



主持人 冯刘克/文
晚报记者 赵楠/图

进入3月份,郑州的许多百货商场开始了品牌调整,众多品牌面临着不同的命运,也许将被淘汰出局,也许将被调整位置,也许将被引入新的商场。品牌调整如今已经成为郑州各家商场每年的规定动作。这些品牌调整有着什么样的特点?在品牌调整的背后,驱动力又是什么?本期“侃侃三人行”邀请了百货商场负责人、相关专家和供应商三方代表共同探讨商场的品牌调整这个话题。

百货商场品牌调整为哪般



嘉宾

北京大学经济
研究所客座教授
贾福春



嘉宾

丹尼斯百货花
园店店长
刘永松



嘉宾

郑州维贤商贸
有限公司总经理
吕维贤

刘永松:品牌调整可以让品牌的位置更趋合理化,为顾客购物提供更多的方便。通过这种位置变动或者楼层调整,一方面可以更好地满足消费者的购物习惯,另一方面也为消费者带来一种新鲜的感觉。通过调整引进一些独有品牌,可以形成一定的差异化,吸引更多的消费者。国际品牌的率先导入,也会为

贾福春:商场品牌调整是商场的正常经营行为。每年春秋季节,商场都要根据商品品类、品牌规划进行调整。一般是在每年的春季五一旺季前更换夏季品类畅销商品,7至8月份调整秋冬季品类商品。一方面是淘汰老品牌,对于上一年度销售不好或达不到考核标准的品牌进行调整,另一方面是增加新品牌。商场要不断满足市场新的需要,也需要引进有竞争力的商品和品牌。

刘永松:全国的百货商场都差不多,一年会有两次大的调整,主要集中在换季明显的时候。我们丹尼斯百货花园路店会在4月份进行一次调整。对于新开的店面来说,为了适应商圈的定位,前两年的调整力度会大一些。对于老店来说,品牌的调整从绩效方面考虑得更多

一些。

其实,除了大的调整,商场平时也会有一些小的调整,比如为了引进一些国际品牌,商场也会适时做一些小的调整。不过各个商场的品牌调整都会遵循一个原则,就是不在销售旺季调整。

吕维贤:一般来说,郑州商场每年大的调整有两次,都是赶在换季的时候,一次是冬天与春夏换季的时候,另一次是夏天与秋天换季的时候。除了赶在换季之前调整,还有一个特点就是赶在大型的节假日之前。调整的方向一般都是引进档次和级别高的品牌、能代表当下和未来流行趋势的品牌或者在其他地方销售情况比较好的品牌。

商场带来新的客人。品牌调整通过优胜劣汰,优化品牌,也给现有的供应商造成一定的压力,促使他们不断提升。通过调整,商场的定位更为明确。比如丹尼斯百货花园路店定位流行时尚,调整中就会侧重这个方向。另外,调整也会使商场更好地满足消费者的需求。一个品牌,两三年前刚被消费者接受的时候,大家都认为它是名牌,但现在满街的人都穿这个,大家就不以为然了。市场需要更多更为高端的品牌来满足,商场调整有时也会满足这些潜在的需求。

贾福春:总体上来说,商场的品牌调整是企业的正常行为。没有什么特别的意义。但如果从经营的角度理解,品牌调整有利于保持商场的竞争力,对于商品品牌可以起到优胜劣汰、刺激提升的作用。同时,商场通过每年的品牌调整,实现商品同类型的品牌产品良性竞争。实现末位淘汰,从而达到商

场利润最大化。因为,商场的大多数摊位,都是实行入驻商户销售倒扣制,即是商品品牌的销售量越大,商场收取的租金就越高。如果单一品牌商品达不到商场的最低标准,商场可能随时会调整品牌。另一方面,通过商品品牌的调整,商场也可以额外收取一定的进场费用,以商品品牌的位置决定竞争,可以增加商场的利润。

吕维贤:引进档次高的品牌可以提升商场的档次和形象,引进能代表当下和未来流行趋势的品牌可以增强商场主导潮流的力量,而引进在其他地方销售比较好的品牌是为了获得经济效益。通过品牌调整,改善品牌的组合和构成,可以吸引更多的消费者,从而提升商场自身的竞争优势。对于顾客来说,调整也是个事儿。顾客都是喜新厌旧的,他们对于商场的调整总是抱有一种期待,希望能够得到全新的购物体验。

主持人:你所了解的郑州百货商场品牌调整有着什么样的特点?

