

11月中旬,有着“新中国第一店”之称的王府井百货(始创于1955年),在郑州的第一家门店将盛装开业。近日,记者对话北京王府井百货(集团)股份有限公司郑州店总经理唐文英,她的爽朗、真诚与敬业,让我们充分感受到了这家历史悠久的百货企业“一团火”的精神,以及对“精致生活”的不懈追求。  
记者 王一品/文 慎重/图

# 王府井百货 由内而外的“精致”

## 财富之城

### 「一城多心」商情报告



北京王府井百货(集团)股份有限公司郑州店总经理唐文英

#### 面对面

##### 关于郑州 来到这里很兴奋很快乐

晚报记者:如何看待郑州的商业环境,对郑州的第一印象怎样?

唐文英:郑州的市场空间、发展机遇不容小觑,人口基数和人们的消费热情更是出乎我的意料,很多知名品牌都在郑州创造过销售奇迹,这大概就是王府井把郑州乃至河南作为集团发展之重点的原因吧。

晚报记者:来郑州快半年了,感觉适应吗?

唐文英:感觉很兴奋很快乐。我比较喜欢挑战新事物,尤其是在工作中找乐儿。这里的发展空间很大,每迈进一步都能感觉到自己在进步,自然快乐。

##### 关于发展 未来必是多商圈并存

晚报记者:您觉得郑州商业存在哪些不足?

唐文英:可以说中国商战是从郑州开始的,但是这个城市相对保守,所以最近这几年在速度和发展空间上都尚有很多机遇在。与其他省会城市相比,郑州只有一个核心的二七商圈,显得不够繁荣。以郑州的人口和消费力看,这里的商业应该是百花齐放、一片繁华景象。所以,随着都市化程度越来越明显,未来必然是多商圈并存的。

晚报记者:就购物中心而言,在郑州尚处于发展的最初阶段,您能分析一下其未来发展方向吗?

唐文英:我有一次去逛二七商圈,走累了想歇歇脚,却找不到一间咖啡厅,而且那里停车、吃饭都很困难。未来,单体百货要购物中心化,为顾客提供更多产品以外的附加服务。而购物中心也要融入百货的特点,增加人气。两者要相互融合,都要以消费者为核心。

#### 二七商圈饱和了,但郑州市场远未饱和

“中国商战是从郑州开始的,这里的零售业市场从不乏奇迹。”唐文英来之前,已经对郑州的商业背景和大环境有所了解。她说:“河南人购物的欲望与热情胜过许多同类城市,因此很多知名品牌都曾在这里创造过销售纪录。但是,目前郑州的商业格局与这一点是不相称的。唯一的核心就是市中心的二七商圈,其他城区的商业都还有很大的上升空间,尤其是西区和南区,在很长一段时间里几乎是空白的。”

就目前来看,郑州北边和东边的城市副商

圈已经初显轮廓。南边,以物流为主的大趋势也已敲定。唯独西边,一直是郑州的商业“洼地”。因此,郑州的现代化商贸城发展规划中,“西提升”的呼声越来越高。

8年前就听说王府井要进驻郑州,但没想到,其最终在河南开张的第一家百货店居然在洛阳。如今,王府井真的要在郑州开业了。对于此番落子西区,唐文英表示:“王府井和郑州的缘分到了,现在是天时、地利、人和皆具备。二七商圈拥有诸多的百货公司已基本处于饱和,未来新兴的商圈将逐步形成。”

#### 中高档,不能只局限在产品和品牌上

未来郑州的商业竞争,不仅是商场之间的竞争,也不仅是品牌资源的竞争,而是商圈之间的竞争。随着城市化进程的发展,多商圈并存是必然的。

“王府井在郑州的第一家店,不管从硬件设施还是从品牌组合上,都会将王府井百货的精华充分体现。”唐文英说,“我们将努力在西区打造城市的另一个核心商圈,为消费者提供更多的选择。”据介绍,王府井百货郑州店的定

位为中高档时尚百货。但对于“中高档”一词,唐文英有自己的理解。

“我们不会一味追求档次,随着消费者越来越理性,仅仅靠奢华概念已很难长久保持消费者的忠诚度。”唐文英认为,“随着生活质量、都市化程度的加快,人们的消费观念也在发生转变,便捷、舒适、愉悦会成为消费者购物的首选。因此,中高档,不能只局限在产品和品牌上,更多的是附加值。”

#### 体验式营销,从亲切感开始

王府井百货一直倡导体验式营销,文化营销、情感营销和价值营销。“对商家而言,价格是营销中永恒的话题,但绝对不是唯一的手段。所以,王府井有着很厚的企业文化,始终倡导的是情感营销,用真诚赢得消费者,更多的营销活动会以消费者的感受为出发点。”唐

文英介绍,希望大家一走进王府井就有一种亲切感、愉悦感。比如,各个楼层都会有休息区、甜品店、水吧、咖啡座等休闲配套。再如三层的青春馆品类组合别出心裁,同一风格下的男女装混搭、饰品店的穿插……各种缓解购物疲劳的设计非常贴心。

#### 传承“一团火”精神,从不“克扣”供应商

王府井的“精致”还在于团队凝聚力上。“我们每开一家店,都是采取一帮一、手把手带徒弟的方式,来实现人才培养、畅通管理的。”唐文英表示,王府井百货一直传承着“一团火”的企业精神,就是因为人人都能最大化的实现自我价值。

在这种企业文化下,人文购物、人性服务是王府井百货的服务理念。而这样的服务,不仅充分体现在消费者身上,更体现在供应商方面。

有调查显示,在全国各地的王府井百货,从来没有发生过拖欠供应商货款的案例,更没有任何巧立名目“克扣”供应商的事情。对此,唐文英笑着说:“这是真的,每个月都是王府井催着供应商来结账。”

也许,这才是真正的“精致”——让员工快乐地工作,让供应商放心地经营,让消费者愉快地购物。

#### 新闻1+1

##### 锦艺城打造航母级购物中心

锦艺城由香港上市公司锦艺集团倾力打造,总规模达120万平方米。包括高品质住宅“锦艺国际华都”、写字楼“锦艺·国际中心”和30万平方米的“锦艺城·购物中心”。

“锦艺城·购物中心”是由锦艺集团投资50亿元建成的大型时尚购物中心,100%自持物业,被视为“整个锦艺城的点睛之笔”。其主力店包括王府井百货、成龙影院、世纪联华超市、国美电器等,将集购物、餐饮、休闲、娱乐、旅游甚至金融、酒店、文化等功能于一体,堪称“航母”级的购物中心,是目前郑州体量最大的购物中心。

##### “新中国第一店”王府井百货

北京王府井百货(集团)股份有限公司,简称“王府井百货”,前身是享誉中外的“新中国第一店”北京市百货大楼,创立于1955年。公司经过50多年的创业、发展,现已成为国内专注于百货业态发展的最大零售集团之一,也是在上海证券交易所挂牌的上市公司。

面对日趋激烈的竞争,自1996年起,王府井百货在中国首次推进百货连锁规模发展,实现由地方性企业向全国性企业,由单体型企业向连锁化、规模化集团的转变。如今,王府井百货在中国拥有已开业和即将开业的大型百货商店近30家。预计2015年,王府井百货年销售将突破500亿元。