



主持人 冯刘克/文 晚报记者 赵楠/图

在消费者的传统观念中,超市所经营的品类是以生鲜食品和日用消费品为主的,开放式货架和自选是其销售的主要特征。而如今越来越多的商品开始以专柜的形式出现在超市里,这些商品正是百货商场的主打品类,包括化妆品、服装、家电等。非但如此,郑州的超市还在引入更多的餐饮、娱乐等配套项目,这与现代百货业所注重的多业态经营思路不谋而合。超市在百货化的方向上越走越远,这是否顺应了行业发展的潮流?是否背离了超市自身的定位?本期《侃侃三人行》栏目邀请了本土超市世纪联华的相关负责人、河南省商业经济学会的相关专家和消费者代表共同探讨“超市百货化”这一话题。

超市百货化 强化还是背离了定位?



嘉宾

河南世纪联华超市有限公司营销策划部经理 杨俊平



嘉宾

河南省商业经济学会常务副会长兼秘书长 宋向清



嘉宾

深圳市中兴电子科技有限公司郑州分公司经理 卞阳

主持人:你对超市百货化趋势出现的背景有着什么样的认识?

杨俊平:郑州超市百货化这种模式早在2007年就已经出现,世纪联华在这方面是走在前列的。超市百货化一方面是在适应消费者的需求。世纪联华第一次引进百货品牌是在经三路店,这家店的周边有着众多的商务写字楼,许多上班族对百货品牌有着很强的需求,尤其是化妆品、服装、家电,为了给这部分消费者提供购物的方便,经三路店就先后引入了一些化妆品专柜、服装专卖店和家电形象柜。另一方面,郑州的超市百货化也是借鉴外地成功的经验。在郑州超市引入百货品牌的时候,外地已经有了成功的先例。当时的杭州世纪联华庆春店在这方面做得很好,它的成功给我们提供了信心和参照。

宋向清:超市百货化是在我国经济和社会高速发展、大型商业零售网点激增、零售业态

竞争加剧、消费者生活节奏加快、对一站式购物需求增加的大背景下,大型超市通过内部增设百货元素、休闲元素等,实现吸引顾客,增加营业额的业态转化形式。实际上,这种现象与其说是超市百货化,倒不如说是传统大型零售业态正在悄然向小型购物中心转化。因为除了超市百货化外,百货超市化更早,另外,一些大型专业店、专卖店,甚至仓储式会员店等,经营形式都在悄然发生变化。变化的主要特征就是迎合消费者的需求,使购物环境更加接近消费者的需求,让消费者在轻松愉快中体验一站式购物的快感和乐趣。

卞阳:我认为超市百货化是超市经营寻求突破的表现,现在超市已经不再满足于利润较薄的日常消费品,开始寻求利润率和附加值更高的品牌商品,借此提升自身的盈利水平和竞争力。

主持人:在你看来,超市百货化强化还是背离了自身的定位?超市的百货化与纯粹的百货店有哪些异同?

杨俊平:其实所有的措施都是为销售服务的,能够提升销售的模式就是好模式。所谓的超市百货化毕竟还是以超市为主导的,引进的百货品牌只是超市的一个补充和辅助,这不能算是背离了超市自身的定位。超市的百货化与纯粹的百货店可能会在品牌上有一些重叠,但在定位、功能等方面,两者还是有很大区别的。百货店讲求的是个性消费,引导时尚,定位较为高端;而超市则侧重大众化,提供生活必需品,涉及的百货也多是中低档的品牌。对供应商来讲,他也会主动细分市场,把中低端产品放到超市,把新推出的款式拿到百货商场去卖。业态多元化、综合化是好事,只要能提高商业现代化程度,满足消费者不断变化的需求,业态越丰富越能错位经营,做出特色。