主持人:对于品牌调整,怎样做才更合理、更有效?

主持人:在你看来,商场品牌调整的意义是什么?

刘永松:商场的品牌调整最重要的是要结合自身的定位来进行,根据自身的定位来决定淘汰什么品牌和引进什么品牌,从而更加突出自身的特色,形成独有的竞争力。商场的品牌可以分为创造业绩的品牌和代表形象的品牌,在品牌调整时应当考虑整体的配合,虽然归根结底是要创造效益,但不能把效益当作品牌调整唯一考虑的因素,还要考虑商场的形象和长远发展等问题。代表形象的品牌也不应太多,一个商场里有几个“花瓶”点缀一下可以,不能全部都是“花瓶”。这就涉及一个比例的问题,品牌调整时应当把握好这个比例关系。另外,如果是连锁商场,还要考虑到与其他连锁店面进行配合的因素,肩负起自身承担的功能和责任。

贾福春:我认为商场的品牌调整要跟商场的经营定位相符合。以丹尼斯为例,它经营的百货商品定位为高端商品。考虑的不是商家给的利润或者扣点多少来决定商品品牌的进入或淘汰,更多的是应该考虑引进消费者认可的高端品牌商品,来吸引目标消费者的购买,特别是奢侈品牌,可能短期内没有太大的销量和盈利,但对于商场的品牌形象却有着很好地拉动。对于知名的商品品牌首先考虑的是优先引进,对于有利润的商品品牌优先进行扶持。对于特价的商品品牌应该适当保留。

吕维贤:品牌调整就会有淘汰,或者调换位置,调换位置会涉及重新装修专柜的问题,需要资金的支持,有时候甚至会影响到销售,所以作为品牌代理商,我们更希望商场的品牌调整降低幅度和频率,但我们赞同和支持有效率、高质量的调整,商场应当在调整之前把思路理顺,把方案考虑成熟,然后有的放矢地进行调整,避免影响面过大。从长远来看,商场的品牌调整势在必行。经过调整,不断改进品牌组合,才能取得业绩的提升和企业的发展,同时也为品牌创造了更大的发展空间,带来了更多的效益。

正值结婚旺季和装修新家的美好时节,很多绿城消费者选建材、买家具、装房子忙得不亦乐乎。那么,怎么样选择到合适的家具,买到家具后如何保证售后服务也是应该慎重考虑的。近日,中国专业家具运营商——欧凯龙推出了万款春季新品家具,同时,从3月15日起推出的售后服务全面升级也得到了很多顾客的欢迎。

晚报记者 冯刘克 周倩/文 赵楠/图



爱家榜样欧凯龙,春季新款家具装扮温馨居家

欧凯龙万款春季新品家具销售火爆

欧凯龙万款新品家具引发抢购热潮

你选一套儿童套房,我选一套组合沙发,这是很多顾客朋友在欧凯龙四大精品家具卖场看到的场景。现场热销销售的场景吸引着更多绿城消费者的加入。

据悉,欧凯龙四大精品家具为了充分满足春季装新家 and 预备结婚的新人的需要,特地联系了300多个国内国际家具生产商推出了万款春季新品家具。这些新款家具涵盖现代板式、北欧简约风格、欧式风格、新古典风格、经典美式风格等多种风格,质量卓越,款式时尚,非常受消费者欢迎。万款新品家具从卧室套房组合、书房组合、儿童套房到餐厅组合、休闲组合家具应有尽有,有1.6万多款,能充分保证购买家具顾客的需要。在价位上,基于欧凯龙四大连锁卖场的雄厚实力,价位做到最低。

