



穿越2009 丹尼斯时尚递进

【行动】 改造提升品牌 向更时尚进发

“郑州的城市地位正在提升。与城市地位相对应，商业领域拥有的精品品牌数量和高度也需要提升。”丹尼斯百货人民路店店长张建表示，“目前郑州消费者的消费能力提升很快，对品牌商品的消费需求越来越高，许多高端品牌在郑州的业绩都能够排到全国的前列。拿丹尼斯百货的一个韩国品牌为例，这个品牌在全国共有26家专柜，一般都分布在一线城市的主流百货店，而它在丹尼斯百货的专柜销售额是位于全国26家专柜的前5名。这一品牌并不是特例，类似的情况还有很多。”

正是看到精品百货在郑州的市场空间，丹尼斯百货人民路店才开始了流行百货向精品百货的跨越。“今年是我们的改造提升年。这次改造升级动作比较大，涉及商场硬件的整体改造，包括外立面和内部装修。同时，商品品牌也将进行一次大的升级调整，调整范围涵盖目前品牌量的30%，更多国际化、时尚化的精品品牌将被引入，国际一线精品Gucci、卡迪娅等都将在这次调整中入驻这家店，另外还有众多的独有品牌出现。”

度过2008年的市场磨合期，丹尼斯百货花园路店在2009年进入了快速成长期。在这一年中，这家店经历了两次大的品牌和柜位调整。“调整的品牌和柜位达到了200个，一方面引进了更多流行时尚的品牌，另一方面把各个楼层的定位更加清晰化，可以满足更多高端、时尚的消费需求。”丹尼斯百货花园路店店长刘永松介绍说。目前，这家店的业绩已经得到了众多供应商的认可。



郑州维贤商贸有限公司总经理吕维贤：丹尼斯已经走过了12年的发展历程，取得的业绩和做出的贡献是有目共睹的。作为丹尼斯的首批供应商，郑州维贤商贸是与丹尼斯共同成长的，也见证了丹尼斯的各个发展阶段。我认为丹尼斯能达到目前的行业地位，是与其高层管理人员敏锐的市场观察力和判断力有关

2009年，在金融危机阴霾尚未散尽的背景中，丹尼斯毫无懈怠，继续递进自己的时尚度，为引领中原消费者的时尚生活而锐志前行。其间，丹尼斯百货人民路店在保持良好经营业绩的同时，开始了一次大规模的重新装修升级。此次重新装修升级涉及到商场的外立面、内部硬件设施，同时还将进行商品品牌的大规模调整，更多国际一线精品Gucci、卡迪娅等将入驻这家店。通过这次装修升级，丹尼斯百货人民路店将完成从流行百货向精品百货的跨越。

而丹尼斯百货花园路店自去年开业以来，一直在努力提升销售。截至今年10月底，该店2009年的全年销售目标已经完成。与此同时，丹尼斯百货花园路店并未懈怠对时尚度的追求，根据自己的定位，不断调整品牌和柜位，满足中高端消费者对时尚消费的需要。
晚报记者 冯刘克 周倩/文 赵楠/图



【思考】 担社会责任：珍惜消费资源

“一个无序竞争的商业环境，对消费者来说是不公平的，同时也会对品牌造成伤害。”刘永松说，“在大力度促销活动中，一些消费者获得了很大的优惠，而这对于平日购买商品的消费者来说就是一种不公平。与此同时，一些高端品牌在一些活动中，被强制降低身价，迎合消费，某种程度上也损伤了品牌的形象。”在刘永松看来，丹尼斯作为一个品牌目前已经得到了众多消费者的认可，成为河南市场上的一个

成熟品牌，这是与其着眼长远发展，实行稳健经营的作风有关系的。也正是这种作风吸引着更多的高端品牌入驻丹尼斯百货。

“一个企业能够做大是有理由的，具有社会责任感就是其中一个重要理由，如果没有社会责任感，那么这个企业就是在建在一盘散沙上的。目前，丹尼斯百货正在开展12周年庆活动，这次活动是丹尼斯百货开业12年来最大力度的活动，各种优惠前所未有。但我还是希望消费

者能够理性购买，不能因为只图实惠买到一些用不到或者不适用的商品。”张建说，“消费市场也是资源，一定时期内这种资源是有限的，无序竞争、过度开发只会造成资源枯竭和后继乏力，不是一个永续经营企业的做法。这和环境保护有着相同的意义，消费市场也需要封山育林，合理分配和利用消费者的购买力，以维持整个市场的生态平衡和长久发展。像12周年庆这样大力度的促销活动，我们12年来只做这一次。”

【应对】 倡开源节流：强化采购力量

湛江是全国最大的对虾繁育、养殖和加工出口的基地，其产量占全国的十分之二，年销售量占全国三分之二。5月份正是鲜虾上市的时节，丹尼斯大卖场的采购人员赶赴湛江，进行原产地采购，使河南消费者吃到了质量上乘、价格便宜的虾。据了解，今年丹尼斯大卖场一共在湛江采购了400万元的虾产品，这一举措为消费者带来很多实惠和便利。“我们的虾特价可以做到12元一斤，而北京一家超市的同期价格却是

