

# 叱咤商战 中国现代商业奠基石



二七塔旁边的亚细亚商场

## 辉煌 开业7个月 实现销售额9000万元

一切的源头要从1988年开始说起。这一年,刚过而立之年的王遂舟下海了。

原本从部队转业后,王遂舟任市信托公司下属二马路家电商场副经理,鼓动他下海的是中原不动产公司总经理晋野,当时郑州最显赫的房地产商。王遂舟拿着三四十万的开办费,开始纵情施展自己的商业才华。

他的第一大手笔是做广告。彼时,中国百货业尚无做广告先例。1988年底,商场尚未开业,他就拿出10万元在中央电视台投放广告。“中原之行哪里去——郑州亚细亚”,这句广告语深深印记在了国人记忆中。

1989年5月6日,营业面积达1.2万平方米的郑州亚细亚商场开业。开业当天,郑州市万人空巷,顾客如潮而至。商场保卫人员为避免发生意外,只能分批往里放人。下午6点,营业大厅被迫提前关闭时,90%以上货物竟已售出。

作为中国最早的股份制商业企业,亚细亚以灵活的机制、“顾客至上”的服务理念和出奇制胜的公关营销术,在中国商业企业中创造着一个又一个“第一”:第一个设立商场迎宾小姐、电梯小姐……

有关数据显示,亚细亚商场开业仅7个月就实现销售额9000万元,1990年达1.86亿元,实现利税1315万元,一年就跨入全国50家大型百货商场行列。到1995年,其销售额一直呈增长趋势,当年达4.71亿元。

直到今天,一些经历过的人只要站在郑州市二七广场上,就会情不自禁地想起那场名震全国的“郑州商战”。

2019年4月13日下午,郑州商业史上的传奇人物——原郑州亚细亚集团总经理王遂舟出现在郑州,这是他自1997年从亚细亚辞职22年后,第一次公开出现在郑州商界场合。

他的出现,如同一把钥匙,重新打开了郑州商业史上曾经“金光闪闪”的岁月,也让我们再次重温那段刀光剑影的商战时代。

郑报全媒体记者  
赵柳影/文 马健/图



亚细亚开启商场服务新篇

## 商战 五家“国字号”联手对抗亚细亚

“亚细亚”一诞生,就意味着商战硝烟不可避免。

1990年,郑州人口不到200万,而半径不足200米的二七广场聚集了一大半商业体,僧多粥少,加之本地五大国有商场在亚细亚的凌厉倒逼之下,群起效仿,由此引爆了一场全国瞩目的“郑州商战”。

亚细亚商场抢先进攻,打起全国商界最早的大规模营销战。为了应对亚细亚,紫百、郑百、商城、商业、华联五家“国字号”联手“抗敌”,四面楚歌的亚细亚一举发动让利50万元大销售,郑州商战全面爆发,这一战,就是7年。

1992年,中央电视台专门拍摄了以郑州商战为主题的6集电视连续纪录片《商战》,一经播出顿时引起巨大反响,将这场商战推到了全国层面。

作为郑州商界“元老”,郑州华联商厦有限责任公司党委书记、董事长张淑云亲身经历了“商战”。张淑云说,郑州商战使郑州二七商圈成为中国现代

商业文化的发源地之一。而对于郑州的商业企业来说,不管在经营管理、服务、价格、采购、形象等方面,都在竞争中得到了提升。

进入“商战”漩涡的王遂舟和他的“亚细亚”,光荣与梦想并未持续太久。除了与郑州市的大型国有商场“对阵”外,1994年,在省内连锁店遍地开花的情况下,王遂舟带领军团大举进军省外,到北京、广州、天津等大城市布点,这也成为压死骆驼的最后一根稻草。

因为在亚细亚辉煌外表之下,早已危机潜伏。因为快速扩张,人才储备跟不上、资金链条断裂等多种因素,亚细亚的扩张之路已困局重重。

在内外交困下,亚细亚渐入发展“泥潭”。1997年,郑州商战的灵魂人物王遂舟抱病出走。是年8月,300多家供货厂家代表围堵亚细亚商场大门,要求清偿货款,这家曾独领商战风骚的商场,爆发全面危机,并迅速走向没落。

## 评价 堪称中国现代商业发展奠基石

如今的亚细亚,曾经的“明星光环”已经褪去,替代它的是电器卖场,商场内几经装修,也不再是当初的样子。

但不能否认的是,“野太阳”亚细亚对阵中原国营商业大鳄,形成的“郑州商战”,在郑州商业史上写下浓墨重彩的一笔,也已然成为中国商业流通领域变革,乃至整个改革开放中的经典一幕。

郑州市志(商业贸易卷)这样评价商战:“郑州商战展现了郑州改革开放的崭新精神风貌,促进了郑州商业共存共

荣,促进了商业企业改革,催发了建设郑州全国商贸中心的构想。”

知名经济学家宋向清对于亚细亚在中国近代商业发展史上所做的贡献也给予了很高的评价。宋向清认为,亚细亚一系列的创举所带来的全国强烈反响和明星效应在某种程度上推动了中国市场营销的发展,也推动着大型零售商场发展。郑州商战打破了传统计划经济体制藩篱,堪称中国现代商业发展的奠基石。