

## OPPO 首家超级旗舰店落沪

## 开启一线城市零售终端升级之路

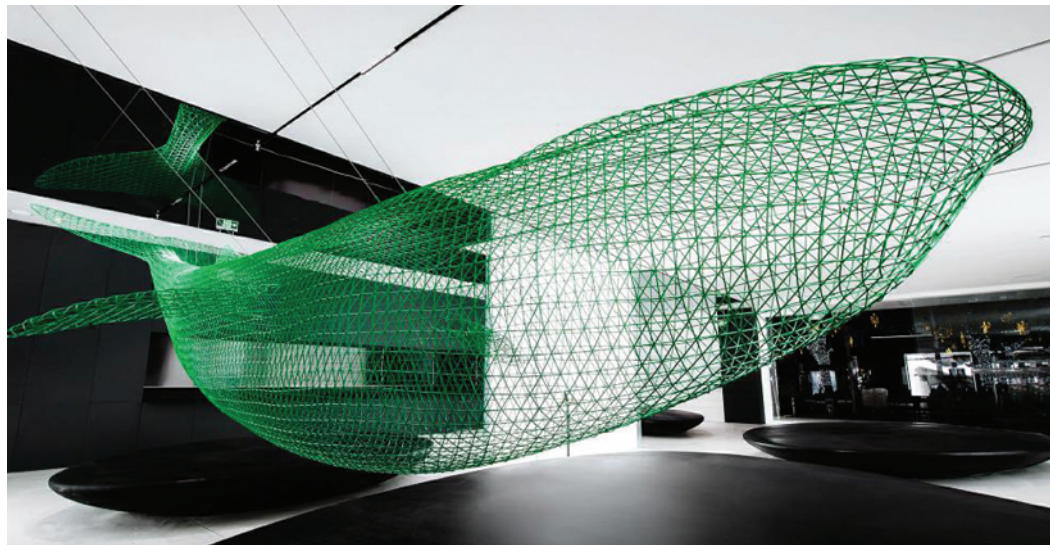
12月24日,OPPO全球首家超级旗舰店在上海淮海中路盛大开业。基于“人本主义设计观”进行设计创新,上海超级旗舰店为顾客创造了一个“自由、亲切、有趣”的体验空间。以此为契机,OPPO将推动一线城市零售终端升级,并开启品牌升级。

青年报 姜卓

OPPO副总裁吴强表示:“上海超级旗舰店蕴含着我们对于零售终端升级、品牌升级的思考。零售终端特别是旗舰店是品牌与用户直接沟通的核心渠道,所以我们选择将上海超级旗舰店作为品牌提升的一个突破口。”

当天,OPPO明星家族成员杨洋也现身上海超级旗舰店,以“一日店长”的身份介绍“超级旗舰店”的设计亮点,并分享了OPPO带来的新年惊喜——R11s星幕新年版将在上海超级旗舰店全球首发,于12月25日在全国线上线下同步开售。

据介绍,上海超级旗舰店改变了科技体验店“重销售轻体验”的模式,以顾客的需求作为设计和运营的出发点,从一个单纯的商品卖场转变为轻松、自由的体验空



间——以人为本、体验至上,即是OPPO所倡导的“人本主义设计观”。

在旗舰店现场可以看到,除了产品展示区,占店面五分之一的区域是完全为顾客打造的自由空间。店内几块随意摆放的“大石头”格外引人注目,没有规则、边界带来的束缚感,顾客可以在“石头”四周随意驻足、体验、拍照、交谈。看似随意的空间设计,仿佛置身于艺术展厅,极大降低了顾客“非买不可”的不适感,带来更“自由”的体验。

在品牌与顾客、顾客与顾客之间,精心打磨的设计细节也为此商业空间增添了不少“亲切”氛围。OPPO的LOGO和牌色低调点缀于店内,避免了品牌元素过多带来的压迫感;产品体验桌和休息长凳采用特

