

# 空降高管 欧尚在华发力市场开发

## 三年门店增至百家

据法国媒体报道,近日欧尚法国总部的人事高管让·皮埃尔·鲁将来华指导市场开发工作。2001年至2004年,他曾带领团队拓展欧尚在波兰的市场。不过,皮埃尔在中国并不直接负责门店拓展,而是“初期负责部分商场的出纳工作,以尽快确定人事工作在整个中国市场的职能”。

尽管如此,皮埃尔的到来也足以视为欧尚加速在华扩张步伐的信号。欧尚的销售规模和门店拓展速度远远不及外资同行。中国连锁协会发布的《2011年主要外资连锁企业经营情况》显示,欧尚仅位列第12位。

截至去年底,欧尚在中国共有55家门店。而同属于“高鑫零售”上市公司的大润发已有219家

法国零售巨头欧尚超市在中国的布局速度远远落后于其他外资超市同行。不过,随着其法国总部高管来华拓展市场,欧尚的扩张被业界认为如箭在弦。这也让欧尚在华进入新的发展阶段。

门店。

无独有偶,去年欧尚集团收购麦德龙在中东欧的91家Real大卖场后,欧尚中国方面表示,集团在亚洲市场也可能采取收购或其他合作方式来提速扩张。欧尚欲在三年内将中国区门店数量增至约100家。这也意味着未来欧尚将以每年15家左右的速度开店。



## 上市公司压力所迫

“欧尚作为家族企业,在全球范围内都没有上市的先例。但因为在中国与大润发长期交叉持股,让欧尚与大润发捆绑上市成为必要。”上海尚益咨询总经理胡春才告诉北京商报记者。高鑫零售招股书显示,大润发母公司润泰集团和欧尚新组成的合资公司吉

鑫是高鑫零售的控股股东,持股59.16%。其中,欧尚持有吉鑫51%股权,润泰持有49%股权。除吉鑫外,法国欧尚和润泰集团还分别持有高鑫零售11.26%和18.91%的股权,余下10.67%股权为个人股东持有。这意味着欧尚在高鑫零售中的所占股份并不少。

然而,欧尚一贯不提倡跑马圈地的做法。在门店

上深耕细作的风格影响了欧尚的市场占有率。数据显示,2012年高鑫零售的市场占有率为8%,但欧尚的占有率仅有1.6%。“上市后欧尚需要对股东利益负责,但其持股比例与发展规模不成正比,甚至业界有高鑫零售业绩主要靠大润发的说法。”胡春才说。

去年的数据也印证着欧尚加快布局的计划。上半年欧尚在中国仅新开1家门店,但下半年开出了9家。而截至2011年底,欧尚进入中国十余年,也仅有45家店。

## 提速能否兼顾质量

“对欧尚来说,最重要的不是在中国开很多的门店,而是要保证开出的每家门店都盈利。”2011年,时任欧尚中国董事总经理的苏德华曾这样表示。那么,上市后不得不提速的欧尚能否继续保证门

店的质量?

数据显示,欧尚60%以上的门店为自有产权。胡春才也认为,欧尚比较推崇自建物业,这是其国内门店建设速度始终较为缓慢的原因之一。但欧尚的门店精细化做得比较好,单店效益也不错。“在这一点上,欧尚与大润发还是有相似之处的。”

这意味着,欧尚若放开租赁门店的比例,加上门店经营的扎实基础,公司取得速度和效益的兼得并不是难事。按照未来三年门店增至百家的目标,欧尚要在未来三年内开出45家门店。而欧尚去年在提速上“小试牛刀”,就开出了10家。未来达到年均15家的速度尚在掌握范围之内。据联商网的统计,今年欧尚已签订协议但尚未开业的门店至少有5家。

北京商报记者 娄月/文 高鹏/摄

## 苏宁全城派发3亿元积分

临近“3·15”消费者权益日,苏宁不仅在服务上狠下功夫,同时携旗下电器连锁、乐购仕、苏宁易购三大平台联合让利,正式拉开农历春节后京城购物的大幕。

北京苏宁总经理侯恩龙介绍,“3·15”期间,作为苏宁云商平台整合后第一次大的购物季活动,北京苏宁将推行20万空调清洗保养、全品折扣、3亿元积分红包全城发放等涉及服务、促销两方面的多重举措,打造一个全新的“3·15”黄金周”。

侯恩龙介绍,此次借苏宁云商平台整合的契机,北京苏宁将满意购物与免费服务进行首次组

合,为京城阳春三月的家电消费市场注入新活力,最大限度地激活市场消费热情。

3月15日-17日,顾客至北京苏宁各店、乐购仕各店购物,即可享受传统品类8.5折的超值折扣,而3C品类更是借平台整合优势推行线上线下同价的策略,即实体店中与线上苏宁易购同型号的3C产品价格保持一致,而线上无相同型号的产品也将享有9折的超值优惠。同时苏宁将提供全程价保,如遇价差苏宁将进行差价补偿。为了丰富活动形式,苏宁还将举办知名品牌产品“超级点杀”活动,如在3月15日15:00-17:00期间,

