



风华郑茂

# 郑州商业 华丽蝶变

本报记者 武姣



## 从鲶鱼效应到市场繁荣

2002年8月,北京华联郑州店正式开门纳客,作为第一个进入郑州市场的国内商业巨头,它的开业引发了郑州“第二次商战”,同时促使郑州华联、金博大、丹尼斯等临近商场客流量和销售额的明显提升。

北京华联一石激起本土商业企业的“鲶鱼效应”。为应对新一轮商战,郑州市的各商家都在寻找不同的市场定位,树立自己的经营特色,竞争使二七商圈充满了生机。

按照城市的发展布局,6家左右的大型商场就能满足市民的需求,但当时仅二七纪念馆周围就有7家,再加上其他路段的丹尼斯百货等共有12家之多。得中原者得天下,随着中国正式跨入WTO大门,包括世界500强在内的诸多国内外商业企业的目光投向郑州,沃尔玛、家乐福、麦德龙、易初莲花等国外巨头纷纷亮相郑州市场,同时,上海联华、家世界、中环百货等商场也圈地开店,郑州消费价格格外繁荣,在随后的几年中,这种状态持久保持。

## 从百货称霸到摩尔时代

在2009年经济危机的阴霾下,郑州百货业依然能做到逆势飞扬。12年来,从影响力和规模等方面来看,丹尼斯和大商的表现最为抢眼。

丹尼斯百货在河南市场采用自建的方式扩张,截至目前,在郑州、洛阳、平顶山等十多个省辖市拥有百货店15家、大卖场44家、便利店122家。而来自大连的“东北虎”大商2006年以4.21亿元的天价拿下金博大城后,扩张之迅猛让业内人瞠目,7年时间在河南11个地市,拥有34家店铺。

2011年,丹尼斯百货集团以年销售额108亿元成功跃入“百亿俱乐部”,成为我省首个销售额突破百亿元的商业企业。2013年,大商河南店铺销售实现105亿元,问鼎百亿商业集团。丹尼斯和大商的品牌印象在中原人心中根深蒂固,拥有大批忠实消费者,也令近年来进驻郑州的外来商家惊叹,“果真是河南百货业两大巨头”。

然而,摩尔时代的来临不可阻挡,特别在全国零售业,传统百货不约而同走到转型十字路口。“购物中心的优势越来越明显,而且面对全客层,百货将会往精致的方向走,只针对某个客层。”郑州万象城总经理朱洪涛说。

近几年,购物中心在郑州扎堆崛起,致使丹尼斯和大商也开始转变思路,建起了购物中心。对于台湾东裕集团而言,丹尼斯大卫城欲打造的总体量近40万平米的商业项目,要做成丹尼斯在河南的一家旗舰店,对大商金博大二期改扩建工程已于近期启动,金博大将以全新的面貌屹立于二七商圈。

目前,郑州国贸360广场、中原万达广场、二七万达广场、锦艺城购物中心都已在郑州市场占有一席之地,华润万象城的开业向人们展示了一个真正的高端购物中心,而如今在建和规划中的购物中心已多达50多家,郑州商业正式进入摩尔时代。

## 从一支独秀到百花齐放

几年前,二七商圈一定是人们逛街首选目的地,然而,随着时间推移和时代变迁,交通不畅、同质化严重等成为二七商圈发展瓶颈,也逐渐降低了消费者购物的积极性。业内人士认为,即便西太康路四个大型商业项目成熟后,再次巩固二七商圈的商业地位,但是交通拥堵这个大问就让人望而却步。

从2009年开始,花园路商圈越来越有生机与活力,成为首个“叫板”二七商圈的新兴商圈,其中丹尼斯花园店16层高度创全国百货店新高度成为最大亮点,大商新玛特郑州总店的定位也区别于其他店铺,随着国贸360广场逐渐成熟起来之后,单是聚客能力花园路商圈便不可小觑。

2010年,花园路商圈掀起了郑州百货市场的品牌之争,花园路商圈发展势头强劲。而后,随着中原、二七万达广场先后进入郑州,王府井百货、锦艺城购物中心相继开业,秦岭路商圈、大学路商圈、棉纺路商圈也初具规模。据悉王府井百货和银泰百货在东区的大型购物中心项目也已进入筹备状态,航空港区正在规划主题购物中心和奥特莱斯,CBD商圈、高新区商圈、航空港商圈等商圈正在开发建设。

“现在都是商圈与商圈之间的竞争了,郑州现在已经有明显的商业区域划分,而且量还没有饱和,仍有较大的发展空间。”锦艺城购物中心总经理张红强告诉记者。

毋庸置疑,二七商圈的地位不会随意被撼动,改造升级后还将被打造成为千亿级商圈,但是,一枝独秀只属于昨天,今天,这已是一道百花齐放的美丽景象。



“创造财富是企业的责任,造福社会是企业的义务。”这句话成了每个企业的座右铭,在高速前行的过程中,他们肩负社会责任不忘初心,懂得感恩,反哺社会,传播正能量。

回首过往,郑州各大商场“达则兼济天下”,辅助完善了更多的城市生活配套,缔造最舒心的购物、社交环境,同时,解决成千上万人的就业问题,并助力郑州经济发展,积极纳税,无论平时还是最关键时刻,企业都能用最诚挚的公益心去传递大爱。

