

# 烽火再起

## 二七商圈再崛起的创新与嬗变

2018年6月29日 星期五 编辑：雷群芳 美编：张妍 校对：姜军

# 不忘初心，精准定位 做有温度的商场

## 郑州百货大楼



郑州百货大楼董事长、总经理朱赵霞

无论是提起郑州商业的发展，还是谈到二七商圈的再生，郑州百货大楼都是一个绕不过去的“关键词”，它不仅是郑州人心底的记忆，更一度成为郑州商业的名片和旗帜。

然而，随着时代发展、商业更迭，它也曾陷入过低谷，在曲折中艰难前行。如今，这座经历半个多世纪风雨历程的商场，借助精准定位、细心服务，凝聚厚重的企业文化、优良的传统作风，在郑州商业中走出一条独有的特色之路。记者 赵柳影

### 郑州百货大楼大事记

1955年，郑州百货大楼始建，位于郑州市最繁华的北二七路49号中心商业区，是河南省建店最早的一家零售商业企业。

1962年，郑州百货大楼第一次扩建。

1983年，郑州百货大楼第二次扩建。

1989年，郑州百货大楼升格为国家二级企业。

1993年，郑州百货大楼作为全省“全国零售商业销售额和综合效益双百强企业”，经省、市体改部门批准改制为股份制，成为郑州市唯一的国有控股商业零售企业。

2013年，郑百的发展迎来了新的机遇，借助国有企业改制的契机，国内知名上市公司、长春欧亚集团股份有限公司（股票代码：600697）成功受让郑百的国有股权，成为郑百的第一大股东。

### 不忘初心，厚重企业文化凝聚郑百团队

朱赵霞，是郑州百货大楼的“掌门人”，想了解郑百的“前世今生”，记者自然而然对她进行了采访。

“马上七一了，最近正忙着组织员工唱红歌呢，借助党的生日，让员工一起唱唱歌，鼓舞鼓舞士气。”纤细的身材，温柔的声音，朱赵霞一张口，并未滔滔不绝地讲述郑百的经营成绩和未来规划，而是从员工说起。

朱赵霞说，每年七一，郑百都会组织员工唱红歌，十一则要升国旗，冬天下雪的时候，员工就会自发组织铲雪，“这些都是郑百的老传统了，我们前身是国有企业，所以有些传统的企业文化很好地传承了下来。”朱赵霞认为，正是这些厚重的企业文化，将郑百的团队紧紧凝聚在一起。

对于老商厦，消费者不买账的一大原因是服务员态度不好，然而在郑百逛一逛，你会发展服务员不仅态度热情，

并且工作很有主动性。

“因为员工将大楼真正当做自己的家，郑百的荣誉就是自己的荣誉，不能因为自己的不良行为让郑百受到消费者的指责。”朱赵霞说，由于大楼里中老年消费者居多，因此营业员都会自发地在柜台备下老年人常用药，并且自学一些老人护理技巧，以便应对突发事件。

在郑百，有一个特别的现象，就是很多老年人跟“上班”一样，无论严寒酷暑，有事没事就得来转一转，一开始，朱赵霞也很好奇，后来经过跟消费者多次交谈，她才知道，很多退休的老顾客，由于孩子在外地工作不在身边，待在家里很寂寞，就会来郑百跟营业员聊天。

这一现象也让朱赵霞更加注重对老年顾客群体的服务，每层都提供热水，并且加大长椅投入，可供老人休息。“我们不仅是一个大厦，我们要做最有温度的商场。”朱赵霞说。

### 精准定位，走自己特色的经营道路

不少人认为，对于企业的发展，传统文化固然可以凝聚人心，但有时候往往也会成为前进的壁垒。朱赵霞深知这一点，所以在继承传统企业文化的同时，郑百并未故步自封，而是用制度管理企业，并细分消费市场，精准定位。

目前，郑百确立了“主题服饰百货，大众时尚生活”的经营战略定位，引进了众多时尚品牌，以更舒适、更时尚、更休闲及富含时代气息的现代百货商场的形象呈现在广大消费者面前。此外，为了在残酷的市场竞争中找到突破口，郑百开始与其他商场错位经营。

在郑州，如果想买块表，郑百则是最佳选择。一年一度的“钟表节”成为郑百突破口的成功典型。“郑百在钟表节的品牌号召力十分强大。每一届钟

表节，涵盖浪琴、梅花、天梭、英纳格、飞亚达在内的中外高中低档超过30个品牌的全国总厂商代表，会亲自来为品牌站台。”朱赵霞说，郑百钟表节已经成为全国业内的一个典范，很多地方举办钟表节都会来郑百取经。

同时，郑百羽绒服节、郑百珠宝节、郑百羊绒衫节在业内也是赫赫有名。朱赵霞说，郑百羽绒服节的历史可以追溯到2005年，经过十几年的发展，已经成为羽绒服界的“活招牌”，厂商出了新款会最先来到郑州，来到郑百；厂商想让一款羽绒服成为爆款，也先从郑百开始。

此外，郑百的羊绒羊毛产品、运动品牌的优势，也足以吸引大批实力消费者以及年轻消费人群，羊绒羊毛产品成为郑百又一大优势销售品类。

### 借助亲情力量，顺势引入年轻品牌

目前，郑百也在加大对男女装等年轻时尚品牌的引入，而促使这一改变的，朱赵霞归结为社会的和谐、亲情的力量。“母亲节、父亲节开始流行，越来越多的年轻人带着父母来郑百买衣服，会发现这里物美价廉，所以我们也顺势引入一些年轻的男女装品牌”。

不难发现，现在的郑百越来越了解市场，了解消费者，对风向的把控也越

来越精准，朱赵霞认为，从1955年到现在，郑百沟沟坎坎、曲曲折折走过了很多路，也汲取了很多经验教训，如今取得的成绩也很难得和不易。

郑百的未来如何发展？面对这个问题，朱赵霞并未慷慨激昂地规划一番，而是温柔却坚定地表示，我们要稳扎稳打的、一步一个脚印走出自己的路子。



精准定位，借势亲情，郑百走出特色经营之路

