

圣熙8号、久隆百货面临“幸福的烦恼”

超市系百货陷客流荒

已经跨界经营百货店一段时间的物美、京客隆等超市巨头,在谋求百货业态更高利润空间的同时,却面临一丝尴尬。记者在上周末走访圣熙8号、久隆百货等多个“超市系”百货店发现,尽管这些百货店并不缺乏人气,但客流大多流向商场内的超市。与超市的红火相比,百货业态的处境尴尬。

客流大多流向超市

尽管物美、京客隆等超市纷纷开出了百货店,但在实际的经营中,这些百货店却面临着“幸福的烦恼”。记者走访京城多家超市系百货店发现,包括物美旗下的圣熙8号以及京客隆旗下的久隆百货,尽管都是开业时间不长的新商场,但店内并不缺乏客流。

上周末,在圣熙8号购物中心门前能容纳数百辆车的停车场内,由于没有空车位,至少有十几辆车索性开始等位,当附近有车辆开出时迅速“占领”该位置。尽管没有了一股百货店缺客流的苦恼,但一个新的问题接踵而至。记者注意到,来圣熙8号购物的顾客,大多是冲着美廉美超市而来。除了超市外,经营百货业态的楼层客流均比较稀疏。

圣熙8号购物中心是怀柔物美京北大世界在北京市场的第二家分店。记者随后来到京客隆



物美是跨界经营百货业态的“急先锋”

旗下位于酒仙桥的久隆百货看到的情况也大同小异。尽管百货业态的人气,要高于圣熙8号购物中心,但也不如其配套的京客隆超市高。

事实上,只有物美旗下并非主打社区店的新华百货,基本将超市和百货业态做到了平衡状态。

意在挖掘新利润空间

新华百货在北京首店开始盈利的大背景下,已经开始谋求在北京市场跑马圈地。据记者了解,新华百货的高层正在北京多个地区进行选址,其第二家门店很快就将揭开神秘的面纱。

与此同时,京客隆旗下的久隆百货同样在紧锣密鼓地筹备新店。尽管酒仙桥、青塔店目前还处于培育期,但抢先布局潜力商圈,为企业日后在该区域的发展奠定了基础。

事实上,超市和百货店的用人标准、经营理念、盈利模式、投资方式以及

回报周期等环节都截然不同。而且,不少曾在超市领域做得风生水起的高管,在进军百货业态时却遭遇“滑铁卢”。

在这种情况下,为何超市巨头依旧青睐跨界经营?曾创建双安商场,改造长安商场、西单商场后转投物美集团的郭凯道出了个中缘由。他曾表示,尽管百货店的培育期较超市漫长,但一家运营好的百货店可以抵100多家超市的利润。

在业界看来,随着零售领域竞争加剧,特别是一些龙头企业在挖掘主业利润达到一定程度时,往往会向其他业态“渗透”,走上业态多元化的发展道路。

共享客流是关键

其实,社区商业已经成为目前商业领域的热点。“超市系”百货店擅长的“百货+超市”的业态组合模式,也将是今后商业发展的大趋势。

超市品牌的知名度高,是“超市系”百货店的优势所在,不少消费者去这类百货店购物就是因为有了对超市品牌的认知。但如何吸引来逛超市的消费者进行超市之外的消费,成为这些“超市系”百货店面临的一大难题。

在一位“超市系”百货店的高管看来,由于物美、京客隆等超市大多定位于生活类消费,并非精品或高端超市,在这些超市消费的人员构成很难被定位中高端的百货店所共享。如果百货店为了“迎合”超市,降低商场的定位,又很可能会使百货业态的盈利水平降低。

还有商业专家认为,相比做超市,打造百货店需要品牌作为支撑,不仅要在店内引入更多符合自身定位的知名品牌,更要将企业自身的品牌打响。这就需要企业不断向成熟的百货店学习成功经验。同时,在该人士看来,配套超市是“超市系”百货店与其他百货店在竞争中的特色,如何与超市形成借势,更合理组织品牌和布局卖场成为其未来发展的关键。

一方面,超市毛利较低,主要功能是聚集人气;另一方面超市通过租赁外围商铺收取租金以获取利益。“百货+超市”的组合模式欲达到双赢的效果,其实是考验企业内部的管理、运营能力。

