



中原百货业的成长式生存系列报道(中)

百货业调整应对增速回落

增速明显回落后何去何从?

2008年,百货业已经明显感觉到了冲击。而2009年,或将成为这一业态景气指数的分水岭,并且或许比我们想象的还要严重。张进才分析说:“尽管在这样的逆势下,百货企业的扩张并未因此减速,包括沃尔玛、新世界等内外资百货企业也都不同程度地加快开店速度。内资百货企业也争相开店,大商和丹尼斯等企业都在扩张。但受经济环境变化的影响,今年百货业销售额同比下降已成定局。”

根据商务部统计的数字表明,受经济环境影响,百货商场销售增幅从过去的第一滑落至现在的第八,百货商场在各商业业态中受金融危机冲击最为突出。大商集团紫荆山百货总经理兼党委书记巩玉梅说:“全球经济衰退将影响消费预期。虽然目前紫荆山百货的销售业绩并未受到影响,但下半年还需要拭目以待。”

现在不少百货商场都出现了同店销售额增长率下降的现象。这些现象促使我们必须思考外部环境的变化(食品价格大幅上涨、资本市场等)是否会影响人们在服装、鞋帽等可选消费品上的支出?因为品牌服装和化妆品占到公司销售商品70%以上,服装行业与百货业相关度最高,对服装消费行为和消费心理的把握是对百货公司的把握重点。郑州百货大楼董事长兼总经理朱赵霞认为,除非是在非常高通胀或不利消费的事件影响下,零售总额实际增长始终能够高于GDP,长期推动因素(城市化、人均收入提高和消费升级)依然存在。虽然,今后一段时期,经济增速放缓和通货膨胀会对消费者购买力、消费行为和信心产生一定负面影响,行业景气度会下降,但对奢侈消费会有一定的影响,但对大众消费没有影响。

在行业景气度降低的过程中,百货类公司的内生增长将放缓,且新开门店的培育期会加长。史璞分析说,我们必须寻找那些既能够保



证稳定的内生增长,又能够有效实施外延扩张的公司,这种公司必须具备以下几个特征,首先,现有门店的质量和经营管理水平好于竞争对手的公司,这类公司在市场景气度不高时具备更好的防守性;其次是扩张意愿较强,具备跨区域发展和大规模连锁经营能力的公司,这类公司具备较好的外生扩张技能,抗风险能力强;再次,现金流和资金储备充裕的公司,将为公司今后开新店和收购等发展打下坚实的基础。

百货业的真正寒冬在2009年

“百货业真正的寒冬将在2009年到来。”刘道兴分析说:“如果全球经济形势继续恶化,中国经济也不可避免会受到冲击,这将影响到消费者的消费信心和消费预期。尤其是针对奢侈品消费市场的高端百货将遭受比其他零售业态更为严重的打击。这一点,百货企业需要做好充分的准备,多加件棉衣,准备‘过冬’。”

面对消费者购买行为的日趋保守,已经加强内部调整的零售业开始以不同的声音向社

会呼吁,希望能落实措施减轻负担。张进才指出:“大部分零售企业都希望各级政府出台减税措施。特别必须要指出的是,面对危机,信心比黄金更重要。一定要沉着应对,创新经营,待到山花烂漫时。”

毫无疑问,百货业2009年首先面临的严峻挑战就是业绩的进一步下滑。据了解,大部分零售企业已经冻结了人员招聘计划。可以预见,如果消费者对经济和未来收入预期都下降的话,他们首先压缩的就是高端消费的这一块。所以,百货企业将面临新的严峻挑战,销售增长将回落,并带来一定冲击。一些中高端品牌可能会选择性地从业绩不好的门店中撤柜,百货企业要做好相应准备。但是,一些门店质量好、管理优良的百货企业仍能够维持一定的增长幅度。

增速下滑并不会导致百货企业在2009年的扩张步伐明显减缓。有可能的是,企业会压缩开店成本,减少门店经营面积等。而如果经济继续下滑,则企业的扩张速度在2年后将迅

速减缓甚至停滞。在多数零售企业勒紧裤带过冬的时候,资金雄厚的百货企业开始趁机扩大规模。这是因为,一是百货企业连锁困难程度比超市等业态要高,一家企业一年的开店数量本就不多,而且相对谨慎;二是前几年好景气时,按照计划将在2009年开业的门店,在企业有实力支撑的情况下仍然会如期开业。三是近年来大量的商业地产放量,百货企业不会放过真正的好地段。四是优秀的百货企业将趁机开店,占领市场。

但是,百货企业要控制开店的规模,严格控制现金和经营开支,并且果断关闭那些已过培育期但仍旧亏损的店面,以免寒流袭来时遭受更大的损失。由于与超市等其他业态相比,百货业的复制程度较低,异地扩张存在较大风险,如果行业景气指数下滑,新店培育期将会延长,在市场容量允许的情况下,鉴于百货业目前的经营模式与中国目前品牌代理的运营方式,百货企业会优先选择本地扩张。

随着一线城市百货业的日趋饱和,国内大型百货企业也加紧向二三线城市扩张。目前,包括王府井、大商等百货企业均将目光投向二三线城市。在华东百货企业也对中国的二三线城市投入了更多的关注。

在经济环境不好的形势下,大的百货集团不应该总把目光仅仅盯在大城市上,而应该更多关注中小城市。首先,中小城市的居民收入本就处于中低水平,金融危机中受到的影响较小,同时,这些城市的百货店之间的竞争没那么激烈,而且发展也更有特色、更有潜力、更有余地,这些城市的消费者比大城市更为传统和忠诚,及时进入的品牌可以给消费者先入为主的印象,成为他们心中购物的首选场所。这也是百货业以后发展的方向之一。

晚报记者 樊无敌 实习生 童聪

郑州晚报

2009 真爱结婚季 之一

真爱礼服周 时间: 4月1日——4月12日



真爱源于初始的承诺

- 有奖征集真爱宣言 千言万语汇成爱的语言,执子之手与子偕老,宣言要求50字以内,发送至zzwb-sm@163.com. 也可以通过商场推荐参加。
- 最佳礼服评选 针对百货商场的夏季礼服品牌,采用品牌自荐和商场推荐相结合的方式,推选出最佳礼服品牌榜单,详情请关注每周五出版的郑州晚报“第一商业”。

主办: 郑州晚报

协办: 丹尼斯百货人民店 丹尼斯百货花园店 大商新玛特郑州总店
大商新玛特金博大店 大商新玛特紫荆山百货 北京华联河南商厦 正道花园商厦
正道中环百货 百盛购物广场 郑州百货大楼
大商集团正弘国际名店 中原商贸城 郑州华联商厦 商业大厦
欧凯龙家具广场 中博家具中心 佳和家居 百年德化 世贸商城 万博商城
世纪联华 华润万家 易初莲花 思达超市 麦德龙 家乐福 沃尔玛

时间: 2009年4月1日-----4月30日

商家让利活动丰富,主流媒体引导消费,启动内需做大市场,共创商场营业额新高。

联系方式: 13523711860 13938578585 13592595936 13838002886

视觉支持: 金門面顾问