商业郑能量

# 履责前行 不忘初心

本报记者 武姣

## 透视需求 温暖“第三空间”

商场被形象地称为除了家庭、工作之外的都市“第三空间”,它涵盖了购物、社交、娱乐、休憩等生活功能。从本质上看,“第三空间”的存在即是对每一位消费者的最直接回馈。

近年来,随着郑州商业的迅猛发展,百货、购物中心、超市、便利店等业态丰富起来,商场网络密集分布在郑州市各个地区,消费者的生活方式也发生了颠覆性变化。

“商场完善了周边居民的商业配套,使大家的生活更加便利。”锦艺城购物中心总经理张红强说。

“有一点变化特别明显,河南人再也不用跑到一线城市去采购,在郑州就可以实现。”丹尼斯百货媒体发言人徐琪告诉记者,2000年,丹尼斯首次引进资生堂,成为省内唯一进口化妆品品牌,而后,很多国际品牌看到了在河南发展的信心开始陆续入驻郑州。

品牌数量和档次的提升,为消费者提供更多选择,当然,仅此远远不够,随着消费者开始崇尚个性消费,商场首先开始突围自身的核心服务。从免费修补衣服、免费包装到手机充电、银联服务,百货商场通过VIP会员制度对消费者服务标准化、细致化。

当郑州跑步迈入购物中心时代,消费者的“第三空间”也随之变得更加值得期待。在国庆、五一等小长假,人

们乐于在“第三空间”完成都市休闲一日游。从进入购物中心那一刻开始,就有不断的惊喜在等着人们。可以在这里买到物美价廉的商品,可以在这里尝到各种美食,可以去看看电影陪孩子去儿童游乐场放松,累的时候走进咖啡厅再享受一份闲静。购物中心的社交功能也在这个过程中逐渐被放大,变得更温馨、更舒适。

## 提升就业 普惠城市居民

商场自身在开业之际便已解决了大批市民的就业问题。张红强告诉记者,锦艺城购物中心目前已解决近六千人的就业,等到C区项目面市时将解决上万人就业问题。或许有人认为这是理所应当的事情,那么,看看商场周边的变化,便可知商场提升就业的影响范围。

特别在夏季,每到夜晚,商场周边的夜市文化非常红火,在商场所辐射到的范围内,最近的一条路已变成美食一条街或另一条“健康路”,有时临近晚上十一点,商场周边依然是熙熙攘攘的人群。

王莉是郑州某大学一名大四的学生,当班里一部分人忙着备考研究生时,她就开始摆摊的生意。王莉梦想有一家品质好又有特色的服装店,所以她把每天晚上在丰产路上摆摊作为自己创业的开始。

爱淘宝的购物逛从高大上的商场走出来,也要再把那些地摊逛一遍,因为她知道有一家地摊的衣服便宜又时尚。对于各个摊主和老板而言,这些生意或许就是经济的所有来源。

“随着国贸360广场近两年人气越来越旺,也带动丰产路一条街的夜市发展,这是件好事,一个地摊背后或许就是一个家庭。”郑州国贸360广场总经理司小伟说。“看看丹尼斯人民店旁边的小街就知道了,那些摊主的小生意也还挺赚钱。”徐琪笑着说。

商家普遍表示,商场自身吸收就业量就很大,其容量还将随着进步和发展越来越大,对周边辐射范围各行各业的经济带动也是情理之中,主要原因是商场提升了周边的物价水平和商业价值。

## 积极纳税 助力经济发展

各大商家为郑州市场带来了更多消费品,通过各种创意营销活动来推广文化,解决就业、提升城市时尚品味,也使河南零售业在全国地位逐渐提高。而这只是商场的成绩单的一部分。

每年的周年庆和重要节日都是商家极其期待的商机,销售可以在这个时候创新高,节点业绩对于全年的销售贡献有着举足轻重的作用。虽然近几年全国零售业处于“寒冬”时期,各种因素导致行业整体低迷,但是郑

州商业整体而言相对乐观。

数据显示,2012年丹尼斯百货人民店店庆,当日销售额达2.67亿元,在当年“全国百货单店单日销售额过亿”排名中位居第二,丹尼斯百货花园店以1.5亿元成绩排名第三,第四名也被郑州的百货商场大商新玛特郑州总店以1.47亿元占据。这是曾经令人骄傲的表现。此外,在每年的五一、十一、春节节点营销盘点中,各商场和购物中心无论同比还是环比都取得了较高的提升。

“经济效益越好,纳税数额越大,所以商场都是纳税大户。”张红强说,对于税收的贡献也是商场社会责任的一种表现,而每年仅零售行业就已为城市经济发展做出了很大贡献。

采访中,大商金博大超市的相关负责人表示,在未来的工作中大商超市将与税务部门共同努力,创造出更加辉煌的经营业绩和纳税成绩,为二七区的跨越式发展贡献出应有的力量。

取之于民,用之于民,财富最终还要回归社会。除了纳税,商场还将这部分贡献延伸至公益事业,比如在雅安地震期间,郑州中原万达广场先企业内部迅速行动,携手郑州慈善总会组织爱心募捐;王府井百货则以集团名义通过中国红十字会向四川地震灾区捐款100万元,支持灾区人民抗震救灾、重建家园。商业企业的善举不仅得到了社会的认可,而且也使自身存在之于消费者有了更深远的意义。

郑向上