

# 传统百货行业：“春天”在哪里

如今的上海，早已告别了“想要一趟买齐衣服、鞋子等各种商品就必须跑到南京路、淮海路”的年代了。消费者可以买东西的地方多了，商家之间的竞争也就加剧了。近日有消息称，四川北路上的春天百货歇业装修求转型。业内人士分析，单店百货难以形成规模效应以及电子商务的冲击等因素成了商场歇业的主要原因。传统百货行业挑战当前，如何才能留住自己的“春天”？面对竞争，想要创新的商家们又会使出怎样的招数？

王勇 文



## 传统百货行业面临挑战

近日，有媒体报道，由于长期人气不足，四川北路上的老牌百货商店——春天百货商城日前悄然关闭。随后，又有媒体报道称，从四川北路综合开发办了解到，春天百货只是为了适应四川北路转型发展需要而进行歇业重新装修，届时商场的外立面和内部结构都将进行重新装饰以新面目展现在市民面前。

知情人士透露，商场8月初已经悄然停业，门口贴出告示称：“因内部装修，商场即日起停止营业，特此通告，敬请谅解。”

四川北路综合开发办相关人士表示，此次关闭调整后，未来这里将不再会是传统的百货商场，或将朝进口商品展示中心方向调整。未来，四川北路南段在整体改造后，将升级为进口商品集散地，全面提升这一区域的商业人气。

春天百货于1996年在四川北路开门亮相，由上海烟草集团虹口烟草糖酒有限公司开设，主要经营零售烟、酒、食品、日用百货、服装鞋帽、文化用品等。2002年，商城结合四川北路商业街新一轮改造，对商品结构进行重新定位，提出“魅力春天，时尚女性”的经营思路，引进以女性服饰为主题的品牌商品，吸引了很多女性顾客。然而，近年来，这里的人气逐渐下滑。

业内人士表示，近年来电商发展迅猛，外资资本不断冲击零售市场，郊区商业高速发展，激化了市中心百货业态的竞争，多重压力导致百货企业面临着严峻的考验。

近年来，像春天百货商场这类老牌传统百货商场，因长期人气不足等因素而关闭的并不在少数，就在四川北路一带，第七百货、新凯福商厦等曾经的知名百货商店都先后关门了。

## “销品茂”一站式服务占优势

面对大型购物中心、社区商区以及电子商务市场的“抢生意”，传统百货业面临着巨大的挑战。

逛街购物，是小夏和闺蜜们双休日最爱做的事情，也因此积累了不少购物经。提起“百货商场”4个字，小夏却似乎有点“陌生”。“百货商场我确实很少去的，平时一般都去一站式的‘销品茂’。”小夏说，“百货商场只能去买东西，而‘销品茂’里可以吃饭、看电影等等。”

对于小夏的言内之意，业内人士更是心知肚明。一位业内人士表示，“目前，百货商场的同质化现象较为严重，其中很重要的一点是商品雷同化，比如服装，这家有的品牌，那家也有。相比之下，大型购物中心更有优势。一般来说，大型购物中心会有一家主力店，超市及餐饮、影院等娱乐设施。也就是说，消费者除了可以买到需要的商品外，还能进行餐饮、娱乐等消费。”

按照小夏的说法，“如果要在百货商场买完东西，再到附近的‘销品茂’去吃饭、看电影，那我当然会选择直接去‘销品茂’，一站式搞掂。”

“很多时候，购物消费是冲动消费，比如原先就是为了休息天去外面吃吃逛逛，最后回家的时候，还是买了一堆衣服、鞋子。而‘销品茂’提供的一站式服务就抓住了这些商机。”业内人士如是说。

## 营销不能只打价格战

如何走出困局？“创新”二字在业内人士口中一次又一次被提及。

“对于商家而言，做好营销无疑是非常重要的，而如今的营销也不能只是简单地在商品价格上比折扣。树立商场的形象，用服务打动顾客，这些都需要下功夫。”上海六百的一位相关负责人对笔者说道。

