

精忠报国

纸上春秋

直到今天，一些经历过的人只要站在郑州市二七广场，就会情不自禁地想起那场名震全国的“郑州商战”。更别提，2019年4月13日下午，郑州商业史上的传奇人物——原郑州亚细亚集团总经理王遂舟出现在郑州，这是他自1997年从亚细亚辞职22年后，第一次公开出现在郑州商界场合。他的出现，如同一把钥匙，重新打开了郑州商业史上曾经“金光闪闪”的岁月，也让我们再次重温那段刀光剑影的商战时代。

征起适遇风云会 商战叱咤余韵长

破冰

1989年，郑州亚细亚商场开业



《郑州晚报》1999年9月9日-16日《关于亚细亚商场兴衰的调查》获中国新闻奖一等奖

一切的源头要从1988年开始说起。这一年，刚而立之年的王遂舟，下海了。

原本从部队转业后，王遂舟任市信托公司下属二马路家电商场副经理，他的人生轨迹应该是在这家国有商企按部就班的发展。然而，正在筹建中的郑州首个大型股份制商厦——德化商场（后改名为亚细亚商场），让一切都改变了。

鼓动王遂舟下海的是中原不动产公司总经理晋野，当时郑州最显赫的房地产商。受到晋野充分的信任和授权，王遂舟拿着三四十万的开办费，开始纵情施展自己的商业才华。

他的第一大手笔是做广告。彼时，中国百货业尚无做广告先例。1988年底，商场尚未开业，他就拿出10万元在中央电视台投放广告。“中原之行哪里去——郑州亚细亚”，这句广告语深深印在了国人记忆中。

1989年5月6日，营业面积达1.2万平方米的郑州亚细亚商场开业。开业当天，郑州市万人空巷，顾客如潮而至。商场保卫人员为避免发生意外，只能分批往里放人。下午6点，营业大厅被迫提前关闭时，90%以上货物竟已售出。

即便30年过去了，曾经在亚细亚购物的经历依然让郑州市民念念不忘。“当时我在焦作，来郑州出差，到亚细亚花了3个月的工资买了一件夹克。回去后一直把小票带在身上，非常自豪。因为其他商场购物都没有小票。”如今已经年过半百的王遂舟有着很深的“亚细亚”情结。

辉煌

开业7个月销售额达九千万元

作为中国最早的股份制商业企业，亚细亚以灵活的机制、“顾客至上”的服务理念和出奇制胜的公关营销术，在中国商业企业中创造着一个又一个“第一”：第一个设立商场迎宾小姐、电梯小姐；第一个做晨操、举行升旗仪式；第一个在中央电视台做广告，“中原之行哪里去——郑州亚细亚”，这句广告词至今还有很多人能顺口说出……同时，亚细亚把商场的服务层面提到了前所未有的高度。

明亮的商场里，营业员统一着装，都讲普通话，见到顾客先鞠躬、后问好，且严格执行“三声服务”，即：迎接顾客有招呼声、接待中有介绍声、离去时有送别声，在计划经济时代，这种细致的服务并不多见。

亚细亚商场副总韩建军说，当时一本500多页的《亚细亚经营管理及优质服务规范》是每个服务人员都要熟读的，这本书中，细化到对每个柜台营业员的要求，比如说食品柜台的营业员，不仅要会对食品有充分的了解，还要懂营养学。

有关数据显示，亚细亚商场开业仅7个月就实现销售额9000万元，1990年达1.86亿元，实现利税1315万元，一年就跨入全国50家大型百货商场行列。

当时就如一家国内报纸所说：恐怕没有一家大的新闻单位不在评说“亚细亚”，也没有一家够档次的国内商场不在琢磨“亚细亚现象”。

本报记者 赵柳影 文 杨光 王颂 马健 图



二七塔旁边的亚细亚商场

商战

五家“国字号”联手对抗亚细亚

不管是“亚细亚”，还是王遂舟，似乎一出场就迎来了自己的高光时刻。然而，上世纪80年代，在大型国有商场各守“一亩三分地”，相安无事的现状下，“亚细亚”一诞生，就意味着商战硝烟，不可避免。

1990年，郑州人口不到200万，而半径不足200米的二七广场聚集了一大半商业体，五大国有商场群起效仿，由此引爆了一场全国瞩目的“郑州商战”。

亚细亚商场抢先进攻，打起全国商界最早的大规模营销战。

为了应对亚细亚，紫百、郑百、商城、商业、华联五家“国字号”联手“抗敌”，四面楚歌的亚细亚一举动就让50万元大销售，郑州商战全面爆发，这一战，就是7年。

当时，亚细亚要求，同类商品只要发现其他对手价格低，马上调价。而后，紫荆山百货大楼也出奇招，实行同类商品比价退差。紧接着，商业大厦、郑州华联商厦等全部卷入了价格战漩涡。

1992年，中央电视台专门拍摄了以郑州商战为主题的6集电视连续纪录片《商战》，一经播出

顿时引起巨大反响，将这场商战影响推到了全国层面。

作为郑州商界“元老”，郑州华联商厦有限责任公司党委书记、董事长张淑云亲身经历了“商战”。“1992年到1997年这一阶段，可以说是河南本土商业品牌最红火、最具竞争力的5年，也是郑州商业在全国最具影响力的5年。郑州本土商业品牌在全国商业品牌100强里就占了5席。”张淑云说，郑州商战使郑州二七商圈成为中国现代商业文化的发源地之一。

折戟

爆发全面危机，亚细亚迅速走向没落

进入“商战”漩涡的王遂舟和他的“亚细亚”，光荣与梦想并未持续太久。除了与郑州市的大型国有商场“对阵”外，1994年，在省内连锁店遍地开花的情况下，王遂舟带领军团大举进军省外，到北京、广州、天津等大城市布点，这也成为压死骆驼的最后一根稻草。

因为在亚细亚辉煌外表之下，早已危机潜伏。这种四面楚歌的处境，一方面来自地方商业保护主义的处处打压，一方面源自其盲目求大求新的扩张政策。在盲目对外扩张时，亚细亚内部管理越来越混乱。因为快速扩张，人才储备跟不上，资金链条断裂等多种因素，亚细亚的

扩张之路已陷困重重。

在内外交困下，亚细亚渐入发展“泥潭”。1997年，郑州商战的灵魂人物王遂舟抱病出走。是年8月，300多家供货厂家代表围堵亚细亚商场大门，要求清偿货款，这家曾独领商战风骚的商场，爆发全面危机，并迅速走向没落。

评价

堪称中国现代商业发展奠基石

如今的亚细亚，曾经的“明星光环”已经褪去，替代它的是电器卖场，商场内几经装修，也不再是当初的样子。

但不能否认的是，“野太阳”亚细亚对阵中原国营商业大鳄，形成的“郑州商战”，在郑州商业史上写下浓墨重彩的一笔，也已然成为中国商业流通领域变革，乃至整个改革开放中的经典一幕。

知名经济学家宋向清对于亚细亚在中国近代商业发展史上所作的贡献也给予了很高的评价。宋向清认为，亚细亚一系列的创举所带来的全国强烈反响和明星效应在某种程度上推动了中国市场营销的发展，也推动着大型零售商场发展。郑州商战打破了传统计划经济体制藩篱，堪称中国现代商业发展的奠基石。

或许，从某种意义上说，自商战始，郑州的商业才能称之为现代商业，商战不仅影响了我国现代商业的发展历程，更成为我国现代商业发展的里程碑。



当时亚细亚举行升旗仪式



辉煌时期的亚细亚