

■门店之道·实体店式微

记者体验闹市区服装店:冷清也要坚守 能赚到吆喝,就不算赔本

本报记者 张泰来
实习生 张金波
徐慧敏 刘晓利 张家文

一天100多名顾客 购物的占十分之一

4月20日上午8点30分,济南东关大街一家361°服装店开始了一天的营业,为了切实了解实体店的经营状况,记者以实习店员的身份在此体验。

这一天,店里的主要工作是盘点,加上记者全店10名店员只留一人营业,其他人则忙碌着清点货物。记者注意到,上午8点半到中午12点,三个半小时的时间,店内来了20名顾客,其中只有5人购物,总营业额不到1000元,即便只有一个店员也足以应付。

到了当晚,该店总共迎来120名顾客,其中13人购物,营业额大约3000元。“这个情况很正常,顾客一般是节假日多平时少,平均下来一天营业额在4000元左右。”店员说。

记者连续两天的实习中,100平米的店铺,一天只有100多名顾客,这情景不可谓不冷清。而且冷清的不止这一家店或一个品牌,在市区文化东路、华龙路、花园路等路段,多个品牌服装专卖店情况类似。

客流量小,这些品牌服装店盈利状况如何?以东关大街361°专卖店为例粗略计算,每天营业额4000元,全年就是146万,扣除每年25万元的房租成本和10名店员每年36万元的工资(每人每月3000元),还剩85万元。再扣除商品本来的成本,一年利润还剩四五十万。

济南市社科院经济研究所所长王征介绍,品牌服装专卖店的经营成本除了房租和员工工资外,还包括品牌加盟费、仓储费用等等,几项扣除之后,多数品牌服装店已经不再是暴利,而是在微利,甚至是无利的状态下经营。

“金街”店铺房租 是普通街区5倍多

与东关大街数里之隔的泉城路,是济南市的主要商圈之一,被市民戏称为“金街”,这段

一个品牌有多火,看看街上有多少家店就知道。然而在网购已经普及的今天,繁华街区装修精致且曾经人潮涌动的品牌服装店,却明显降温。

这些街角门店怎么生存?记者调查发现,繁华路段的不少服装店都是微利运营,其品牌营收主要靠二三线城市支撑。之所以赔钱还要坚持开店,就是要保持品牌影响力,同时为网售商品营造出很受欢迎的氛围。



不足1500米的道路两侧聚集了四五家商业综合体,遍布十几家不同品牌的服装店,他们的经营状况如何?

4月15日,记者在泉城路美特斯邦威看到,这个上下4层总计400多平米的店铺里,一直保持着五六十至一百人的客流量。附近的森马专卖店,361°专卖店也是一派热闹景象,客流量较大。实际上,客流量相比之前已经有所减少,“以前客流量得是现在的两倍还多,光拿提成都比现在工资高。”泉城路森马专卖店一名店员说。

不过,繁华的“金街”专卖店盈利并没有看起来那么美。一家运动品牌专卖店的经理透露,由于高额的房租等原因,泉城路上多数实体店服装店看似繁荣,实则不盈利。“我们的盈利主要是在二三线城市,省城能够盈利的主要是社区店。”

王征指出,不盈利的原因很简单,就是经营成本高。以房租为例,泉城路沿街商铺每天每平米的租金就高达三四十元,是其他街区的5到8倍,也就是说这些店铺客流量要达到其他街区商铺的5到8倍,其盈利才有可能与之持平。

“据我所知,泉城路上的品牌服装店近几年不断有关门的。”王征说。

交通拥堵停车难 都会影响实体店

曾经红火的实体店服装店何以沦为微利行业?几乎所有的服装店员和经理都把原因指向了电商。

记者随机在大学校园里找了20名大学生调查,他们全部有网购经历,10名女生中7人表示买衣服首先想到的是手机上网,甚至原本没有购买需求,但在浏览商品时不知不觉就下了单。“门都不用出,看看买家秀,卖家秀也能得到‘逛街’的体验,逛街的时间完全省了。”一位女生告诉记者。

王征认为,不光是人们的消费习惯发生改变,随着城市版图不断扩张,居住地与商铺之间距离越来越远,交通拥堵和停车难等都会降低人们出行逛街的意愿,而电商恰恰解决了这个问题。

山东财经大学经济学院教师商海岩认为,除了购物的便利外,电商对于实体店的冲击最大的表现就是电商没有仓储,不需要门店租金等支出,经营成本低。

为应对电商的价格冲击,实体店不得不压低价格,甚至有品牌开设专门的折扣店,这在五六年前是不能想象的。“那个时候只有断码和过季的款式才会打折。”一位在品牌专卖店工作十余年的店员说。

闹市区实体店 多为保持品牌影响力

既然处于微利甚至不盈利的状态,为何这些服装店还要在繁华路段赔本赚吆喝?他们未来会关门吗?

