走进山西路百货一楼大厅，一个神秘的天地被一大片红色帷布遮住了真颜，众多消费者凑上前去，一探究竟。就在明天，这个“红盖头”即将被掀开，谜底也将由此揭晓。这里面蕴藏的究竟是什么？这个地方又和山百未来的发展有何关联？山百总经理助理王海跟记者细细道来。

百家品牌联合促销大行动

山百五一忙出新

把化妆品打造成强势门类

作为有51年历史的老店，山百历经辉煌，稳定的顾客群和优良的口碑让山百在百姓心目中的地位稳固。尽管根基深厚，但是山百从未停止过发展的步伐，不断出新是山百的宗旨，而在近期最大的动向便是这次大规模的调整。“经过一个半月的努力，我们的调整即将全部杀青，五一节消费者就将看见一个全新的山百。”王总助满怀期待地告诉记者。

据王总助介绍，为了打造百姓精品店，全面贴近市场，贴近消费者，山百这一次的调整涉及了1–4楼，精品男装、休闲装、西裤、鞋包、女装、运动装、童装都有区域性以及品牌性的调整，而在所有变化之中，成功引进屈臣氏无疑是最大的亮点，屈臣氏也正是那片位于一楼的神秘天地。

谈及引进屈臣氏的初衷，王总助坦言是为了扬长避短，“山百在经营面积上并不占优势，因此做大做全并不现实，这些年来我们的发展凭借的是强势门类的特色经营。”他历数道，如今山百的门类优势已经显而易见，西裤、针织、羽绒服、床上用品、珠宝等门类的商品在山西路商圈乃至整个南京商圈都位于首屈一指的地位，“引进屈臣氏就是这种思路的延伸，山百要靠屈臣氏来实现化妆品门类的突破，把化妆品打造成山百的另一个强势门类。”

引导成熟女性的时尚消费

在中国已经开设了300多家专营店的屈臣氏，一直颇受追求个性的时尚女性的欢迎。这不禁让人立刻联想到，山百是希望借此聚焦年轻群体的注意力，王总助颇有深意地一笑，“我们是希望以此来扩大山百的消费群体，但更重要的是，希望通过屈臣氏来引领成熟女性的消费观念。”

在他看来，引领消费是一个商场必须的举动，山百主力消费群是30–50岁的女性，王总助希望这些女性能跟随屈臣氏的步伐，感受到全新的购物氛围，他深信耳目一新的店堂和有新鲜感的商品会刺激消费者的购物欲望，为她们带来全新的购物体验。

王总助还向记者透露，屈臣氏就像一次“试水”，接下来山百在化妆品方面还会有大动作。尽管现如今还不能透露具体信息，但是王总助自信满满，因为等到那家国际著名化妆品品牌进驻时，山百的化妆品资源将更为强劲。他憧憬道，等到化妆品形成规模之后，希望化妆品作为辐射点全方位带动穿着类商品的销售。“化妆品是吸纳女性的法宝，商场里80%的顾客群是女性，把女性牢牢抓住以后，她们对服装品牌也会投以关注，同时还会产生互动效应，女性给老公、孩子买东西，这又带动了男装、童装、运动装的销售。”据了解，山百五一后还会有后续动作，把服装品牌做进一步调整，更好地贯彻山百“大家的、实在的、时尚的”这一理念。

折扣特权 超值回馈

山百投入了很大力量忙于店堂的出新，五一期间更是得到百家品牌的倾力支持，超值回馈。记者了解到，活动期间满200元减70元现金，知名品牌全场5折活动精彩纷呈，同时商场特设了51元商品专区。王总助特别推荐：森达皮鞋五一专场南京独家大型特卖会50—198元，女装劲草满300送60元现金，海尔曼斯特惠80—298元；天意05~07款莨绸5.8折，花花公子、华伦天奴西服3~5折，罗蒙西服6折基础上再打8.5折，加送领带。四楼开展现场制作蚕丝被买3斤送1斤的活动，明璐童鞋全场满100送50，山百婚庆珠宝节，购珠宝送夏凉被、凉席。活动期间当日在山百购物单张发票满50元以上，即可获赠环保购物袋一只，送完为止。

见习记者 王凡/文
快报记者 管新婷/摄