



# “山师大叔”的实体小铺又签了15年合约

## 化妆品店逆袭,不“触电”也赚钱

电商冲击下,许多化妆品店形成“实体店+网店”两条腿走路的经营模式,有些化妆品店不贪大求全,只卖一种商品;有些只加回头客,靠实际体验说服消费者。记者在调查中还发现,一些化妆品店虽然没有加入电商的大军,但依靠价低质优的产品和贴心诚信的服务,生意仍旧火爆。

文/片 本报见习记者 唐园园



“山师大叔”的小铺子每天都这么火爆。

### 1 从“啥都卖”到“只卖牙膏”

济南化妆品一条街是有名的化妆品、美发产品批发地,如今其中的大部分店铺都有了各自的淘宝店。记者走进一家外面挂着“美容美发用品”的店面,里面三名工作人员正在紧张地为发货做准备:一人忙着打印快递单,一人为产品包装,一人做着客服。

老板老谢介绍,自己开了十几年的洗化用品店。从2003年电商出现后,他明显感觉自己的实体店“卖得是一年不如一年,来店里的顾客越来越少”。老谢说,做实体店的房租成本太高,虽然现在还保留着店面,不过过段时间可能就要搬走。“电商是一种趋势,根本拼不过。”

2011年开始,老谢开始在天猫上运营自己的店。虽然实体店化妆品、美发用品、洗化用品皆有,但是在网店上,老谢根据消费者的需求做出了很大改变。“牙膏是日常生活必需品,卖得特别好,

所以拿下了一个牙膏品牌的网络销售代理,现在基本只卖这个品牌的牙膏。”

老谢介绍,现在每天都能接到上百个单子,经济状况是一年比一年好了。“做电商也不是都能赚钱,有的人适合,有的人不适合,和传统店铺一样,总要淘汰一些不适合的人。”老谢说,产品没有变,变的是营销方式。

在山师东路一商场内,有许多化妆品小店铺,卖的化妆品也是五花八门,从国货到韩国化妆品、欧美大牌。一韩国化妆品专卖的店铺,老板张姐就是用微信经营。她说,自己的微信只加在店里买过商品的顾客,“用过店里商品的顾客,知道店里东西好,不用我再刷屏推荐,就自然会过来再买。加一些陌生人没有意思,她不信任我,自然也不会买我的东西,还是开着自己的实体店,在微信上就多拉几个回头客比较靠谱。”



很多老店铺靠的就是回头客。

### 2 十几年老店连开了三家

“给我拿三个染发膏,两瓶排毒膏,四瓶去角质的。”一名女士手拿一张纸条,上面列着要采购的物品,进门就对店员这样说。这是在济南化妆品一条街一家美容美发用品店里的场景,短短半个小时,就有五六名顾客这样来购物:来了要商品,付钱就走。

林女士是这家店的老板,十六七年前开了这家店后,又在周围开了两家同样的店,生意一直很好。

电商的发展并没有对她家的生意产生明显影响。“零售的量少了,但批发销售和之前差不多,没有什么变化,店里以批发为主。”

“我们批发的价格很低,直接从厂里面拿货,价格甚至比网络上还低。网络上假货这么多,很多人不放心,还是来店里买,毕竟往脸上抹的东西不能乱买。”虽然电商迅猛发展,但是林女士还是觉得自己的实体店有一定的优势。

不光在价格上林女士力争做到最低,在服务上也贴心周到。她说来店里的大部分都是老顾客,有的顾客还是在外地,一个电话就发货过去了。

“电商对实体店的冲击,更多是对小型零售店,批发的店影响不大。”林女士说,自己店里有稳定的客源,生意保持得挺好。

### 3 “山师大叔”小铺生意火爆

“大叔,给我三支眼线笔。”“大叔,面膜还有吗?”一群小姑娘将一个不到四平方米的小店围得里三层外三层,来晚的根本排不上队。大家将自己要买的东西写在纸条上,等着递给大叔。

他就是在附近小有名气的“山师大叔”。他在山师东路经营着一家化妆品店,不到四平方米的化妆品小柜台,没有店名,没有门牌,却历经十几年风雨,在电商竞争激烈的情况下,依然经营得风生水起,丝毫没有受到影响。

“大叔的东西便宜又好,还有免费赠品,当然经常来买啊!”一顾客说。

大叔说自己的大部分产品都是精挑细选20年以上的老牌子,而且自己家里

人也用,才敢卖给别人。“干久了就都了解了,你不懂怎么介绍给别人呢?”

