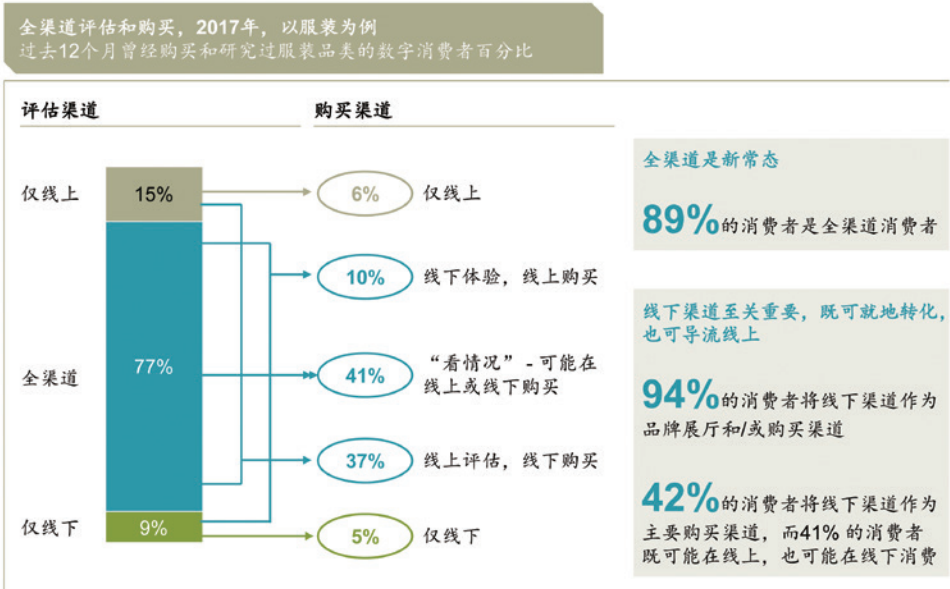




合电商网站，在“双十一”等线上购物的主要窗口大量投放广告，希望重新将消费者从线上吸引到线下。然而，在标准品类中，由于线上渠道价格优惠透明、服务精准高效、产品海量丰富，习惯了线上购物的消费者往往不愿意回到线下。基于促销活动从线上向线下引流十分困难。

未来新趋势：线下导流线上，最大化客流价值

图4 大部分消费者为全渠道购物，线下渠道对品牌体验和引流至关重要



资料来源：麦肯锡2017中国数字消费者调查

越来越多的购物中心意识到，由于产品体验、现场服务等优势，线下渠道依然可以吸引到高质量的客群。针对线下高质量客群，购物中心可以联合线上平台，提供额外的线上产品选择、长期订阅等服务，确保自身不仅把握消费者的线下消费，更能分享线下消费者在线上贡献的额外价值（见图4）。

面对新的零售渠道竞争格局和消费者需求，能够颠覆现有商业地产标准开发运营模式的不是今天的商业地产运营商，而是行业外的“搅局者”。然而，不少商业地产运营商依然依赖传统的开发运营能力组合，还没有开始积累新模式所需的新能力。