18.9元一斤。”丹尼斯大卖场事业处总经理卢全富说，“今年我们对许多商品实行了货进源头的采购方式，比如苹果、梨、桃和各种水产品都是到原产地进行采购，这种方式丰富了我们的商品品类，也形成了我们的独有的价格优势。”

“金融危机对中原地区的冲击比较小，但这种影响还是存在的。加上越来越多具有国际背景的连锁超市进入河南市场，同业竞争越来越激烈，丹尼斯大卖场也感觉到了压力。”卢

全富说，“为了应对竞争，从年初到现在，丹尼斯大卖场一直在倡导开源节流。开源就是拓宽我们的产地化采购，把一些商品的经营模式改为自营，青岛的鱿鱼、珠海的鲮鱼、湛江的虾等，都由我们直接派采购人员去采购，形成我们的特色商品和价格优势。节流则是在不妨碍购物环境需求的情况下，实行节电、节水和增加营业面积的措施。事实证明，开源节流都取得了很好的效果。”

各方看法

专家

河南省商业经济学会常务副会长兼秘书长宋向清：丹尼斯是河南省商业战线的一面旗帜，是发展和繁荣郑州商业乃至河南商业的一大功臣，丹尼斯成长中的每一步对于河南商业来讲，都是宝贵的财富。丹尼斯自1997年开业以来，坚决“落实本地化，贯彻永续经营”的中心思想，一方面稳扎稳打，做实郑州；另一方面均衡布局，做大河南。发展过程中显示出高超的商业技能和战略眼光。做不好郑州，就不做河南，这就是丹尼斯，稳扎稳打，精耕细作，一步一个脚印。丹尼斯自成立以来，基本上是一个店成一个店，即使个别店一定时期内有亏损，但经过一段时间运营，一般会实现盈利并

稳步发展，这显然与他们准确的店址选择和卖场定位密切相关。尤其是丹尼斯的定价，值得本土零售商认真学习。他们追求商场的高毛利，但给人的印象又总是低价，所以顾客盈门的同时，企业效益同步提高，这不能不说是丹尼斯的精明之所在。我认为丹尼斯的优势有几个方面：一是经理职业化，丹尼斯的蔡英德总经理是董事长王任生聘请的职业经理，不仅懂零售，而且懂管理，对于供应商、员工等驾轻就熟，尤其难能可贵的是，在这个位置上已经干了13年之久，对河南的地域文化特色非常熟悉。这是丹尼斯在河南长盛不衰的主要原因。二是经营连锁化，丹尼斯从

一开始涉足零售，就搞连锁经营，这不仅较好地实现采购的低成本，而且为逐步实施的战略布局打下了良好的基础。三是业态复合化，丹尼斯从百货起步，逐步发展了便利店、超市、大卖场等多种业态，这种多业态、多形式的复合化，可以达到互补和组合的效应，市场渗透能力极强。四是管理本土化，丹尼斯绝大多数中高层管理人员都是在本土招聘的职业经理，他们比较熟悉本地情况，这使丹尼斯得以长期扎根河南。五是物业自有化，丹尼斯有83%的物业是自建，这一方面降低了租金成本和管理成本，另一方面也可以摆脱物业方的制约。

供应商

的。丹尼斯的高层管理人员能够迅速捕捉到市场信息，并做出反应，在行业内超前发展，实践证明，每次这种超前发展都是正确的，这也是丹尼斯能够引领郑州商业发展的一个主要原因。丹尼斯在发展过程中为河南培养了一大批商业人才，目前这些人才分布在各个商业领域，这是其对河南商业的一大贡献，为推动

河南商业向前进步提供了有利条件。另外，丹尼斯的营运系统科学严谨，能够保证企业的良性运作和长久发展，其先进的商业经营理念和商业运营模式为其他商业企业提供了很好的参照。丹尼斯的发展也造就了河南一大批优秀的供应商，郑州维贤商贸就是伴随着丹尼斯的成长发展起来的。

消费者

民营企业经理舒婷：每次进入丹尼斯百货都被一种优雅的香味包围，这在其他商场是没有的，正是这种气味让我十分迷恋丹尼斯百货的化妆品。对我来说，丹尼斯百货的购物环境很好，无论是气味、装潢，还是灯光都让人有一种很舒服的感觉。丹尼斯这个企业给我的印象是各个方面都十分正规，值得大家的信赖。

消费者满意度调查表

1. 你是丹尼斯贵宾卡会员吗？
2. 你每年到丹尼斯购物的次数是？__。每次消费多少元？
3. 你选择这家商场的主要原因是？__。（参考内容：品牌适合，服务优良，环境优美，交通便利）你最满意的方面是？
4. 除了丹尼斯，你还喜欢到哪个商场购物，你选择它们的原因是？
5. 今年你购买的商品总量（住房，生鲜，日常用品除外）是否有增加，剔除个人因素，商业方面的原因是什么？

你的姓名：__ 性别：__
 身份证号：_____
 电话：_____
 通讯地址：_____
 投票地址：郑州市中原区陇海西路80号晚报大厦西大厅郑州晚报商贸部，email:zzwbsm@163.com
 抽奖方式：本选票每周五随年终盘点系列报道刊出一次，问卷复印有效，每人限投一次，多投无效。编辑部从每周的有效答卷中抽取10名获奖者，奖励价值40元百盛横店影城电影票一张。