商海岩分析,短期的亏损并不一定导致企业退出,尤其店铺租金是长期固定的成本,只要保证短期收益高于进货成本就能坚持下去。即便实体店遭到淘汰,那也是一个相对长期的过程,有一个过渡期。

361°泉城路店经理郭女士则持乐观的态度,她认为繁华路段的实体店是必不可缺的,虽然店铺不一定能够盈利,但对一个品牌来说是形象代表。“有个店在最繁华的路段,顾客就会觉得这是一个正规的店,品牌够大。这样开店具有广告效应,有着很大的战略作用,也能提高品牌的网售影响力。”

从长期来看,郭女士认为实体店依旧会有生存空间。繁华路段的房租之前一直在上涨,甚至有房东在签合同之初,明确要求房租每年按一定的比例递增。随着实体店生意不景气,一些房东根据实际情况调低房租,比如泉城路部分店的房租已经下调了5个百分点。“不租给服装店,其他行业的生意也不好做。”她认为,未来顾客群体肯定会分流,一些人或一些品类的商品会固定在网购上,而另一部分依然会钟情于实体店。

这与王征的想法不谋而合,他表示,网店缺少现场体验感的缺点是短时间内无法解决的,这给了实体店喘息的机会。实体店可以利用体验式服务加强吸引力,打造自己固定的顾客群体。

专家观点

实体店不能全怪电商冲击

实体店服装店不景气,并非只有电商冲击这一个原因,还包括其产品和营销方式落伍,难以满足消费者需求。

商海岩认为,实体店不景气,从大的方面说,一是周期性原因,当前经济形势总体不乐观;二是产品不能满足新的消费需求,尤其是一些面对年轻人群的休闲、运动品牌,其消费者主体已经完成更新换代,例如“90后”、“00后”,这些人更加追求个性,强调产品的差异。

对此,王征指出,目前遍布大街小巷的品牌服装,看似不同品牌,实则大同小异。不少人越来越

追求“限量版”,这就是个趋势。未来消费者追求的产品未必是最好的,但一定是最契合个性表达的,工厂式一刀切生产出的产品,显然不能满足这个需求变化。

王征认为,目前实体店营销模式过于落后,总体上还停留在坐等顾客上门的形态。“生产者闭门造车,跟顾客之间没有交流,不能理解顾客的需求变化。”他表示,服装业更应当顺应潮流,搞搞供给侧改革,提升产品和服务的质量,提高顾客到店购物的获得感和满足感。

本报记者 张泰来

治疗尿频、尿急、尿不尽 喜遇良方



中医认为:小便余沥又称尿不尽,小便之后滴沥不尽,是中医肾系疾病的常见症状。多因肾虚膀胱冷所致。《圣济总录》卷九十二:“虚劳小便余沥者,肾气虚弱,而膀胱不利故也,膀胱不利,则气不能化,则水道不宜,故小便后有余沥。治宜温补。”

《本草汇言》记载:“沙苑菟藜,补肾温精之药也。其色清香,能养肝明目润泽瞳仁。补肾固精,强阳有子,不烈不燥。兼止小便余沥,乃和平柔润之剂也。”因此服用沙苑子胶囊可有温补肝肾,固精,缩尿,明目的功效。用于治疗肾虚腰痛,白浊带下,小便余沥,眩暈目眩。

沙苑子胶囊对尿频、尿急、尿不尽的辨证施治

河北医科大学制药厂是河北医科大学校办企业,主要从事医药产品的研发和生产:用

专业铸就品牌,用诚信做品质;由河北医科大学制药厂研制生产的知福牌沙苑子胶囊,精选上等中药材沙苑子人药,经药材产地、等级筛选优化,生产工艺论证,以及长期临床试验,既发挥了中医药的传统,又融合了现代医学便捷、科学的特点,中药成分。

沙苑子胶囊冀药广审(文)2015100171。
功能主治:温补肝肾,固精,缩尿,明目。用于肾虚腰痛,遗精早泄,白浊带下,小便余沥,眩暈目昏。

感恩回馈 特大优惠

为回馈广大患者朋友支持,沙苑子胶囊特推出以下特大优惠活动:

- 1、一次购买3盒以上可享受特价优惠;
- 2、前100名还可享受“买10送5、买5送2、买3送1”的特大优惠,每人限购10盒;
- 3、全国免费邮寄,送货上门,货到付款。

本产品从未授权网上销售(优惠代码:1508)
请按药品说明书或在医师指导下购买和使用。

详情咨询 4001-633-611

泉城路一家实体店较为冷清,有时候店内营业员比顾客还多。本报记者周青先 摄