宋向清:定位是基于对市场的判断,目的是为了争取更多的顾客,当市场已经发生变

化,单纯的超市经营模式和商品结构已经不能满足消费者的需求时,是故步自封还是及时转化呢?显然,我们的超市经营者选择了后者。因此,超市百货化是既顺应了潮流,又根据形势需要及时调整了定位,不能不说这是一个明智之举。虽然超市也在朝百货化的方向发展,但与纯粹的百货店还有不同,商场的目标顾客以追求时尚和品位的流动顾客为主,而超市的目标顾客以购物半径两公里左右的居民为主。在购物环境和服务方面,超市正在向百货店靠拢。

卞阳:如果超市的定位是为周边社区居民服务的话,那么超市百货化就没有背离定位,相反,这种定位还得到了增强。超市百货化与纯粹的百货店满足的是不同的消费人群,或者是相同消费人群的不同消费需求,它们的不同主要体现在消费水平的高低上。

主持人:目前百货化的超市经营状况怎样?今后会向哪个方向发展?

宋向清:据我了解,百货化后的超市普遍较百货化前要好。一是因为商品和服务品种结构更接近消费者需要;二是增设餐饮服务,可以方便购物者跨吃饭时间连续消费;三是增加娱乐设施,可以留住一部分年轻人和带小孩的消费者。超市今后的发展方向应该是两类:小型超市将更加注重市场细分,向专、精、高方向发展;中大型超市将偏重于向商品丰富化、服务多样化、功能多元化、环境舒适化、购物便利化等方向发展。

杨俊平:就世纪联华的情况来看,引进百货品牌之后,超市的整体销售业绩有了很大提升,尤其是在服装、针织商品方面,提升比较明显。在提升销售的同时,通过引进百货品牌,增强了超市与供应商之间的关系,这为以后的新店开业创造了良好的条件。随着超市百货化的深入,百货品牌的经营面积越来越大,但这并不能取代超市的一些功能,反而在某种意义上,增强了超市的服务功能,为消费者提供了更多的便利。毕竟商品丰富、品牌多样化也是超市突显优势的一方面。至于今后会向哪个方向发展,这是一个动态发展的过程,也是一个逐渐探索的过程,只要对超市经营有利,我们就会去做。但是可以肯定的一点是超市的百货品牌会逐步提升档次,满足消费者不同层次的需求。

卞阳:目前人们已经看到了百货化超市的魅力,除了日常消费品之外,超市还能买到品牌服装,甚至还可以享用美食,进行休闲娱乐,这对全家人一起购物休闲提供了一个很好的场所。今后,推出更多便民措施、为市民提供更多方便是超市的发展方向。

2009年羽绒服反季销售今日登场

多年来,羽绒服反季销售已经成为郑州百货大楼的亮点活动,反季销售中更具诱惑力的价格以及品类繁多的款式都已成为人们追逐的目标。今天,郑州百货大楼将一如既往地开始羽绒服反季销售活动。据介绍,今年的羽绒服反季销售将涉及更多的品牌,花色品种都十分丰富。在此次羽绒服反季销售中,郑州百货大楼与各个羽绒服品牌提前进行了沟通,经过协商,大部分羽绒服在这次反季销售中都大幅调低了价格。

为了保证郑州百货大楼羽绒服反季销售多年来树立的良好口碑,郑州百货大楼对所有进入品牌进行了严格筛选,提高了羽绒服进入商场的门槛,杜绝了产品质量低劣品牌的进入,而对一些实力较强、质量过硬的知名品牌提供了更大的营业区域和运作空间。

经过多年的运作,在全国首家提出羽绒服反季销售的郑州百货大楼在羽绒服经营方面积累了丰富的经验。对于郑州百货大楼来说,羽绒服反季销售已经不再是正季销售的补充,而是成为正季销售的延伸。从销售量来看,目前

郑州百货大楼的羽绒服反季销售基本可以和正季销售持平。与此同时,郑州百货大楼也成了羽绒服品牌在河南展示的一个窗口,为了占据这一重要阵地,许多羽绒服品牌纷纷与郑州百货大楼形成战略伙伴关系,将许多市场资源投入到郑州百货大楼,这也使羽绒服经营成为郑州百货大楼的一个响亮品牌。