商报记者 李铎/文
暴帆/摄

凡客加快挖掘二三线市场

近日,凡客诚品宣布年内将完成在全国28个地区布局仓储中心,以挖掘二三线市场。

凡客诚品相关负责人介绍,近期凡客诚品在武汉、成都等多个城市的仓储中心已投入运营,青岛、哈尔滨等城市的仓储中心也已完成选址,预计下半年可完成。

业界人士认为,B2C平台目前在北京、上海、广州等一线城市的人气聚集相对较旺,更为广阔的二三线市场潜力还未得到充分挖掘。

据凡客诚品方面介绍,配合仓储中心向二三线市场下探,凡客诚品线下户外广告也将加大对相应区域市场的投放。

商报记者 吴文治

红孩子为新频道征集会员

红孩子开辟新购物频道——缤购后,近日借周年促销活动为频道召集会员。

红孩子方面表示,公司目前拥有397.2万名会员。从5月10日开始注册缤购网并购物,有机会成为红孩子公司的第400万名会员,收到其精心准备的神秘大礼。

为庆祝成立7周年,红孩子网站和缤购网每周都会针对不同品类不同品牌的产品推出各种优惠回馈,并将在6月9日达到活动高潮。

商报记者 吴文治

西王玉米油获“健字号”认证

作为国内最大的玉米油品牌,西王玉米油日前获得“健字号”认证。西王玉米油本月起将在北京、山东、浙江等省市开展健康用油、安全用油推广活动。

中国营养学会营养与保健食品分会秘书长王竹博士表示,合理选择用油,合理搭配用油更利于中老年人日常油脂摄入的营养均衡性。

根据《中国居民平衡饮食指南》的建议,成年人每人每天摄取油脂不超过25克,但调查表明大城市居民用油量已达80克/日。

商报记者 吴文治

香港理工借科博会展示新技术

刚刚结束的中国北京国际科技产业博览会,因为展示了众多高科技成果,再次成为业界关注的焦点。香港理工大学展示的三大科研新成果,成为了此次科博会的一个亮点。

香港理工大学展示的新技术包括高效发光二极管(LED)照明系统,为中风病人而开发的肌动机械康复系统以及太阳能汽车冷气系统。

商报记者 李铎

北京市质量管理小组发布成果

为总结、表彰在北京市质量管理小组活动中涌现出的优秀质量管理小组(QC),北京市质量协会于5月11日召开了北京市第五十八次质量管理小组成果发表会暨北京移动杯冠名赛。

本次活动的主题是“掌握方法·拓展领域·增强活力”,北京市各QC小组成员在这次评选活动中展示出了良好的素质和能力,体现了优良的技术和风格。此次发表会设立了特等奖和一、二、三等奖共27名,同时评选北京市优秀QC小组,培育和选拔国家级优秀QC小组。

商报记者 何衡柯

漂白开心果或导致细胞死亡

美国农业部人类老年营养研究中心的最新研究显示,对开心果进行化学漂白会降低其营养品质,并可导致人体细胞毒性。该研究结果是于最近在华盛顿特区举行的实验生物学会会议上公布的。

记者了解到,在中国,开心果在销售前往往会被漂白,目的是使果壳变白并掩盖产品的瑕疵,但根据美国的这项研究,漂白将直接使人体对胆固醇的吸收被降低,可以导致人体细胞死亡的元素大幅度增加。

除了可导致人体细胞的毒性,漂白还会破坏开心果中的营养成分。加州大学洛杉矶分校的研究人员表示,由于漂白剂破坏了开心果皮中的石炭酸,开心果的抗氧化功能也相应被降低,它对冠心病、中风及癌症的预防作用也大为减少。

美国食品和药品管理局表示,如果每天的饮食中加入42克坚果,如开心果,那么可以降低罹患心脏病

商报记者 姜子谦

天虹将推出“六一”端午主题文化活动

“六一”、端午佳节在即,北京天虹百货特在节日期间奉上精彩促销活动。

一、才艺之旅——“‘六一’全家乐”文艺汇演 5月28日10:00、5月29日16:00,北京国展天虹、北京宣武天虹分别携手龙脉温泉共同举办“‘六一’全家乐”活动。

二、巧手之旅——“我是巧手大厨师”包粽擂台赛 6月6日,北京国展天虹、北京宣武天虹将分别举行包粽擂台大赛。

三、环保之旅——环保接力行动 5月27日至6月13日,天虹将举行践行环保活动。届时北京国展天虹、北京宣武天虹将有精彩活动安排:1、环保快闪大接力活动;2、天虹节能减排措施成绩展及签名仪式;3、天虹官方微博“让地球多一抹绿”评论征集活动,并有机会参加随机抽奖活动赢取丰厚礼品。

除此以外,5月27日至6月6日期间,北京国展天虹与北京宣武天虹还会有其他更多特惠活动。

当代商城六层儿童区“六一”前重装亮相

近日,当代商城儿童品类重装亮相。布局调整后的儿童商品区域引进了亚卡迪、HUGO BOSS、KENZO、CHOLE、英吉丽娜、STOKE、李维斯等数个国际一线品牌和若干知名的国内品牌,进一步提升了品牌容量。开业当日取得了不错的销售业绩,销售额达16万元,环比增长33%,所有引进的一线品牌均实现了开门红。

当代商城百货业务部负责人表示,由于中国儿童用品市场的发展空间广阔,近几年世界一线儿童品牌纷纷进驻中国,当代商城抓住机遇,积极与国际一线品牌操作繁琐、运作周期长的困难,最终引进了适合当代商城消费群体的儿童品牌,与周边商场消费客层成功错位。

5月27日至6月1日期间,当代商城六层儿童商品满300元减80-50元,会员独享折后再满减优惠。

赛特儿童节悦享欢乐回馈

“六一”即将到来,赛特准备了丰富的商品和多样的促销活动,启发孩子对科学的兴趣,激发他们的想像力以及探索科学奥秘的精神。

首先是童品7.5折活动,5月27日至6月1日,云集了HOGO BOSS、CHLOE、KENZO、NIKE、Lacoste、Armani、阿迪达斯等国际一线品牌童装的赛特五层大部分童装、童鞋、玩具等儿童类商品7.5折起优惠(特例品牌除外);不参加折扣的BURBERRY、Polo、Ralph Lauren童装可享受双倍积分。期间,顾客当日在五层买儿童商品满2000元,即可获赠北京天文馆套票一套,合家畅游天文馆,参观ZEISS天象厅和SGI宇宙剧场。每日限赠100套,600套票赠完为止。“六一”当日,顾客在五层累计购买儿童类商品满3000元,除享受折扣优惠、天文馆套票外,还可获赠“六一”加赠礼——儿童沐浴礼盒,61套赠完为止。

商报记者 白森森