“大叔的东西比网上还便宜,过来买也很方便。大叔人好,还经常送赠品,每次在他家买东西都特开心。”顾客小孟说。问大叔这么便宜靠啥挣钱,大叔说:“挣那么多钱干吗?没有意义。现在越来越多的人认识我,从老远赶过来买我的东西,不好意思要高价。”

大叔的幽默诙谐也是他的宣传方式,“这款……是地球上最好的月球上都有的;这款……是娜拉姐用的。”这是他宣传化妆品的标准词。“我不会用电脑,做不了电商。这店铺去年又续租了十五年,得一直做下去。”大叔说。

### 4 实体店发展为体验店

淘宝店、团购、代购,微信营销,一波浪潮冲击着实体化妆品小店。为何有些小店能在激烈的电商厮杀中屹立多年不倒,还经营得红红火火?“如果顾客在线下能买到便宜的,服务好,可以信赖的东西,而重新上网寻找要费很大力气,顾客就会放弃网络购物,从而实体店能留住客源。”山东大学市场营销系副教授张喜民分析。

为消费者提供好的服务,可以留住原有客户,但在新客户开拓中,张喜民认为,一定要借助电子商务。“当年轻人利用网络来满足自己的需求已经成为一种大趋势,所以传统行业需要‘触电’,电商对获得新增消费者作用更大,也会有更多收益。”

对于实体化妆品小店,济南颐莲化妆品营销经理白天明认为,不管商业发展到什么时候,终端店不会被发展趋势

所取代。“实体店应该做的是调整,把实体店发展为体验店,把成交购买转移到线上。”

对于一些小的实体店,辐射范围有限,往往是周边区域的人群。“这些实体店,朋友圈积累的人群大致相当于辐射范围的人群,而这些店主要做的就是将自己覆盖区域的人群服务好,争取做到线下体验,线上交易。”白天明说。

随着互联网的发展,个人成为终端销售渠道成为可能,因而体验和零售要两方面结合。“通过线下的发展,将顾客服务好,使之产生消费习惯,促成线上销售。也可以通过线上活动互动,将线上的积累发展到线下。”白天明建议。

“所有人都可以做微商,微商不是涉猎所有种类。做微商的人,要根据自身情况、兴趣、朋友圈情况来决定做什么。”白天明说。

### 5 “社交电商”或成趋势

作为济南本土品牌,颐莲化妆品公司的经销发展之路,是化妆品行业在电商影响下发展态势的一个缩影。

济南颐莲化妆品营销经理白天明介绍,颐莲化妆品创立于2003年,2004年正式进驻各大商超,2009年试水电子商务,2010年进驻天猫。“到现在,进驻商超已经十年了,而电子商务四五年的成绩就已经达到商超十年的营业额。”

“传统的化妆品销售渠道,如商场、超市,以及以淘宝、天猫为代表的电子商务,都相当于商场购物的概念,是为购物提供一个平台,消费者有购物需求才会购买。”白天明说,两者的区别可以理解为,商超是“有什么,买什么”,而电子商务平台则是“要什么,买什么”。

“通常,人们刷朋友圈的时候是去看

朋友在干什么,这是一种私人化的交往,不带有目的和需求,微信是拉近朋友关系的平台。而当有人在分享自己使用的化妆品时,微信就成为一种传播。”白天明说。

“对于民族化的品牌,想要在天猫之类的电子商务平台上实现突破很难。”白天明说,这也是颐莲化妆品开创微信营销的原因,“我们觉得这是未来的希望和发展趋势,有机会让民族品牌实现‘半道超车’。”

试水微信平台营销以来,颐莲化妆品就已收获20多万粉丝和顾客群。“传统的化妆品牌,现在都是电子商务和商场两个渠道集中发力。值得注意的是,一些由线上做起来的品牌,也开始发展线下的体验店。”

## 关于发放老旧汽车报废更新补贴资金的通告

根据财政部、商务部公告2014年第6号精神,为做好我市2014年老旧汽车报废更新补贴资金发放工作,现将有关事项通告如下:

### 一、补贴资金发放的范围和标准

2014年1月1日—12月31日期间交给报废汽车回收企业的,使用10年以上(含10年)且未达到规定的使用年限,并于当年更新的半挂牵引车和总质量大于12000千克(含12000千克)的重型载货车(含普通货车、厢式货车、仓栅式货车、封闭货车、罐式货车、平板货车、集装箱车、自卸货车、特殊结构货车等车型,不含全挂车和半挂车),补贴标准为每辆18000元人民币。

### 二、补贴资金申领的程序

符合上述补贴范围的老旧汽车车主,可按有关规定,凭①《老旧汽车报废更新补贴资金申请表》、②《报废汽车回收证明》(三联)原件、③《机动车注销证明》原件及复印

件、④有效身份证明原件及复印件、⑤报废车辆的机动车行驶证复印件或机动车登记证书复印件、⑥车主本人的个人银行账户存折或单位账户开户证复印件等凭证,到济南市老旧汽车报废更新补贴联合服务窗口申请补贴资金,经审核无误后,发放补贴资金。

### 三、发放时间

2015年2月10日—13日(上午8:30—11:30,下午13:30—17:00)。

### 四、发放地点

济南市老旧汽车报废更新补贴联合服务窗口,地址:济南市千佛山西路1号(院内加姑站北侧楼三楼)

联系人:王淑文,电话:66602021。

特此通告。

济南市商务局  
济南市财政局  
2014年12月30日