

商业的竞争,并不仅仅是几家知名企业年复一年的恩怨情仇,在更广大的层面上看,这种竞争更应该体现出新经济增长点、新行业爆发点、新商业发展思路上。在过去的一年中,在传统百货业竞争之外,郑州商业已经在很多点上做出自己的突破。

财富传奇

第五届中原商业盛典特刊

2007年度十大商业事件

文字整理 晚报记者 祁京

中原商业史诗推出

由郑州晚报主办的商战风云 18 年系列报道暨评选 9 月启动。评选回顾了自亚细亚开业郑州爆发第一次商战 18 年来影响中原商业的十大风云人物、风云事件和风云企业。这是郑州商战 18 年以来,媒体的首次梳理和回顾,通过这一行动,不但为过去的 18 年商战历史进行了总结,也为郑州商业的新发展提供了可资参照的文字记录。

上榜理由: 20 世纪 80 年代末,中国商业改革发动伊始,一场震动全国的商战,就在二七塔的钟声里打响;从价格大战、服务大战、公关大战到环境大战,带动了整个郑州的改革开放,也在全国商业传统的铁壁合围中,冲开了一个缺口。“郑州商战”,由此而闻名全国;“商都郑州”,由此而更为著名。作为一个城市的记录者,当为这个城市做出卓越贡献的商战走过 18 年的时候,我们需要做的有很多。

家乐福蒙牛爆发流血冲突

9 月 15 日,因采取不当方法“抗议”超市摊派月饼,郑州蒙牛公司与郑州家乐福超市发生一场流血冲突,零供纠纷再度升级。经本报与《中国青年报》的合作,第二天该事件就成为颇受全国媒体关注的“2007 零供第一案”。

上榜理由: 这件事起因看似是零售商向供货商摊派月饼,本质上却不全是“月饼惹的祸”。目前的零供矛盾就像积蓄的火山,星星之火就可能引发强烈的爆发。家乐福和蒙牛冲突不过是又一次零供矛盾的集中爆发而已。

华润万家全面收购家世界

继 1 月郑州经三路家世界家居建材超市卖给美国国家得宝之后,3 月,华润万家全面收购原家世界超市在郑州的 6 家门店。经过长达半年的休整,9 月华润万家对所有门店进行了象征意义的正式开业。家世界被收购,标志着中国商业零售业粗放式经营时代的结束,盲目扩张式的“上市敢死队”模式已经不为人们所看好。

上榜理由: 快速扩张似乎成了制胜的唯一法宝。在零售业、家电连锁业、保险业等新兴或快速成长的行业表现尤为突出。然而,我们看到的却是一个个“快速扩张、跑马圈地”明星们的陨落。

郑州秋冬季购物节开幕

由郑州市商务局主办郑州晚报深度参与的 2007 郑州秋冬季购物节 10 月 20 日在二七广场隆重开幕,市委副书记马懿携市四大班子领导参会,省会核心大型零售企业老总带队参加并签署诚信经营宣言,当日全城特惠,商场老总亲自站柜台接待消费者。这是内陆地区首次举办由政府主导全市性的购物节,为郑州打造现代化商贸城作出了重大的贡献。

上榜理由: 北京、上海、深圳等沿海发达城市均举办过大型购物节庆祝活动,并取得了较好的经济效益和社会效益。作为内地城市首次举办的大型购物节,2007 郑州秋冬季购物节既是学习发达城市成功做法的一次大胆尝试,也是内地尝试发展繁荣消费的一个重要举措。

大商闪电扩张

今年大商战车势如猛虎神速扩店、闪电扩张,漯河的两个百货商业项目如期签约,大商新乡、洛阳、南阳等地的商业项目相继开建,花园路国贸店紧张筹建中,美丽源店金秋开业,传闻中还有包括商业大厦在内的若干大型国企收购项目已经谈定。大商独特的快速扩张,完全打破了老金博大末期丹尼斯单极存在的市场格局。

上榜理由: 2007 年最引人瞩目的就是大商的快速扩张,这种扩张速度超过了百货业的认知程度。至此,大商集团挺进中原的“华北店网”基本架构已经形成。河南市场已经成为大商一路南行实现“华北店网”计划的一个重要环节。



晚报记者 赵楠/图

会展经济再度升温

4 月和 11 月中西部投资博览会和第十三届郑州全国商品交易会暨消费品博览会等全国特大型展会相继在郑州召开,这标志着原处于第二梯队末位的郑州会展业在精心的组织和重视之下,得以实现了质的飞跃。至此,郑州的会展业水平上升至第二梯队前列,“会展之都”的美好愿景为期不远。

上榜理由: 随着新兴工业大省的崛起,河南会展业“高歌猛进”,在促进其他行业快速发展的同时,河南会展业自身也取得了巨大进步,截至目前,2007 年河南已组织大型会展十几个,中小型会议近百场,为河南带来了巨大的社会效益。

羽绒服卖场白热火拼

今冬,羽绒服卖场竞争更加白热化。郑州百货大楼、佰多百货、郑州华联、商业大厦四家羽绒服卖场大做宣传,纷纷邀请明星助阵,大力度开展促销活动。四大羽绒服卖场的经营面积总计超过 10 万平方米,标志着郑州羽绒服大卖场业态的进一步成熟。

上榜理由: 郑州有全国最大的羽绒服卖场,有 500 家以上成规模的羽绒服商户,每年的交易额保守估计也在 3 个亿左右,这在周边乃至全国都是特例。而在 2007 年冬天,围绕着羽绒服市场进行的大规模竞争,则在全国都更为罕见的。

夜经济启动

9 月,郑州市政府以突出“繁荣夜间消费市场,打造中原不夜城”为主题开始在全市范围推广夜经济,率先在二七商圈试点延长营业时间,这标志着郑州市政府对于立体发展商贸城的思路,也是对郑州经济活力的一种信心。

上榜理由: 丰富多彩的夜生活,是一个城市的名片,代表一个城市的品位和形象。郑州作为交通枢纽,很有必要抓一抓“夜经济”,这是顺应市民生活水平提高需要的做法,能够为市民夜生活提供更规范更充足的休闲活动场所。

古玩市场竞争升级

“不只是古玩城”,随着天下收藏商都艺术品交流中心富有挑衅性的广告语的出现,郑州的古玩市场引发新一轮的升级竞赛。截至 2007 年底,郑州已经有建成古玩市场 5 座,总面积达到 10 多万平方米,其密集程度为全国之首。

上榜理由: 在商业地产热钱的快速流入和民间收藏资本的快速流出之间,在新兴市场的升级改造和老古玩城的拔剑相对之中,郑州的古玩市场正呈现出一种奇特的张力,未来到底如何,似乎没有人可以给出完全正确的答案。

火车站商圈 迎来战国时代

随着国际小商品城、世贸商城的开业,以及金智万博等一批商业地产项目的建设,火车站商圈改变了过去银基商贸城一家独大的局面,迎来了诸侯割据的春秋时代。而西出站口的利好消息,则为火车站商圈的下一次爆发埋下了伏笔。

上榜理由: 郑州是一个火车拉出来的城市,在这个城市的初始点上,新的资本活力正在绽放出来。无论是对火车站商圈前景的看好,还是对其容量的担忧,一个不容忽视的事实已经放在眼前,火车站商圈正在被注入新的活力。

(排序不分先后)