顾客至苏宁各店、乐购仕各店,购买苹果全线产品可享受8.8-9折的活动。

在明折实扣基础上,北京苏宁大手笔地拿出3亿元的资源,通过会员短信渠道以及异业联盟,全城发放300万份价值100元的电子积分;该电子积分除黄金及乐购仕日用百货类外,不设任何限制,3月8日-17日期间在苏宁及乐购仕各店购物可直抵100元优惠使用。

“此前苏宁也做过类似的促销让利,但大都会有购物金额及品类的限制,此次放开品类使用限制,实属京城促销首例,简单打个比方,如持此100元电子积分到苏宁联想桥超

级店可购买100元瓷器,零消费,即可抱精美瓷器回家,”侯恩龙介绍道,“之所以在开年的‘3·15’期间操作,正是基于苏宁云商模式转型对会员实打实的回馈,也是对红星美凯龙以及实创等异业客户群的资源支持。”

此外,鉴于去年同期苏宁发起的“阳春三月购物季”异业联盟促销获得了良好的市场口碑和经济效应。2013年,北京苏宁再次联合苏宁易购、乐购仕、红星美凯龙、实创装饰等商家,线上线下全面融合,各平台将拿出同等优惠让利资源,以共同成立“家装家电基金”等形式,整合资源,让利于消费者。

## 2013年成服装业关键年 凡客诚品瞄准行业龙头

在2011年和2012年两年的库存积压下,库存已经成为各大服装公司难以承受之重。从去年开始,已经有不少企业开始尝试清除库存,但库存压力依然存在。有业内人士认为,2013年将成为国内服装品牌关键之年,各大公司都会选择清仓来降压。

记者从凡客诚品方面获悉,去年底到今年初,凡客诚品进行了疯狂的“年终促销”,全场清仓,毛衣、箱包、内衣、衬衫、休闲裤等9元清仓。该公司高管透露,在“年终促销”结束后,凡客诚品适当进行了品类收缩,并且将前两年的库存基本消化一空。“在尝试过后,我们把不是非常有拓展空间的品类进行了适当收缩,2013年我们是名副其实轻装上阵。”

有服装业内人士认为,中国快时尚服装产业一直未能出现实质意义上的龙头企业,品牌价值难以体现,但而坐拥品牌优势与互联网优势的凡客诚品无疑是打破此魔咒的有力竞争者。

北京商报记者 崇晓萌

## 宝瑞通典当行“3·15”免费鉴定

收藏市场火爆,导致不少“赝品”多在市场上流通,不管是“老玩家”还是“新手”都会遇到“打眼”的情况,吃了不少闷亏,也交了不少学费。

宝瑞通典当行民品经营中心总经理王德强表示,宝瑞通的专家免费鉴定服务一直备受广大消费者认可,现在各门店设有免费鉴定窗口,旨在为一些藏友提供安心可靠的鉴定咨询服务。通过专家的鉴定,藏友也可学习到很多收藏鉴定的专业知识,避免造成过多的损失。时值“3·15”,就有不少顾客到这“求鉴定”,此类顾客环比其他月份增加了60%。同时,许多顾客拿着节日礼品或是外出游玩带回来的商品,到典当行请专家“长眼”,其中多以翡翠、彩宝为主。

记者从宝瑞通典当行了解到,3月15日-17日,宝瑞通将在朝阳区十里堡西单商场一层举办免费鉴定活动。

## · 资讯 ·

### 物美开卖小岗村特产

滁州贡菊、爬山猪肉、风鹅、小岗富强粉……这些极具小岗村特色的农副产品上周开始在物美超市的20家店中出售。这也是安徽小岗村农副产品以农超对接的方式首次进入北京超市。

据悉,安徽省农委和滁州市确定了22家企业120种产品作为首批进京产品。今年2月,当地12家农业产业化企业发起成立了小岗村物美商贸公司,目前公司生产的各类农副产品达100多种,从产地直供北京物美的20家重点门店。记者在物美超市看到,多数小岗村的农副产品低于同类产品的市场价。

### 家乐福教市民看食品营养标签

什么是低脂肪食品?高蛋白食品得多高?如何确认低糖食品?针对今年1月1日正式实施的《预包装食品营养标签通则》,家乐福于上周开始在北京门店内进行营养知识的宣传活动,指导消费者读懂营养标签。

记者在家乐福马连道店的“健康小屋”展示区看到,通过产品展示、宣传展板、电视影音等方式,全方位向消费者进行营养知识宣传。此外,家乐福还特别邀请营养学专家为消费者讲解营养标签知识,提供营养健康咨询。

### 悠唐购物中心上演风尚混搭大赛

悠唐购物中心于近日举办了“绽放自己”风尚混搭大赛,这也标志着悠唐与众多时尚品牌联袂打造的“绽放自己”春季潮流时装周正式拉开序幕。活动当天共有20名普通消费者参与了混搭大赛,各种服装风格和元素在现场一一展示,并通过现场大众评审团的投票,最终选出了10位选手晋级决赛。

据了解,风尚混搭大赛的决赛将于3月17日拉开战幕,悠唐将通过微博、55BBS、会员、现场等多种报名途径选取现场大众评审团,到场点评即可获得电影票。

北京商报综合报道