殊尺寸定制,既保证了陌生人之间的“安全”距离,也为熟人之间预留了共同体验产品和亲密交流的空间。

OPPO对千篇一律的“科技感”也进行了大胆突破,令店面变得趣味十足。一条长达8米的巨型鲸鱼“游弋”其中,这种神秘、轻盈却又充满力量的“奇思妙想”,是OPPO对年轻人“想象力”的真实呈现。

“人本主义设计观”也融入了超级旗舰店的日常运营:注重“体验至上”,店内的工作人员只在顾客需要时提供专业解答与服务,减少“购买压迫”;定期举行知识课堂和分享沙龙,帮助顾客更好地了解和使用产品;提供丰富的科技周边和跨界合作产品,为顾客打造一站式的数字生活体验。

OPPO副总裁吴强表示,得

益于多年来在渠道运营、用户需求洞察等多方面的深厚积累,OPPO在一线城市的市场份额和品牌影响力取得了令人瞩目的表现。2017年前三季度,OPPO在北上广深四大一线城市的市场份额均位居市场前三,并继续保持稳定的增长趋势。“OPPO一直将零售终端作为用户沟通及品牌展示的重要窗口。以上海超级旗舰店为契机,OPPO也将完成自上而下、由点及面的零售终端升级和品牌升级,以提升品牌竞争力和品牌美誉度,获得更多年轻人的认可和喜爱。”

据悉,2018年初,第二家OPPO超级旗舰店将落户深圳,OPPO将持续为零售终端注入新的思考和实践,为全球亿万年轻用户打造更完善的全渠道体验。

## ■ 资讯

京东到家  
激发人才活力

近日,2017拉勾之夜年终盛典“野心时代”之年度最佳雇主系列奖项揭晓。以影响力、牵引力、幸福营造力、拉勾指数及创变力等为考核维度,经由媒体机构和HR专家团评分,达达-京东到家最终蝉联“2017年中国互联网华东地区年度最佳雇主”及“互联网最佳招聘项目领先雇主”。“站在新零售和共享物流风口,崇尚开放、包容、进步的达达-京东到家所在吸引诸多人才加入的同时,也培养出一大批符合当下风口行业的专业人才。”现场评委表示。

达达-京东到家相关负责人表示,平台绝不以年龄和资历作为标准衡量员工,“通过扁平化的管理,我们希望给每位员工提供成就个人职业生涯的舞台。”早在今年4月,达达-京东到家便已提出零售赋能战略,通过流量、效率和用户运营3个维度为传统零售业赋能,并联合京东无界零售实验室共同研发,推出智能货柜——京东到家Go。同时建立了以“以人为本”、“知人善用”为基础的管理体系,全面激发人才活力。

青年报 王霞

珀金埃尔默  
收购欧蒙

珀金埃尔默公司近日正式对外宣布,已完成对欧蒙医学实验诊断股份公司的收购,通过此次收购,珀金埃尔默得以扩展其产品线,进军自身免疫和过敏性疾病诊断市场。

据介绍,欧蒙总部位于德国北部吕贝克市,目前全球有约2400名员工。该公司被公认为自身免疫检测领域的全球领导者,也是感染型疾病和过敏性疾病测试领域的新兴力量,在免疫学、细胞生物学、组织学、生物化学和分子生物学等领域拥有广泛的专业知识和能力。珀金埃尔默总部位于美国,在过去80年的发展历史中,已成为全球领先的临床诊断、科研仪器和服务提供商,产品领域覆盖医学诊断、检测、成像、信息学和科研服务,目前在全球拥有1万多名员工,为超过150个国家和地区提供服务。通过此次并购,珀金埃尔默将利用双方的技术、强大的市场主导地位 and 协同商业活动的机会,向其不断扩大的客户群体提供更全面完整的解决方案。珀金埃尔默董事长兼首席执行官Robert Friel表示:“我们将借助双方先进的检测、成像设备和分析开发能力,以及共同拥有的强大市场地位和协同商业活动,为全世界的消费者提供更好更全面的解决方案。我们期待着与欧蒙团队携手合作,通过使用先进的诊断技术共同改善全球健康状况。”

