才能立于不败之地