



大商郑州地区集团副总裁兼超市公司总经理 杨旭东

杨旭东 河南是我的福地

“河南是我的福地。”上海人杨旭东说，“在我的职业生涯中，可以拿出来说说的成绩都是在河南取得的。”这句话在河南人看来是没错的，因为许多河南人都是在他担任河南世纪联华总经理的时候认识他的，正是在河南世纪联华的职业生涯才让他在业界声名大振。

三年前，他选择离开世纪联华，自主创业，后来又转战外地，加盟银泰百货。离开超市，离开河南的日子，他仿佛销声匿迹。1月6日，当杨旭东以大商集团郑州地区集团副总裁兼超市公司总经理的身份出现在大商超市绿城广场店开业现场时，人们的眼光又开始聚焦在他身上。

“人像灯一样，有时候会点不亮。”杨旭东加盟大商无疑又点亮了自己。“这件事在业界引起了很大的震动。”在一位业内人士看来。

加盟大商之后，杨旭东很快找到了感觉。1月6日，大商超市绿城广场店开业。2月6日，大商千盛生活广场富田店也将迎来开业。“在加入大商不到5个月的时间里，开出了两家店。”五一之前，还将开出大商千盛生活广场宝龙店，更多的连锁店将在杨旭东的手中变现。

晚报记者 冯刘克 白贺/文 赵楠/图

一家新店

商业企业的发展要有一定的前瞻性。虽然富田太阳城附近的商业氛围还不够成熟，但是市场发展潜力巨大，“从长远来看，这家店是一定要开的”，“这个时候进入，成本无疑是比较低的。”

对杨旭东这次采访的契机正好是大商千盛生活广场富田店的开业。对于2月6日将要开业的这家新店，杨旭东说：“在五六年以前，肯定是不敢在郑州东南板块这个地方开这样的店。但是经过近几年的发展，这个地方已经有了基本的商业氛围。以富田太阳城为中心，周边的居民社区正在快速增长，这一区域已经形成了成长性非常强的郑州东南商圈。”

在杨旭东看来，商业企业的发展要有一定的前瞻性。虽然富田太阳城附近的商业氛围还不够成熟，但是市场发展潜力巨大，“从长远来看，这家店是一定要开的”，“这个时候进入，成本无疑是比较低的。”

据介绍，位于富田太阳城的这家大商新店面积达2万多平方米，共分三层。一层为百货，商品品类涵盖珠宝、化妆品、男女品牌服装等；二层、三层为超市大卖场。“对于传统的超市大卖场，一般没有很多的百货资源。我们在这家店补充了很多百货元素，可以更好地满足不同层次的需求。”杨旭东说，“近年来，大商集团的超市业态发展迅速，大商电器取得长足进步，餐饮、休闲娱乐等项目也都形成了自己的特色。而千盛生活广场是大商集团一种新型的业态组合模式，就是把名品百货、超市、电器、餐饮娱乐等业态组合在一起，形成合力，形成拳头，既能满足消费者品牌消费的需求，也能满足消费者日常生活的需求，还能满足消费者休闲娱乐的需求，可以更好地为消费者提供便利服务。这种千盛生活广场区别于常规性大卖场，具有更强的生命力，在带动区域商业发展方面效果显著，更适合商圈的发展。”

“双城生活”

家在上海，工作在郑州。到了上海享受温馨的家庭生活，到了郑州就全身心投入工作。对于这种“双城生活”，杨旭东早已经习以为常了。

对于许多职业经理人来说，通常要扮演两种不同的角色。一方面是包裹在职业装里的企业人，为自己理想和职业追求而打拼；另一方面是在家庭中扮演自己的角色，承担自己的责任和义务。这种“频道转换”只是体现在时间上，而杨旭东的“双城生活”还体现在空间上，对于上海、郑州两个城市的“频道转换”，他已经十分娴熟了。