据了解,配合此次反季销售,郑州百货大楼推出了各种促销活动,包括超低折扣、赠送礼品和抽奖等环节。作为郑州百货大楼2009年羽绒服反季销售活动的第一波,6月12日至14日,每天前500名进店顾客即送纯净水一瓶,郑州百货大楼会员顾客购买羽绒服可以享受10倍积分。凡当日购羽绒服单张小票满300元,即可参加快乐抽奖一次,满600元抽两张。以此类推,100%中奖,奖品设置包括精美被子、夏凉席、精美遮阳伞、洗手液、精美水壶等。在此次活动中,波司登低至三七折,艾莱依低至五折,歌杰斯、史努比低至三折,雅鹿低至三折,冰洁低至二九折,冰川低至二九折。

晚报记者 冯刘克



法国女装 MO&Co 进驻丹尼斯百货花园店

近日,来自巴黎的时尚女装品牌 MO&Co 在丹尼斯百货花园路店闪亮登场。夏日的夜晚,一场精彩的时装秀浪漫上演,为时尚人士带来一场视觉盛宴。丹尼斯董事长王任生当晚到场并致辞,对又一时尚女装品牌进驻商场表示欢迎。

2009年夏季 MO&Co 带来了4个系列的精彩演绎。

冰蓝风潮:2009年夏季,色彩展示有逐渐向极简主义过渡的趋势,冰蓝高调出场,简单、纯净并具有超现实感的大色块被大面积应用,高明度的饱和色调带来清新活泼的气息。同时融合光感面料、透明纱质、柔软针织、垂顺丝缎等材质,将色彩演绎得淋漓尽致。

衬衫式长袍:衬衫潮流愈演愈烈,长度也被延伸至大腿,结合少量的立体裁剪和轻盈的面料,干净利落地打造出简约冷静的女性气质。

艺术感图案:当代艺术对时装的影响越来越深,体现在艺术味道的图案印花被大量巧妙应用,甚至使服装更像一幅流动的抽象画。

流浪新贵:灵感源自明星出没的伦敦北区 Primrose Hill 的街头装扮。层次飘逸的扎染塔裙,富有波希米亚情怀的丝质印花长裙,混合民俗与摇滚风格于一身的金属饰品与细节点缀。

冯刘克 周倩 文/图

16期81次获奖 栏目请你献策 6月5日读报有奖名单 (第十六期)

到今天,读报有奖已经进行了16期,共有81人次读者获奖。在新的日子里,请你献计献策,把栏目共同办好,正是有你的参与,才会有我们共同的进步。最后,记者提醒读者由于是抢答,参与的时间要早,同时,请参与者留下姓名和联系电话。下面5位是第16期获奖名单:

- 刘向红 135924XX915
- 张东旭 139490XX120
- 何芝荣 0371680XX005
- 李恒武 1359263XX173
- 王新平 0379679XX252

本报《读报有奖》由“长远手机连锁企业”提供价值20元的奖品。读者用手机短信或邮件编辑题号和答题序号(注:留下姓名),发短信至13203810263或fanwudi2005@126.com即可。答案在当日晚报B叠《第一商业》或《第一卖场》

相关版面。有效答题时间截止至当晚8时。中奖结果刊登在每周五《第一商业》或《第一卖场》《读报有奖》专栏中,读者也可拨打咨询电话(0371)66038399查询。获奖名单刊出后,获奖者需在7日之内持有效证件到位于郑州市德化街68号国际友谊广场负一楼“长远手机连锁二七旗舰店”领奖,逾期不领视为弃权。

本周读报有奖题目:

1. 哪一年3月,持续了一年之久的《快热式热水器》国家标准起草工作圆满结束?

2. 海尔河南分公司承办的NBA 海尔篮球学院训练营火爆招募,目前已有多少名“篮球少年”报名?

3. 作为郑州百货大楼2009年羽绒服反季销售活动的第一波,哪几日前500名进店顾客即送纯净水一瓶?

4. 与普通液晶电视相比,LED液晶电视可以有效节能多少以上?

“长远手机连锁企业”温馨提醒,请获奖读者及时领取奖品。 晚报记者 樊无敌