

商业消费 周刊 Biz

以专家的眼光诠释商业动态

是什么温暖了我们的心灵——这是央视《艺术人生》年度大戏特别节目《温暖》的主题;商业活力——则是快报商业消费周刊用来描绘今年南京商业的关键词。

2008年,有诸多的事情值得记忆,我们只撷取过去一年间南京商业中最耀眼的那些星光,装扮我们今天开启的这场年度盛典。每一束星光都同样耀眼,但闪耀的理由却各有不同。翘首期盼的舞台,正等待着星光璀璨。

08-09 年度商业消费周刊 商业盛典



信念

1990年12月26日,苏宁电器在南京成立时,很多人不会想到,18年后,苏宁电器会成为中国最大的家电连锁上市公司。

现在的南京人对苏宁有着很深厚的感情,“买电器到苏宁”在南京人的心中已经不再是一句广告词,而是成为了一个口头禅。今天的苏宁正致力于打造成中国最优秀的服务品牌和连锁企业。

“以苏宁企业的不断壮大,报效家人、报效员工、报效社会,实现自我的价值。”

这是一种信念,一种让所有人为之肃然起敬的信念。



诚信

2005年7月,南京国美正式宣布成立。南京国美作为国美集团在全国一级市场的收官之作,自成立以来,一直始终以“正心”、“诚信”、“责任”、“博爱”、“使命”为信念。

2007年9月,国美推出9日「满意退货」、19日「价格保障」、39日「退货保障」、99日「换货保障」的诚信保障服务,该服务标准比国家三包标准最高提高6倍,并成为领先世界的服务保障体系。

树立诚信为本的品牌形象、透明消费,一直以来都是南京国美坚定不移的企业道德底线。



信任

没到过南京的人,都向往秦淮河、中山陵、雨花台,可到了南京才发现,六朝古都最多的“风景”却是星罗棋布的苏果超市。

苏果就像一位热情的邻居时刻“出没”在我们身边,极大地提供便利,我们有时路过,生活中从没离开过它。苏果又似一个日常管家,为我们提供交电费、水费、煤气费、手机费等20多项服务,轻松解决琐事烦恼。这所有的一切换来的是消费者对苏果的信任,这份信任也是苏果做大做强后盾。



活力

2003年1月1日,大洋百货南京店开门迎客。在当时的新街口商圈,大洋百货应该算是个“异类”。一站式购物环境以及品类齐全的化妆品、时尚的少女女装、运动前卫的休闲装,洋溢着青春的活力,吸引了南京这座古都里的潮男男女。

6年间大洋总是带来最新鲜最时尚的品牌和氛围,如今她已经成了南京时尚小资们最喜爱的购物圣地。而精力旺盛的大洋每每也是南京商战的“挑起者”。去年11月的“99送100”的破位促销,一举让金融海啸下不瘟不火的南京商业迅速回暖。大洋的出其不意正是来源于“不走寻常路”的蓬勃活力。



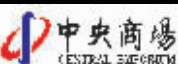
执着

从1998年至今,五星电器已经走过了10个年头。

10年间,五星电器告诉世人一个家电连锁巨头是如何崛起的。五星以令人惊讶的成长速度,演绎了由一个品牌代理商到家电连锁巨头的蜕变。

2006年5月,五星电器再扬帆,与全球最大的电子消费品零售商美国百思买合资,给中国家电连锁业带来了一种新气象。

五星让人相信,执着造就辉煌。执着的五星,正应和着中国家电连锁成长的脉搏,成为中国商业领域重要而具强健生命力的发展力量。



绽放

走过70多年的风雨路程,中央商场依旧年轻有活力,就像绽放的花朵,生机勃勃。

第一辆自行车、第一块定情手表、第一次穿上时髦的裙子等等,中央商场记录了南京人生活中很多的第一次,见证了改革开放给人民生活带来的巨大的变化,这是一种难以取代的感情。

当然,中央商场魅力不仅仅在于此。作为“民族商业的先驱”,在现代商业竞争中,倾力打造中央连锁百货、中商金润发连锁超市、中商房地产商业开发三大平台,开创了倍增发展的新局面。



同心

说起2008年,带给金鹰集团最大的感触就是“同心”,旗下金鹰国际购物中心、金鹰天地、东方商城三店开创无边界购物,同心协力携手共进。

由于金鹰购物中心受到面积限制,使得其在百货品牌再扩展上受到客观条件制约,在拿下新百的股权后,从去年开始,重新对新百和东方商城进行架构,成功从新街口的西区杀入中心地带。

