

建文新世界商厦开启郑州尾货元年

2009年,建文新世界商厦将尾货概念引入郑州。建文淘汇城、天兰尾货鞋城次第开业,优质的商品,低廉的价格,属于尾货的精彩为郑州市民展现出一个更具性价比的消费空间,一场尾货普及风潮在郑州刮起。随着建文新世界商厦对尾货市场的培育,越来越多的郑州市民对尾货的概念有了清晰的了解和认识,越来越多的消费者体验到尾货带来的时尚生活。2009年,郑州尾货元年由建文新世界商厦开启。

晚报记者 冯刘克/文 赵楠/图

华丽转身

2009年对于建文新世界商厦来说是不平凡的一年,成功转型的一年。在市场竞争日益激烈,经营不稳定的情况下,建文新世界商厦沉着应对,经过大量的科学调研,实地考察,最终确定把建文新世界商厦打造成中原首家外贸尾货淘汇城和中原首家专业尾货鞋城,为中原商业开启尾货行业的新篇章。

2009年9月5日,汇集了国内知名尾货市场众多外贸尾货大户的建文淘汇城,在众人的期待中拉开大幕,绽放在河南省会消费者面前,开业当日人如潮涌,大家真正体验到了购买物美价廉商品的淘宝乐趣。

2009年9月30日,有着“中国尾货鞋业航母”之称的北京天兰尾货鞋城正式入驻建文新世界商厦,一时间“外贸尾货”又成为省会消费的一大热点,建文新世界商厦也在发展的第二年,完成了自己的华丽转身。

如果说以前“尾货”的概念在人们心中似乎还停留在最初的状态,那么建文新世界商厦对尾货的引入和对尾货行业标准的大

力宣传则改变了人们对尾货的误解。建文新世界商厦总经理余波表示,建文新世界商厦引进尾货,是对郑州现有商业业态有效的补充。商场定位于尾货,让消费者购买到物美价廉的商品,也培养了一种理性的消费方式。

五城联动

据建文新世界商厦总经理余波介绍,该商厦定位于社区型商场,面积适中、业态丰富,服务于周边社区居民,使居民们实现体验式购物的乐趣。建文新世界商厦地理位置的优越性毋庸置疑,周边电器、家居、超市、餐饮、服装批发市场、电动车一条街等业态相互配合,加上附近的重点高校、银行、医院、大中型企业事业单位组成的高密度工作和生活区域,为商厦提供了众多的客源,更大程度地成就了建文得天独厚的优势。

餐饮和娱乐是建文商圈极富盛名的传统名片,也是建文新世界商厦所独具的优势之一。该商厦在去年上半年,丰富和优化了餐饮业态,先后引进姐弟俩名吃城、日本旋转寿

司、橄榄树西餐厅、麦当劳、华莱士、清粥坊等,并对名气颇大的经八路夜市进行了重新规整美化,餐饮品类的阵容已经十分完备。

建文五星级奥斯卡影院受到众多观众的青睐,为了使这一优势更为突出,2009年年末进行了升级扩建,全新亮相的影院在人气和知名度方面均有提升,这也标志着建文新世界商厦的娱乐业态迈上一个新台阶。为了完善休闲娱乐业态,建文新世界商厦还引进了游乐场项目。

如今的建文新世界商厦已形成了由美食城、淘汇城、天兰尾货鞋城、游乐场、奥斯卡五星级电影城为一体的多业态组合,“五城联动”,人气共享,成为郑州商界一道独具魅力的风景,也成为郑州市民购物、休闲的理想选择,建文商圈愈发显现出旺盛的生命力。

尾货精品化

“哪种尾货市场的模式适合建文新世界商厦?这是我一直在思考的问题。外地的尾货市场有成功的模式,但是外地的市场环境、购买习惯、消费水平跟郑州不一样。建文新

世界商厦也有自身的特点和优势,与外地的尾货市场相比,我们的地理位置、硬件、配套设施、管理等方面都是处于前列的,所以我们不能生搬硬套外地成功的模式,而是应当借鉴这些成功的模式,并把它们的可取之处融入到自己的企业里。”余波说,“根据自身情况,我们要走的是一条尾货精品化、时尚化的道路。举个例子来说,其他尾货市场对货品的陈列是不讲究的,而我们商厦对尾货商品的展示效果十分注重,在店面形象陈列搭配等方面给予商户指导和建设。”

在建文团队的努力下,该商厦的各项服务管理工作也有大幅提升,他们对内部机构进行了合理调整,设立了市场发展部,精简办事流程,实现对商户高效服务的状态。对新进驻的商户进行全方面的一站式服务,从商铺装修、导购招聘、租赁住所等方面,积极为商户解决后顾之忧。同时对老商户积极进行资源嫁接,去年9月份,公司组织商户到北京服装市场进行实地考察,并不定期提供市场信息,不断帮助商户优化货源渠道,提高自身经营能力。