青年报 姜卓

## 未来三年店面数量达20000家

## 张近东构建智慧零售“操作系统”

青年报 姜卓

近日,中国地产圈的数百位企业代表齐聚南京,助力苏宁控股集团董事长张近东的大开发战略。

近年来,消费升级已经成为经济发展的第一驱动力,也是全社会最大的风口,互联网走向线下会带来零售业的创新升级,面对这样的机遇,苏宁已经开启了与线上线下伙伴的合作。

线上,苏宁与阿里巴巴在物流、流量、服务等方面达成战略合作;线下,苏宁与万达集团确定了针对商业业态的互联网化发展计划,与恒大集团确定

了面向高端社区的深层次、全方位的智慧零售发展计划,与融创、万科、碧桂园等企业建立了各种差异化的智慧零售合作关系。

张近东认为,因为苏宁与地产企业都拥有庞大的线下商业实体,熟悉线下运营;而且双方的目标也非常一致,都是持续地繁荣线下商业。

据悉,近两年苏宁每年新开店的数量都在千家以上,明年将继续加速,背后是苏宁八年转型,厚积薄发的结果。在2009年,苏宁上线苏宁易购时,传统电商曾叫嚣消灭线下;甚至在2013年,张近东在斯坦福发布“苏宁已经成功探索线上

线下融合的O2O模式”,业界依然有很多疑虑;到了2017年,整个行业才纷纷布局线下,此时苏宁已通过先“+互联网”,把实体资源上线互联网化,再整合线上资源“互联网+”反哺线下,实现全场景互联网的智慧零售。

张近东将苏宁通过“+互联网”和“互联网+”锻造的智慧零售解决方案,比喻为开源的操作系统。苏宁在“+互联网”的过程中,第一步做的是“+品类”,从原有的家电3C扩张到了母婴、超市、百货、家居、生鲜、汽车等全品类,商品SKU也扩张到了4000多万款。如今到了反哺线下的时候,红孩子母婴馆、

新鲜生超市、汽车超市等品类专业店应运而生,也可以结合城市核心商圈,开设购物广场;在社区开设苏宁小店。

“以物理合作为开始,以化学效应为目标,通过一个支点,我们可以撬起更广阔的未来。”张近东此次盛邀300家地产大佬,更是将合作范围上升到生态战略,合作模式也是不拘一格,直言“绝不是为了一城一池的合作,而是全产业资源的合作,合作模式可以灵活多样,‘租建并购联’不拘一格”。在2018年最后的倒计时,张近东希望,他打开的苏宁全产业资源的一扇窗,能在2018年开启一个生态战略合作的新世界。

## [相关链接]

## 上海苏宁公益庆生

12月26日是苏宁成立27周年纪念日,与往年一样,苏宁在这一天依旧延续其公益庆生传统。

12月26日当天,在共青团上海市委以及学生联合会的支持下,上海苏宁在“助贫寒学子回家”的基础上,联合高校推出校企合作“一揽子计划”,在物质捐赠的同时,为高校学生提

供就业、创新、创业等一揽子资助与服务,也意味着苏宁公益从基础需求类公益类活动升级到创新能力锻炼及实践平台。

据了解,核心内容主要分为两部分:一方面上海市学联与上海苏宁签订新一年“助贫寒学子回家”合作协议,上海苏宁再度捐赠50万元资助贫寒大学生,涉

及复旦、同济、交大等10所高校;另一方面,上海苏宁与东华、华政、立信等高校代表签订校企合作“一揽子”合作计划。

苏宁易购副总裁、上海苏宁总经理范志军表示,公益需要不断创新,上海苏宁持续关注高校群体,不仅仅给贫寒学子提供物质上的资助,同时还

关注这些高校学生的长远发展。“苏宁希望通过提供平台开放创新创业、人才培养计划、俱乐部筹建基金、助学公益基金等内容,结合学生需求,以苏宁校园俱乐部的形式,依托苏宁线上线下平台将创新想法付诸行动,为学生提供一施展抱负的实践平台。”