同城三店结成的超强促销“联合体”,让金鹰集团在新街口的商业圈里成为了时尚霸主,2009年,金鹰系也将会奠定南京百货的新格局。



亲和

市场经济时代的个性化需求,决定了商业形式不可能千篇一律,既需要奢侈品的橱窗,也同样需要物美价廉的大市场,正所谓各有其道,这是商业竞争时代的不二法则。环北深谙其道,靠物美价廉在南京商界占据了重要地位。

2002年,环北扎根白下路,仅用6年时间就成为南京大市场中耀眼的一个。

6年间,这个坐落于秀丽的秦淮河畔的大市场一直门庭若市;6年间,这里诞生了10多位千万富翁。

这些,正应了那句话——小老板没小生意,大市场有大智慧。



壮大

这是中国最大的专业IT数码连锁企业,它所拥有的中国最大的专业技术服务队伍使之具备真正核心的市场竞争力。

在纵横涉及IT数码制造、零售、服务前中后端的链条中,他们靠技术的领先、市场的拓展、营销的优势、服务的专业不断强健自己的筋骨,如大船破浪迎击挑战,如小舟穿行灵活多变。

信心与勇气的集聚,实力与创新结合,将为他们迎战未来的考验与挑战增添无穷的力量!

一步能行,千步能行。



创新

历史上,新百曾经创造过多个“第一”:1952年作为华东第一家国有百货商店开张;1979年开了工商企业直接挂钩开河,率先冲破条块分割的封闭式旧体制;1982年成为江苏省最早实行承包责任制的试点单位;1985年首推经理负责制;新百一步步地实现从传统向现代、从老字号向金子招牌的跨越,这其中自我“创新”功不可没。

在各大商场不断提档升级的当下,新百60层新大楼封顶,成为新街口第一高楼,显示出强劲的势头。随着今年新大楼的完工,新百这位服务南京市民半个多世纪的百货巨头,将再次焕发新的活力。



新锐

2008年8月,当水游城揭开“盖头”时,很多人惊讶地发现,一个购物中心里居然可以四处“流淌”着源源不断的水。

在水游城我们还学会了一个新的概念“时间型消费”。

这个“中国初,南京出”的新锐实力,屹立于夫子庙商圈,不仅振兴着旧城商业,还实现着新街口、夫子庙两大商圈从“点”状到“带”状的过渡,从而碰撞出充满激情的新商业火花。



提档

在每个人的心目中,2008年值得记忆的日子都很多,而对玉桥而言,9月17日绝对是一个意义非凡的一天。

锣鼓声中,一锹黄土填埋下去,玉桥市场第三期工程的奠基动工,在场的每一个人都激动不已。就在那一天,玉桥引领了南京第三商圈新一轮的提档升级。

2010年,建宁路上,20万平方米的玉桥市场将展示在世人面前,由传统批销市场过渡到区域总部基地的新思路,将让这个庞然大物的营业额从目前的30亿元翻一番,增加到60亿元。



进取

作为湖南路地区的时尚地标,苏宁环球购物中心走过了5年时光,见证也“催化”着湖南路的时尚热度。

除了货品合理分布、动线流畅的安排之外,苏宁环球每次大规模调整都投入巨大的店堂布置来保证舒畅的购物环境。更让消费者津津乐道的是只此一家的15天退换货承诺、方便的购物停车、带着孩子逛街也不用烦恼的免费借童车等服务。

1月,苏宁环球迎来5周年庆典。5年时间,苏宁环球已然成为湖南路上乃至整个南京时尚与卓越的代名词。



积淀

22年前,她是城北唯一一家百货零售企业;22年后的今天,她仍是城北商业的标志和龙头。

1992年的股份制改造,让她焕发了青春,2002年开始的提档升级,则让她吹响了企业革新的号角。一个现代企业的积淀,就在那个岁月悄无声息间逐渐加码。“品牌+会员”的战略,让她雄居城北,做大做强。

如今,20万会员给了这家老牌商场足够的信任和支持,年销售突破6个亿的业绩让她在2008年递交给世人一份满意的答卷。

本版撰文 快报记者 史丽君 黄建军 杨坤 闫弋 徐勇

