

2008 中原商业年度风云榜

影响

谁将是“影响百姓生活”的十大企业？
谁将是“影响百姓生活”的十大人物？

谁将是“影响百姓生活”的最强舞者？
谁将是“影响百姓生活”的大赢家？

这一年，谁将赢得消费者？

——“中原商业影响力”评选活动受到各界广泛关注

各个商家以及他们所举行的活动对于公众来说比较直观，可是究其根本，广大的消费者才是真正的主角。这次评选活动不仅得到了多数商家的认可，更是引起了消费者的关注和参与。经营大厅里铃声此起彼伏的热线电话和纷纷而至的参评信件，让我们在进行着繁忙工作的同时，更是感动于读者对本报的信赖和对此次活动的支持。

在接到热心消费者电话投票的同时，我们也对部分的来电读者进行了回访，其中一位姓刘的女士说道：“虽说今年整个经济形势不容乐观，但是到年底了，各个行业来说还是会就着即将到来的元旦和春节火上一把。虽说我们不能给商业下一个很明确的定义，但是这次咱们晚报举办的这个活动还是很高兴地参与进来的。我们不能直接引导商业的发展趋势，但是我们的评选真实地反映了咱老百姓自己的心声，对于专家还有商家在做什么决策的时候肯定会有影响的。”

同样也是郑州晚报老读者的杜先生对记者说：“郑州晚报作为省会的城市报纸，内容比较贴近百姓的生活，非常实用。这种评选对于企业来说不仅仅意味着褒奖，而且是一种代表媒体的敦促——一种带着责任的监督和鼓励，让中原的商业能够在健康有序的社会机制中快速高质的发展。而对于我们普通消费者来说，则是增加了一个认识企业和了解商业的机会。比如，那些能上优秀榜单的商场肯定更能得到消费者的青睐。” 晚报记者 谢宽 实习生 童聪

此次活动采用由专家评选和消费者投票相结合的方式，评选活动针对企业设立以下奖项

2008 影响百姓生活最佳领导力奖
2008 影响百姓生活最佳营销奖
2008 影响百姓生活年度服务明星

2008 影响百姓生活十大人物
2008 影响百姓生活十大企业
2008 影响百姓生活十大品牌

封面题字：翰墨园书画机构 潘太宏 卢济城

“‘新奢华主义’讲究匹配层次，讲究对等的生活方式，更多的是强调精神层面的奢华。”
“商场的定位是由所在区域的消费环境决定的，不是拍脑袋想出来的。”

正道花园：精品百货锐志前行

对于正道花园百货来说，2008年的关键词是“升级改造”。从今年6月份开始，正道花园百货开始进行升级改造，包括商场内部的重新装修和外立面的改造。8月份开始，商场停业进行全封闭装修。10月份，整个装修完成，一个典雅奢华的新形象次第呈现，整饬一新的商场环境为越来越高端的品牌提供了一个更加绚丽的舞台。与之对应，正道花园百货的品牌升级也呈现出较大的力度，引进了众多的国际名品，期望展现出与自身定位更为契合的全新形象。升级改造后的正道花园百货提出了“新奢华主义”的定位，以新环境、新形象、新LOGO，营造生态、和谐、健康和富有责任感的新“新奢华主义乐园”。正道花园百货在精品百货的道路上锐志前行，迈出了新的一步。

晚报记者 冯刘克 许琳琦/文 吴琳/图

契合精品百货定位

为了更好地契合自己精品百货的定位，正道花园百货很久以前就在筹划今年的这次升级改造，据称，装修图纸甚至在2005年就已经出炉。升级改造涉及了商场硬件和软件两方面，在整体形象、购物环境、品牌组合和服务水平等方面都有很大提升。

“正道花园定位精品百货，在业界具有很高的知名度，也得到众多消费者的认可。我们满足的客层主要是高端消费者，所以商场的的环境要与顾客的品位相吻合，经营的品牌要与顾客的消费能力相匹配，与顾客的消费习惯相适应。这次品牌调整的目标就是提升商场形象，更新品牌组合，更好地满足消费者的需求。”正道花园百货负责人表示，“在品牌调整方面，引进了更多与商场定位贴近、迎合商场消费群体喜好的国际知名品牌。比如德国品牌鲍姆勒，全国共有两家店，一家在北京，另外一家就在郑州的正道花园百货。”



升级改造后的正道花园百货提出“新奢华主义”的理念，并用自己的环境、形象、品牌和服务为“新奢华主义”进行了注解。“我们提出的新奢华主义，倡导时尚、环保、健康、和谐的生活方式，给顶级客层提供新奢华领导方向，彰显个性，强调圈层、自然健康和社会责任感，并希望借此给顾客带来更为尊崇和舒适的感受。”

精品与大众的互补

与正道花园百货相比，由正道花园托管的正道中环百货有着不同的市场定位。“正道中环百货与正道花园百货的顾客习性有着相同之处，都是注重品位，追求品牌，但由于两个场子距离很近，所以定位不能相同。正道花园定位精品百货，正道中环定位大众百货。正道中环

所经营的品牌是由正道花园延伸出来的一些品牌，但更讲究性价比，给人实惠的感觉，贴近大众消费，是正道花园百货的一个有益补充。”正道花园百货的负责人介绍说。

在正道花园百货负责人看来，“正道中环的空间较大，通路宽敞，舒适度很好。目前经营的商品都是既体现品牌性，市场走量又好的牌子。经过一段时间的市场培育，经营状况已经呈现平稳的发展势头。”

正道中环百货在今年上半年也进行了很大力度的品牌调整，围绕商场定位，亮出了自己独特鲜明的风格。“我们的定位就是既有品牌性、有品位，又物有所值，也就是追求商品的性价比。其实我们早就在朝这个方向调整，只是以前的定位没有这么清晰。2006年引进新品

219个，撤掉190个；2007年又再次调整引进了131个新品牌；今年上半年又引进了60多个新品牌，通过这一次调整，正道中环百货大众化、流行化、时尚化的定位基本呈现出来了。”

“服务是我们的优势”

“到正道花园百货购物的顾客都具有相当高的消费能力，他们理性，注重品牌和质量，讲究生活品位和生活方式，同时，对商场的服务也有着很高的要求。我们只有不断地将符合自身定位的知名品牌引进来，不断提升服务质量，才能吸引并留住他们的心。”

在品牌组合方面，“目前的品牌调整才进行了三分之二，按照规划，至少还有三分之一的品牌需要调整。”

“在商场面积有限的情况下，服务是我们的特色和优势。”正道花园百货负责人表示，在提升服务方面，首先是解决顾客的停车问题，“我们的停车位有限，给一些顾客的停车带来了麻烦，目前正在花费巨资建造立体停车库，这在郑州商业领域还是首家。立体停车库建成之后，车位将有数倍增加，缓解了商场的停车压力。立体停车库本月20日左右就能投入使用了。”据称，这个立体停车库还专门设置了两名优秀司机，提供代客泊车的服务。

建设新的贵宾服务中心是明年服务提升的一个大动作。据了解，正道花园百货明年将在商场6楼建造一个新的贵宾服务中心，面积1000多平方米，包括休息区和多功能厅，能够承担的功能十分丰富。在休息区，将以体现文化品位的油画进行装饰，对企业文化进行展示。150平方米的多功能厅承担会员讲座、各个季节新装发布的功能，对于持有钻石卡的高端会员，经过预约，也可以在这里举办个人的PARTY。目前该贵宾服务中心的施工图已经完成，预计明年2月份开始施工建造。