

疫情之后：亚洲零售业的新常态



新冠疫情对消费者的消费习惯产生了重大影响。于零售商而言，抓住这些新常态下消费习惯的改变是至关重要，务求在疫情过后发挥更强实力。这些新常态是什么？零售商应如何应对？

01 向电商转移

疫情期间，不少中老年消费者开始被迫适应网上购物这种对于他们来说陌生的购物方式。而随着网上购物越趋频繁，消费者也逐渐开始接纳这种新的消费模式。

据 Tofugear 的调查显示，亚洲 45%的消费者计划增加未来 12 个月线上购物的比重

线上消费无疑将逐渐成为主要的消费渠道，因此，线下实体零售商们更应努力拓展自身的数字化渠道，加速数字化转型。

02 数字化营销和社交销售双管齐下

为了抵消疫情带来的冲击，很多零售商采用数字化营销，比如直播，微信群，社交平台等创新模式与消费者保持联系。

天津大悦城

国内不少百货公司及购物中心利用微信群组与客户零距离接触，他们直接把柜姐和品牌代表管理的微信群邀请设置在小程序内。通过扫描二维码，客户就能找到对应的品牌或产品的微信群组。天津大悦城就是通过微信群组与客户保持联系。

王府井集团

客户进入微信搜索，就能发现光是王府井集团就拥有至少 20 个小程序，每一个小程序也能链接到集团客务中心或地区的线上商城。

王府井线上销售报告显示，单是二月，集团微信商城已录得近 3,000 万元的销售额及 530 万访客量

Lazada

疫情期间，东南亚主要网购平台 Lazada 利用自家的直播平台 LazLive 进行直播带货。

据统计，4 月共有 2,700 万东南亚活跃观众观看 LazLive，当月 GMV 按月增长 45%

Siam Piwat

泰国购物中心运营商 Siam Piwat 推出了三项全新零售服务，包括电话下单自取服务、OneSiam Chat & Shop 及 Eat at Home。这些新服务让消费者能通过 OneSiam 的 Line 账号、OneSiam app 及 Siam Piwat 其他官方社交平台进行购物。通过 Eat at Home，消费者可以在 Siam Paragon、Gourmet Garden、ParagonFood Hall 及 IconSiam 等超过 50 家餐馆进行点餐。



如何利用 Siam 社交平台账号进行线上购物，图片来源：OneSiam.com

03 配送服务热度延续

无接触配送和外卖自取服务成为疫情时期主要的消费趋势。为迎合当下社交隔离以及快速上升的配送服务需求，零售商们也想出不少法子，包括：

员工共享机制

例如盒马鲜生临时聘用了周边餐厅不少员工提供配送服务。顺利办、苏宁、京东 7Fresh 及联想等公司也提供了一些短期的仓储和配送服务职位。此外，泰国 7-11 还雇佣了 20,000 名员工以应付疫情期间订单激增的配送工作。

无接触投递

3 月，日本大和运输公司推出了无接触投递服务。消费者可致电大和，要求配送员将包裹放到家门口，以避免了接触投递所产生的疾病风险。日本达美乐披萨也采用了类似配送的方式，配送员送达货品后，通知客户，并站在两米之外的地方等待客户取餐。

得来速提货服务开始流行

马来西亚永旺百货将得来速服务从前的 2 个服务据点扩展至 15 家 Aeon BiG 大型超市及其他 11 家永旺店铺。消费者可以提前线上下单，然后到提供得来速服务的店铺付款取货。



图片来源：Aeonbig.com.my

无人配送车

美团买菜与美团无人车团队合作在北京试点无人车配送服务。苏宁物流也在北京、南京和苏州三地试点迷你无人车配送服务。京东物流在武汉和湖北其他城市采用无人车和无人机进行药品和其他货品的配送。据称，1月24日至2月2日期间，京东物流的无人仓库日接单量几乎翻倍，订单量从60万跃升至100万。



苏宁物流的迷你无人车，图片来源：sina.com

04 善用创新科技

善用创新科技也是零售商在疫情期间的利器之一。

VR 虚拟工具-上海万象城和广州 K11 也推出了 VR 的虚拟导购，帮助消费者足不出户也能线上逛街。

在防疫科技上，零售商们也是花尽心思。例如泰国连锁超级市场 Central Food 利用了 UV-C 消毒机器人在关店时间进行全店消毒工作。



图片来源：Inside Retail Asia

05 提升消毒和卫生习惯

泰国购物中心运营商 Central Pattana 推出了全新的卫生及安全方案，涵盖 5 大核心卫生守则及超过 75 项防疫措施。星巴克中国也提升了卫生防疫措施，包括缩短营业时间、仅在指定店铺提供配送服务、暂停使用个人茶杯及限制店内座位数量等。

06 为弱势群体提供帮助

新加坡最大连锁超市 NTUC FairPrice 针对一些社区弱势群体（包括长者、孕妇和残障人士）推出了优先购物时段，保障他们在疫情期间也能购买生活必需品。此外，他们还推出了 FairPrice on Wheels 的移动购物服务，保障社区居民，尤其是长者，在家附近也能采购日用品。



如何利用 Siam 社交平台账号进行线上购物，图片来源：OneSiam.com

泰国线上时尚品牌 Pomelo 推出了 Pomelo Care 计划。品牌称将向泰国红十字会捐赠超过 40000 个外科手术口罩，并将销售抗菌面料口罩产品的全部利润捐赠给合作的卫生组织。

联系我们

亚洲分销与零售

林诗慧

副总裁

电邮: teresalam@fung1937.com

陈善仪

研究经理

电邮: tracychansy@fung1937.com



免责声明© 2020 冯氏集团利丰研究中心版权所有。

冯氏集团利丰研究中心致力于提供准确而可靠的资料，但并不保证本出版物的内容绝对无误。本出版物所提供的资料如有错漏而令您蒙受任何直接或间接之损失，本中心概不负责。

本出版物也并非旨在涵盖所有内容。对文中的信息是否准确或完整本中心不作任何明示或暗示的承诺或保证。冯氏集团利丰研究中心不会对任何个人或单位因阅读了本出版物采取某项行动或未采取某项行动的后果承担任何责任。

如欲征求具体建议或希望获取文中所提及事宜的更多信息，请与您在冯氏集团利丰研究中心的联络人或文中所示的联络人联络。