在这种时间和空间的转换当中，他感觉“生活中一切皆好，只是异地生活成了一种缺憾”，“不过生活中最艰苦的一段时期已经过去了。孩子慢慢大了，开始懂事了，家里的事

“三心”原则

“其实许多困难问题都是可以用‘三心’原则来解决的。‘三心’指的是诚恳的心、感恩的心和慈善的心。”杨旭东说，“外面的空间环境一直在变化，‘三心’原则就是不变的内在。在解决一些问题的时候，我也是没有很多法宝的，只能是以不变应万变，以不变的内在来应对纷繁的问题。”

“商业的竞争环境是残酷的。在这个环境中，人员的流动都是正常的，应该客观地看待这个问题。就像意大利足球甲级联赛一样，球员的流动已经成了司空见惯的事情。”杨旭东表示，“一个人不能抹掉历史，加入大商团队之后，我是老革命，也是新员工，在这个熟悉的氛围、陌生的环境里，我觉得一切非常坦然，经过这一段时间的工作，感觉自己已

在两个城市来回转换，多了一些欣赏旅途景色的机会。不能仅享受双重生活的乐趣，在郑州的重心还是工作。

务也少了，没有太多的事情牵绊我了。”“我最苦恼的事情就是在孩子一两岁的时候不认识我。每次回家刚熟识起来我就该走了，再次回家的时候，孩子又不认识我了。”

在杨旭东看来，这种“双城生活”有时候也是充满乐趣的。“比如在异地生活，可以体验到旅行的乐趣。在两个城市来回转换，多了一些欣赏旅途景色的机会。”“但不能仅享受‘双城生活’的乐趣，在郑州的重心还是工作。”

采访时，谈到了“品质男人”，在问及什么才是“品质男人”时，杨旭东表示，“品质男人，让我来看，要具备基本的素质，有修养、有文化，还要有好的生活习惯，最主要还要有责任心。”对于郑州的工作和上海的家庭，杨旭东开通了“两个城市一个家”，将这种责任心都体现得淋漓尽致。

在解决一些问题的时候，我也是没有很多法宝的，只能是以不变应万变，以不变的内在来应对纷繁的问题。

经融入了大商文化和大商团队。”

对于河南零售市场，杨旭东有着清晰的认识。“河南的商业市场相当成熟，有着很强的包容性。国际上的零售业巨头基本都已经进入省会郑州，加上国内的大型连锁超市和本土超市，郑州的商业遍地开花，整体比较繁荣。但是在这个时候要保持冷静清醒的头脑，你比别人弱，你就可能垮掉。”杨旭东说，“大商超市的优势是在属地化方面做得比较好，与河南本地的文化、消费习惯、需求的结合比较紧密。”

“再过个三到五年，谁也不能保证在郑州超市业不会发生兼并重组的事情。”杨旭东说，“三年之后的事情，你不知道，我也不知道，一切皆有可能。”



别等反季销售了 现在的价格更优惠 贝邦羽绒服广场 “将优惠进行到底”

“反季节销售的羽绒服在价格上是有优势，但款式和色彩上局限性都很大，现在我们正在举办的‘新年清仓，特惠到底’活动，大部分品牌和款式甚至比反季节销售时更具价格诱惑力，并且都是今年的新款，广大消费者不必等到反季销售再来选购羽绒服了。”贝邦羽绒服广场总经理魏璐说。从1月下旬到2月初，由于气温回暖，“看天吃饭”的羽绒服市场销售情况有所下滑，市内部分羽绒服卖场开始加大促销力度。“我们结合厂家的意见，把现有的库存尽可能的降价，争取在春节前再创造一个销售‘小高潮’。”魏璐说。

晚报记者 白贺/文 赵楠/图

“反季销售的价格不一定有现在低”

