

鹰城商业： 未来发展 路在何方



□本报记者 李科学

“目前市区有新老商场十几家,另外,凌云路怡购城、原绢纺厂名门世家、原华宝商场中央王座、原平顶山饭店佳田新天地以及蓝鲸国际等也都设有大型商业中心。相继开业的新购物中心对现有零售业也是一个冲击。”11月17日,双丰商城副总经理赵西霞说。

除了电商的冲击,市区大大小小的商场、购物中心相继开业,未来鹰城商圈的竞争将更为激烈。

鹰城商业的未来,到底该往哪里走?

如何应对电商冲击

方向一:

多元化的购物中心将是方向

尽管电商来势汹汹,但商场负责人在采访中普遍认为,实体商业并非无路可走,提升购物体验是把消费者拉回商场的有效方式之一。

近日,丹尼斯百货开源店试营业,逛过的市民直呼过瘾。不仅面积大,而且各类服装品牌齐全。市民周女士说:“以前想买一些牌子,不是在网上看就是得跑到郑州,现在平顶山终于有了专柜。”丹尼斯百货开源店面积大,集吃、喝、玩、乐于一体,打破了传统的百货经营模式,为名副其实的大型购物中心。

赵西霞也表示,以前顾客来商场就是以买东西为主,以后则是吃、玩,顺带把东西买了,这就是百货业态和购物中心的结合点。“将百货业做成体验店的形式,也是以后商场发展的一个大方向。”

鹰城世贸广场商业管理中心副总经理陈兵团认为,电商尽管势头强劲,但是很难取代实体商业,尤其是购物中心,最主要的理由就是购物中心提供给消费者的体验和个性化。“对于市民消费的网络化趋势,实体商业应当加强消费过程的体验和服务针对性。在购物中心,消费者可以感受来自不同国家的品牌、流行时尚与经典商品的协调、零售服务与其他服务结合的多样化



现在的商场购物环境十分优雅。

本报记者李英平 摄

构成、多样性的价位选择与丰富的品牌组合等。”他认为,在电商的强势围攻下,“做足体验”可以说是购物中心的发力点,比如提升服务、打造建筑亮点、提升购物的环境品质等。

方向二:建设自己的网站和微商城

“现在,国内不少大型商业集团都在建设自己的网站,比如王府井。我们也有这方面的打算,建设商场自己的网站,这可能需要一段时间。”赵西霞说,网站的运行需要依靠各个品牌和厂家的配合和支持,目前还在摸索阶段。

平顶山商场二店流行前线去年10月就通过了微信的官方认证,如今已经有粉丝近4000人。平顶山商场副总经理李亚涛表示:

“经常在微信上发布商场各个品牌的优惠活动、保养常识等,线上线下结合把顾客留住。这也算是应对电商的一个办法。”

目前,平顶山商场正在探索建设商场的网站、微商城。李亚涛说:“这和网购还不太一样。有啥新产品,打开微信,在网上下订单,然后到商场体验、拿货,可以带给消费者更好的购物体验。”

如何应对同行竞争

方向一:独有品牌对商场意义非凡

品牌的独有性对一个商场至关重要,如果一个品牌拥有忠实顾客,而且只有这一个商场有的话,那么顾客就只能来这个商场。“以后我们会继续把独有品牌的优势发挥下去。”丹尼斯百货华府店总经理李玲告诉记者。

李玲说,丹尼斯百货华府店会继续引进一些独有品牌,细分市场。她向记者透露,该店三楼独有的贵妇品牌占总量的70%~80%,这意味着,在店里看到的贵妇装大多数都是其他商场看不到的。丹尼斯百货华府店所有品牌与丹尼斯百货开源店的品牌重复率约为40%,与鹰城世贸广场的品牌则有约38%的重复率。“下一步,我们还要引进一些独有品牌,把自己的优势发挥好。”

方向二:整合资源 精准定位

在李玲看来,除了价格,购物体验也是消费者做出决策的重要依据。套头衫上网买不要紧,因为套头衫标准统一、价位较低,但要买中高端品牌的西服、衬衫,恐怕就得亲自到店里去试穿甚至定做了。服务水平带来的购物体验,是实体店

与网店的主要不同。丹尼斯百货华府店多年来不断调整,把贵妇装、男装、西服等重点做大做强。

对于商场、购物中心越来越多,双丰百货也在寻找自己的发展之路。赵西霞说:“我们要错开经营,以前双丰百货中心店有超市、家电等,经过多年摸索,目前定位是女子购物中心。商城面积不大,我们就把专业性做强,把该店打造成以女性商品为主的商场,将各类女装、女鞋、化妆品、珠宝品牌丰富起来。而我们对双丰商城的定位则是时尚流行百货商厦。”现在看来,这样的规划还是很成功的,双丰百货中心店、双丰两个商场营业额年年都在上升。

方向三:船小好调头

作为我市的几家老商场,商业大楼、平顶山商场、人民商场纷纷转型,如今都已经成了专业性较强的商场。用平顶山商场副总经理李亚涛的话说:“老有老的好,群众基础好;小有小的好,船小好调头。”

在激烈的竞争中,老商场的硬件条件几乎不能与几家新商场相比。不过,李亚涛认为,“老有老的好处,挺稳定,在稳定中不断创新,结合电商等其他渠道,商场的前景还是很乐观的”。他说,老商场群众基础好,管理经验多,新商场建立之初大多发展不稳健,主要是因为对本土商业了解不透,在管理方面跟不上。平顶山商场是近40年的老店,群众基础非常好,这是老商场的优势。他们将充分发挥这个优势,用特色和服务吸引顾客。

“商场的面积不算大,但是小有一点好处,船小好调头。”李亚涛说,在转型过程中,不论招商还是经营结构调整,小商场相对于大型商场都会容易些。



早期商场布局十分简单。

(资料图片)