四大卖场定位准确,选择家具更轻松

买房子、装新家是一个很累人的过程,很多顾客表达了这样的想法:实在没有时间,精力逛遍郑州所有的家具卖场,要买到合适家具太难了。欧凯龙四大精品家具连锁商场给出了解决问题的办法:选取定位准确、产品分类明确的

卖场就轻松多了。

首先,如果想买高端的家具和经典的欧式、美式、新古典主义的家具就到欧凯龙金水路顶级家具馆。这是中原家具行业第一个国际家具奢侈品名店,所有进驻的家具品牌只选择国际国内同类一线品牌的前三名,独有品牌占30%以上。其三、四楼的欧式家具、美式家具和新古典家具囊括了世界多个顶级品牌。

如果想买红木家具和全面地选择板式家具、儿童家具、实木家具等,可以到欧凯龙嵩山路国际家具馆,其负一楼有中原地区最大的专业红木家具收藏馆;一楼软体家具包括多个知名沙发和睡眠寝具;二楼、三楼是省会西南区最大的板式家具聚集地,以高品质的板式家具和青少年板式家具为主,色彩绚丽,款式丰富,组合多变;四楼以精品实木家具和中高端欧式家具、美式家具为主。

如果想买创意家具和个性家具,那么欧凯龙文化路国际风情家具馆应该去逛一逛。这是省会第一个提出“风情家具”概念的家具商场,首次将国际的风情融入到家具中。此馆以时尚

和流行、个性为突出风格,调配国际最前沿的色彩、最流行的设计家具、最独特的感官体验,为消费者打造一个迥异于传统的风情家具卖场,非常适宜都市中具有小资情结的白领阶层和80后消费群体。

最后,有些顾客希望买平价实用的家具,那么欧凯龙黄河路平价家具馆非常适合。欧凯龙黄河路平价家具馆,以精品平价家具为主,注重家具的实用性和质量环保,同时坚持欧凯龙一贯的精品路线,品牌选择和产品质量上保证精品。

欧凯龙首开30日内无理由退、换货

从2009年3月15日起,欧凯龙四大卖场售后服务系统工程全面升级,其中无理由退换货制度延长至30天,参加此次3月29日集采大会购买家具的顾客朋友均可享受欧凯龙新升级的售后服务承诺:到欧凯龙买家具不满意家具30日内无理由退、换货;所售商品欧凯龙负全责,欧凯龙先行赔付;全城比价三倍退差;全场家具100%绿色环保等售后服务承诺,为顾客打造专业、便捷、高速的专业售后服务通道。

郑百首届衬衫文化节开幕 本报与郑百共寻气质男

春来踏青,喜气洋洋,一件心爱的衬衣彰显出优秀男士的独特气质。本报与郑州百货大楼联手举办的郑百首届衬衫文化节即日开幕,寻找具有经典男人气质的人。

参与本次活动的品牌多是适合大众消费,兼顾中高端商品的组合,包括罗蒙、洛兹、杉杉、虎豹、虎都、九牧王等品牌,既有正装,也有商务休闲,超低折扣四至八折,特价30元起。活动时间跨两个周末,从清明节起至4月12日,消费者可以有充足时间前往选购。

如果你身边有穿衬衣特别有气质的人,请通过电子邮箱 zbdlywc@sina.com 和郑百联系,也可以到郑州百货大楼业务处直接报名。也欢迎你身边的优秀男士推荐给我们,他将是“最有衬衫气质的男人”候选人,也有可能成为郑百2009春季衬衫文化节形象大使。活动结果将于5月31日公布。

如果你想了解更多的衬衫文化内涵?4月4日我们将在郑百外广场搭建舞台,邀请造型师以模特为例生动讲解衬衫穿着之道。你知道爱人适合什么样的衬衣吗?活动期间郑百挑选出5名经验丰富的陪购,你将会享受到卖场消费的增值、贴心服务。

晚报记者 冯刘克 周倩