

## 入围百货

丹尼斯百货人民店  
稳居第一

2011年,丹尼斯集团的业绩突破百亿元大关,继续领跑河南零售市场。这其中,超过一半的收入来自丹尼斯百货。尤其是人民店,去年一年的营业额为26亿元,不仅令其稳居河南百货业第一,而且在全国百货单店销售排行榜上列第21位。

2012年,对人民店来说,可谓稳步发展。这毕竟是一家仅一层化妆品、名表和精品服饰年销售额就能过10亿元的精品百货店,其目前的品牌阵容,是河南市场上其

他百货在短期内无法超越的。

作为河南百货业的翘楚,人民店已经习惯了在突破中不断完善自己。今年夏天,爱马仕的进驻让沉寂了大半年的河南百货业为之一振。11月16日,是人民店店庆季的“卡友日”——这个丹尼斯的传统节日,为该店带来了单店单日业绩近2.7亿元的销售纪录。

丹尼斯集团百货部分的整体销售额预计今年将逼近70亿元,按照惯例,人民店仍然会贡献约一半的业绩。

丹尼斯百货花园店  
实现目标

共18层、高97米的丹尼斯百货花园店,一落成就出了名,因为其创下了全国单体百货的高度之最。2011年,花园店年销售额达15亿元,成为丹尼斯旗下的“二号人物”。

2012年,整个百货业都受到大环境的冲击,花园店坚持走“女性”路线,重点打造“女性消费”吸引力,不断强化商品时尚度,提升品牌和服务,从而稳固客

群,让这一年的业绩稳步增长。目前,花园店可谓河南单体百货中女装专柜数量最多的商场。

今年以来,丹尼斯花园店更换了上百个品牌。尤其是女装和化妆品,已形成自己的时尚流行风格,基本实现了与人民店错位经营、客层互补的目标。正因为如此,在11月中旬的店庆季中,花园店也有不俗的表现,“卡友日”单日业绩达1.5亿元。

“榜样中原·2012商业金榜”  
您最喜欢  
哪个百货商场?  
请拨打电话  
67655279  
为它投票吧

自本报“榜样中原·2012商业金榜”年度盘点活动启动以来,很多读者纷纷致电发表自己的观点。结合广大消费者的意见,自本周起,我们将陆续为大家展示“榜样中原·2012商业金榜”入围的百货、购物中心和超市企业品牌,希望读者继续参与投票和评选,活动组委会将及时把您的意见和建议反馈于版面上。  
记者 王一品

正道花园百货  
稳步发展

提及正道花园百货,总给人一种稳重、低调的感觉。不仅因其是河南本土商业的代表,更因其一贯扎扎实实的作风。

自2008年重装升级后,正道花园一直坚持走高端定位、精品路线,而其核心竞争力在于会员服务上。据了解,正道花园超过70%的收入都来源于VIP会员。那么,为何这些VIP顾客的忠诚度如此高呢?很简单,这里有无微不至的服务。

这种服务主要包括两方面,一是实实在在的贴心服务,比如免费洗车、送货上门、会员赠礼等;二是无形的购物体验,比如独有品牌能满足消费者对时尚、奢华、品位的追求,专属客服、专属活动能令VIP充分感受到至尊服务。

正道中环百货  
突破自我

作为正道家族的一分子,中环百货近几年也在服务上下足了功夫。但为了与正道花园错位经营,中环的服务主要体现在大力度回馈消费者上。中环百货每逢周末都有不同程度的打折、促销活动,而每个月至少会有一档应季的大力度返券或换券活动。

如果问2012年正道中环百货有什么突破,你可能会异口同声地说:“特色专题活动多了。”火爆的足球赛、甜蜜的相亲会、温馨的“六一”乐淘……在这里,您不仅能买到物美价廉的商品,还能参与别样的专场活动。

## 商业金榜

## 四大活动

2012中原金榜颁奖典礼暨慈善晚宴  
2012中原商业发展高峰论坛  
2012中原商业金榜入围品牌联展  
《2012~2013年中原商业发展白皮书》发布

## 奖项设置

## 年度大奖·人物类

2012年度中原商业领军人物  
2012年度中原商业最佳营销策划精英  
2012年度最佳创新营销商业团队

## 年度大奖·企业类

2012年度中原商业优质品牌  
2012年度最具品质百货商场  
2012年度最佳特色购物中心  
2012年度最受消费者信任超市  
2012年度中原商业最具潜力发展品牌

## 评选流程

读者举荐:即日起至12月中旬,广泛接受读者举荐。

品牌自荐:同时期内,接受包括百货商场、购物中心、超市等自荐。

专家评审:强大专家导师团助阵,权威梳理,专业点评。

## 参与方式

邮寄地址:郑州市陇海西路80号郑州晚报经营中心一楼商贸部  
邮箱:zzwbsm@163.com  
咨询电话:0371-67655279

大商新玛特郑州总店  
日渐成熟

关怀员工、服务消费者、成就供应商……以他人利益为先,看似不符合商业规律,但是,大商新玛特郑州总店正是以此作为经营之道。

2012年10月,大商新玛特郑州总店迎来4周岁生日。逐步完成品牌升级调整后的总店,率先拉开了郑州百货业店庆季的大幕。10月28日,总店以一场惊天动地“节”案为自己庆生,同时以全年最大力度回馈广大消费者。

如果说前几年新玛特郑州总店主要是以品牌深度营销为主来营造影响力的话,那么,今年的总店已经日渐成熟,在修炼内功的同时开始迈向全新的阶段。

大商新玛特郑州金博大店  
蓄势待发

提及金博大,郑州人总是像唠家常一样,有说不完的话。长期以来,这个商场已经在某种程度上承载了郑州消费者对于新时代商业的期望。而且金博大被业界称为河南百货业的黄埔军校,多年来为我们的零售市场培养了大批人才。因此,很多河南人心中都有金博大情结。

留心的消费者会发现,今年以来,除了本周五将展开的店庆回馈活动外,金博大很少有大规模的促销活动,而主要以新品发布、会员答谢、明星见面会等各种文化推广活动为主。用总经理张杰的话说:“这是因为今年要蓄势待发,一切都是在为明年上半年改扩建工程的全面启动而做准备。”

据了解,原有的金博大店经过改扩建,将从四层变为六层,并与西边新建的二期工程连成一体。这意味着,两三年后的大商新玛特郑州金博大店将成为体量约20万平方米的商业综合体。如此大的动作将于明年全面展开,怎能不储备力量?

大商集团郑州紫荆山百货  
敢于创新

这一年,大商集团郑州紫荆山百货可谓是最创新的一年。大胆尝试新形式的异业联盟,与电器商合作,在百货商场里大卖电器,而且真正做到厂家直销价。另外,携手郑蒙开展深度营销,改写该店针织品类的销售纪录。

不仅如此,紫百选择在感恩节做年度极限回馈,打破了传统百货以店庆为全年最大力度的常规。相信一系列的创新发展,将为这家老字号的百货商场带来新的契机。