团结就是力量

建文新世界商厦常务副总经理 吴献

业精于勤荒于嬉

“业精于勤荒于嬉。”吴献常常用这句话来激励自己。2009年,他用自己的勤奋带领自己的团队为商户们提供了高质量的服务,为商户们创造了一个良好的经营环境,为商厦的健康良性发展贡献出力量。

“2009年的工作重点是加强部门的内部管理,加强员工队伍的培训和制度完善。”吴献说,“其实所有的工作都是围绕服务商户开展的,因为只有商户经营好,有好的业绩,才能保障商厦持续长久的发展。”通过努力,建文新世界商厦的内部员工在履行岗位职责时更加积极主动,商户们也能与商厦一起主动提升自己的经营能力。

“一着不慎,满盘皆输。”下围棋是吴献的爱好之一。在他看来,下围棋可以陶冶情操,培养自己沉着冷静的作风和全局观的意识。但是在2009年紧锣密鼓的工作状态下,这一爱好也被暂时搁置了。

建文新世界商厦企划部经理 崔楠

尾货精品化

为郑州市民普及尾货知识,让大家正确认识尾货,崔楠功不可没。

崔楠认为,建文新世界商厦是在郑州扛起尾货大旗的旗手,为引导市民进行理性消费贡献了很多力量。“目前我们提出的尾货精品化更多地是关注品质提升。人们对服装的需求大致经历了几个阶段,从耐穿、质量好到款式好,再到追求品牌,到现在已经趋于理性,许多人更愿意根据自身情况,选择符合自身气质、时尚度高、性价比高的服装。在这一背景下,尾货精品化就成了一种趋势。”

在崔楠的头脑里,常常会闪出众多充满新意的主意,“淘出时尚达人赛”等众多创意十足的活动策划均是出自他之手。在整合媒体资源、提升商厦的概念卖点、提升商厦的形象方面,他均有着自己独特的想法和做法。

建文新世界商厦副总经理 常锋

建文的尾货机缘

在常锋看来,建文新世界商厦与尾货市场之间是一个美丽的机缘,双方的不期而遇成就了一段郑州商业的佳话,也补充了郑州零售行业的业态。引进尾货市场的概念,打造淘汇城,这一举措对建文新世界商厦的发展有着关键性的意义。“看到淘汇城开业火爆,我的心情十分激动。”

建文新世界为尾货在郑州开辟了一片新天地。“2009年,自从建文引进尾货市场,尾货这个概念在郑州就成了热门话题,据我观察,许多行业都在引用尾货这个概念,许多促销活动也在频繁出现‘尾货’这个词。”常锋说。

现在,常锋的大部分时间都投入到工作当中。“生活就是这样,你前期欠下了多少,后来就要还上多少。”常锋想起年轻时的青葱岁月不由感慨,“那时候,我,小伙子风华正茂,喜欢泡吧、喝咖啡、舞文弄墨、与同事们相约出游。现在荒废的时日还是要补回来。”

建文新世界商厦市场发展部经理 周丽

我们的新时代到了

“2009年9月5日,建文淘汇城开业那天,看着涌入商厦的人流,我非常激动,前期的高强度工作和付出终于有了结果,现在回想起来,当天的盛况还恍在眼前。”周丽说,“给我的感觉就是建文的新时代来了。”

在2009年的工作让周丽获益匪浅,“由于我的工作性质,许多事情都需要与商户进行沟通。在这些沟通中,我感觉自身的协调能力得到了提升。有些商户从不配合、不理解到拉近距离、成为朋友,这让我获得工作的成就感和满足感。另外,我的工作涉及很多细节问题,通过2009年的历练,在考虑细节问题的时候,我能够更加全面地去看待。”



建文新世界商厦总经理 余波

慢工出细活

“商业讲究细节,是一个慢工出细活的行业,做起来很有趣。”也许是因为身为女性,余波对商场各方面的细节的把握非常到位,“不能因为经营的是尾货,就忽视服装的搭配陈列”,商品陈列的细节,她都能关注到。

“2009年是比较有压力的一年,也是很有收获的一年。企业发展需要过程,经过2009年的华丽转身,建文新世界商厦进入了一个良性循环的轨道;团队建设需要磨合,经过2009年的历练,团队的整体素质有了很大提高。许多事情都是这样,经历过才会成长,才能成熟。在取得一个较好的发展局势之后,现在我对企业的未来发展更加充满信心和希望。”

“旅游、唱歌、听音乐、看电影、阅读……我的爱好很多,但是由于工作较忙,这些业余爱好有许多现在都实现不了。”据余波介绍,旅游这项轻松愉快的事情对她来说还有着别样的意义,“走过每个城市,我通常都会不由自主地留意当地的建筑风格、园林设计和商场的陈列、商业模式等内容。”

“2009年,我很感谢这个团队,在我看来,没有完美的个人,但是有完美的团队。”