按照羽绒服市场的销售惯例，春节前如果不能把卖场的库存销售完，剩余商品就要打包返厂，等到来年再由厂家结合所剩羽绒服前一年的销售情况，重新定价，进行反季节促销。目前，贝邦羽绒服广场的“新年清仓，特惠到底”活动恰恰就是结合厂家的意见，避免货品来回运输，争取把实惠全部让利给广大消费者。“现在用反季销售甚至更低的价格买到今年的新款，而且马上就能穿，相信本次促销能够让贝邦羽绒服广场节前再火一把。”魏璐坦言到。

贝邦羽绒服广场自2月3日开展促销活动后，几乎所有品牌都倾力加入，有的品牌甚至打出了“38元”特卖标语。“价格上的优势吸引的是消费者的眼球，做到降价不降品质，这才是我们的经营之道。”魏璐说。值得一提的是，波司登、雪中飞、庄驰、鸭宝宝等知名品牌也相继推出低价促销。波司登全场7.9折销售，雪中飞全场68元至298元销售，其中一款原价778元的新款羽绒服，现价298元。“前两天来转时，早就看好这款了，价格太贵，当时没舍得买，现在商场搞活动，能以这么低的价格买到这款羽绒服，真是没想到。”消费者唐女士说。

据悉，除了低价促销外，贝邦羽绒服广场还推出了“跨年好运，‘转’到家”的幸运抽奖来配合此次活动。活动期间，凭当日单张满199元以上的购物小票就能参加幸运抽奖，奖品设置有100元现金券、竹炭颈椎枕、如意六角碗、多功能收纳凳、精美抽纸、羽绒服专用洗涤剂，中奖率达100%。

“希望贝邦能成为一个羽绒服精品广场”

在谈到春节后的销售计划时，魏璐说，“今年农历春节较晚，春节过后，羽绒服市场的销售情况也会逐渐变淡，即使这样，我们也要在定位上力求与百盛购物广场的定位相切合。作为百货商场，百盛购物广场定位时尚消费，面对的消费群体是中高端消费者。我们与百盛共享客流，所以定位也必须是中高端时尚消费群体。”在品牌的构成和调整方面，魏璐也提出了自己的看法。“市场上的成熟品牌，经过长期的运作和发展，受到了消费者的普遍认可和欢迎，在销量上一直处于领先地位，比如波司登、吉奥、凯慕狮等，这些品牌是我们合作的首选；另外一种则是市场新兴的时尚品牌，这些品牌在时尚方面做出了自己的特色，款式新颖别致，引领潮流，在追求时尚的年轻消费群体当中有着很大的市场，比如鸭宝宝、艾尚雪等，值得一提的是艾尚雪，这个品牌特别时尚，在我们羽绒服广场是独有品牌，备受年轻人的青睐，从一年来的销售情况看，这类品牌的销售效果也很理想。”魏璐表示，下一步贝邦的品牌调整，肯定会淘汰不被消费者认可的品牌，相反，会大力度支持波司登、艾尚雪等成熟、时尚品牌，“我们的目标就是要把贝邦做成一个羽绒服精品广场。”

曼哈顿商业广场

“庚寅年 压岁特卖” 精彩上演

2月5日至13日，郑州曼哈顿商业广场推出“庚寅年 压岁特卖”大型促销活动。作为郑州首家一站式22万平方米SHOPPING MALL，曼哈顿商业广场自开业以来经营业绩逐步提升，同时也赢得了众多消费者的认可和喜爱。

据曼哈顿商业广场负责人介绍，本次“压岁特卖”活动全面整合曼哈顿商业广场商家资源，在集中时间段内，以最大的热情、最大限度地推出优质商家的商品和服务，活动主

要包括“首届珠宝节”、“名品服饰特卖会”等。目前曼哈顿商业广场正在针对全国知名珠宝品牌商家进行招商，不断扩大商场内一线珠宝品牌商家数量，致力打造精品珠宝名店一条街。

本次“庚寅年、压岁特卖”活动力度大、品牌广，参与的商家多，能够让广大消费者真正享受到“喜迎新春，轻松购物，快乐消费”的乐趣，充分体验“花钱省、东西好、回馈多”的购物实惠。

白贺 许琳琦

