

“万千百货”将更名为“万达百货” 旨在整合资源、统一管理、放大品牌优势 业界认为，中国零售业的“跑马圈地”时代已进入尾声 未来商企发展要靠“快而精”

战略重心向百货业态适当侧重？

分析：商业地产的百货项目更需要运营能力

近几年，万达依靠地产升值快速扩张，以纯房东的身份积累了大量财富，在品牌知名度不断扩大后，全国各地的万达广场招商率都在当地购物中心和商业综合体中名列前茅。

与此同时，2007年成立的万千百货目前已在全国开了40家店，营业面积超过120万平方米，其目标号称“要成为中国一流的连锁百货企业，到2015年，连锁店数量将达110家”。

但事实上，相比万达广场的高速复制，万千百货的发展，无论是在速度上还是在品牌识别度上，都显得有些力不从心。

“虽然购物中心这一业态在投资回报方面会高于传统零售企业，但是，商业地产涉足的百货经营领域，目前并不能算成功。”河南省商业

行业协会副会长何宏剑表示，“一方面由于购物中心都是单独出租，在业态规划和组合上有一定劣势；另一方面，商业地产往往更在乎租售商铺，普遍对运营层面的问题关注甚少。”

日前，中国社会科学院财经院发布的《流通蓝皮书：中国商业发展报告（2011~2012）》指出，中国商业地产即将进入相对艰难时期，二三线城市地区大量激增的商业地产项目同质化现象严重，未来或出现大量空置的商铺和烂尾楼。

因此，在快速扩张之后，运营能力对于商业地产领域的百货项目愈为重要。也许，万达期望借助万千百货的更名，打破“综合体房东”模式，战略重心将向百货业态适当侧重。

猜想一

强化万达品牌优势？

分析：从高速扩张转向提高品牌形象和识别度

5月中旬，网上就有消息称，万达集团旗下万千百货将更名为“万达百货”，将于2012年6月30日前完成所有涉及更名的事项，7月1日起百货系统正式更名为“万达百货”。

事实上，万千百货股份有限公司总经理丁遥5月12日就曾在微博中透露：“万千这次更名是万达集团、万千百货经过仔细研究，作出的谨慎决定，更名对集团统一品牌管理、百货借力万达品牌优势、顾客减少认知难度会有积极作用。”对此，中原万达广场和郑州万千百货方面均表示，更名是资源整合，有利于扩大万达的品

牌优势，不过需要做好相关准备工作，所以现在还没有统一对外公布消息，很快会向广大消费者正式宣布。

从“万千”到“万达”，一字之差却实现了由“多品牌”到“单一品牌”的转化。这次品牌战略变革，起码可以进一步聚焦品牌资产。而去年10月，董事长王健林也确实说过，要适当放缓步伐，今后万达广场每年开店数会稳定在15家到18家，不再大幅扩大规模，从求快到求精发展。种种迹象都表明，万达的战略已经从高速扩张转向提高品牌形象和识别度。

猜想二

开启“全产业链”模式？

分析：可以尝试开单体百货店

涉足电子商务、开发旅游地产、回归足球赞助项目、投资文化产业、“回收”百货公司……万达集团最近一年表现“积极”。对此，有业内人士认为，万达欲与中粮、华润等地产商一样，开启“全产业”扩张模式，以商业地产作为切入点，进行全业态或全产业链布局。

但就此次更名，也有业内人士表示担忧：“万千百货更名之后必将面临的一个问题是，统一的名称会堵住万千百货到其他商业综合体内

开店的出路。万千百货是一个相对独立的百货零售公司，它本来是可以单体百货店的形式入驻任何商业综合体，但更名后，这条路无形中被封死了。”

更有人建议，万达集团要坚持走“全产业链”之路，充分开拓百货市场，在没有大体量物业支持的情况下，也可以不依附于万达广场，开单体的“万达百货店”。不过，这样做对其百货店的运营水平将是更大的考验。

猜想三

“万达要做就做全产业链的世界第一。”2011年6月，万达集团董事长王健林曾说出这样的豪言壮语。而从最近几个月万达的动作：收购全美第一大影院AMC、频频在全国各地拿地、星级酒店快速扩张、旅游产业风生水起，可以看出，如今万达正朝着王健林的理想一步步迈进。

近日，有消息称万千百货将于今年7月正式更名为万达百货，这意味着万达集团最新的品牌版图也浮出水面，其连锁百货的发展战略也出现了重大调整。此事已引起业界猜想不断…… 记者 王一品/文 赵楠/图

猜想四

万千百货需要“输血”？

分析：没有后顾之忧，不必受困于租金和选址问题

万达成立万千百货的初衷是希望自主经营百货业，但根据万达集团对外公布的信息显示，百货线迟迟未实现盈利。

“首先是品牌知名度问题，大家都知道万达，但很多人搞不清楚万千是谁家开的，这不仅导致消费者认知度低，也直接导致了招商不力。”有业内人士分析，更名能减少百货的营销费用，万达若想拓展百货板块，就必须及时为万千“输血”。

对于“输血”一说，河南省商业经济学会常务副会长兼秘书长宋向清表示：“不管怎样，万千百货最大的优势就在于可以捆绑在万达的商业地产上获得更多拓展良机，而其他百货零售业者则需要不停地被昂贵的租金和选址争夺困扰着，这方面万千百货一直没有后顾之忧。因此，这次万千百货更名，应该不是出于运营情况考虑，而是万达要大幅提升百货的知名度和美誉度。品牌是商业领域非常重要的资源，在品牌上与母公司保持一致，有利于万千百货的长期发展。”

微评论

“跑马圈地”的扩张方式进入尾声

《流通蓝皮书：中国商业发展报告（2011~2012）》指出，未来3~5年，零售巨头将通过并购、整合，快速实现资源配置、扩大企业规模、提高市场占有率，以求在激烈的竞争中处于优势。时隔15年，中国商业零售市场将迎来新一轮并购潮。

报告称，2005年以来，在中国市场的内外资零售业巨头以“跑马圈地”扩张为主、并购为辅的规模扩张，是中国零售业快速发展的第一阶段；而随着一二线城市零售网点资源的枯竭，三四线城市成为新建网点的重心，以“跑马圈地”为主的扩张方式应该进入尾声了。

对此，业内人士认为，中国零售业并购式扩张的时代已开启，3~5年内将进入快速提高市场集中度的并购“黄金时代”，行业的整合将带动零售行业快速提升。在这样的大形势下，企业不仅要抢占领地，更要修炼好内功，强化品牌力量。此番万千百货更名，正是万达要充分发挥其品牌优势的最好证明。

更名是为了统一品牌、统一管理，这是企业在寻求更大发展时做出的选择。就目前的郑州乃至整个河南而言，大商集团、丹尼斯集团、正道集团等零售企业的扩张均已形成一定规模，为了应对新的挑战，新一轮的发展必须是“快而精”的。



2011年10月28日，万千百货绽放郑州。再过20多天，这个靓丽的门头将被换成“万达百货”。