位于徐家汇商圈的“六百”1992年翻新亮相。“在上世纪90年代初，为了提升营业员整体精神面貌，我们就推出了站立式服务，属于上海最早一批推出站立式服务的商场。”进入新世纪，商场又经历了较为集中的楼面更新，从而转型为现代型百货。

在经营定位上，六百坚持走“大众流行”路线。“商品的定位贴近大众，吸引最广大的消费群。当然，我们也在提高引进品牌的层次。”

所谓“有舍有得”。2005年，六百“砍掉”了商场内的家电业务。“对于我们商场来说，原来家电业务一直做得不错，很多顾客都是横穿半个上海来买家电的。”而六百选择了“急流勇退”。六百的工作人员表示，“当时，正逢家电卖场崛起，无论规模还是价格，传统商场都拼不过。”

如今，六百走的是主题化路线。“所谓主题化，就是商场将某一类商品确定为主题。”这位工作人员告诉笔者，“我们商场以服装为主题，围绕这一主题也提供皮包、鞋帽、首饰等各种商品。”

对于“创新”二字，永安百货有着自己的诠释，“面对瓶颈、问题寻求突破，就是一种创新。”永安百货的一位相关负责人表示，传统百货商场面对激烈的市场竞争，首先要找到清晰的定位，“对于我们来说，就是做强优势大类。”

经过多年的规划与调整，永安百货通过不断努力形成了名表、珠宝、化妆品等强势大类。据介绍，永安通过引进欧米茄、劳力士等强势品牌，逐步提升了永安腕表大类的品牌能级，近几年永安多次对腕表大类进行调整，扩大了劳力士、欧米茄的经营面积，使欧米茄永安专柜成为欧米茄上海旗舰店之一。同时将浪琴、帝舵品牌从综合厅中分离，打造独立厅房，与后区腕表综合厅相呼应，形成了永安经典名表购物区域。

## 《广角镜》

## “销品茂”同样需要创新

不是只有传统的百货商场才会遇到同质化问题。“拥有一站式特色的‘销品茂’同样会遇到同质化的问题，想要从市场竞争中胜出，同样需要创新。”一位业内人士说道。

前不久，美罗大厦、美罗城在举办2012商业与文化发展论坛时，也提到了“创新”。此次论坛以美罗城商业创新模式的发布，以文化终端切入，推进商业、品牌、文化的结合，实现品牌能级提升，探索商业企业转型发展的新路子；同时论坛还从宏观层面文化作用于经济大背景的探讨，帮助企业如何更好地应对市场危机与挑战，提出了跨越、跨界方向性的思考。

同时，美罗城发布了与我国台湾著名导演赖声川的合作项目——在美罗城打造“星剧场”，由赖声川领衔的表演工作坊驻场演出。据介绍，“星剧场”占地约2000平方米，计划于明年年初开建，明年10月可正式对外营业。容纳800人左右的剧场，除了有赖声川表演工作坊经典剧目演出外，也将接受海内外优秀演出团体表演，以提升徐家汇商圈的“文化”含金量。

## 《快报》

## 两岸合作推母婴旅游科普期刊

福建海峡出版发行集团与台湾城邦媒体控股集团近日启动期刊合作项目。其中包括母婴类《好孕妈妈》全媒体项目，旅游类《孤独星球》及科普类《知识家》。

据介绍，《好孕妈妈》是一项以纸本为核心，并提供移动互联网、网站、微博等个性化随身服务的全方位媒体项目。而《好孕妈妈》月刊则以“一本解决妈妈怀孕、生产、育儿问题的生活指南”为定位。《孤独星球》以“负责任的旅行，有态度的探索”为杂志的精神，希望成为一个旅行者和旅行者沟通的平台，并将建立一个新的观念，把传统单纯的“目的地旅游”转换成更多的“目的旅行”关注。更重要的是，从关注“旅游”本身，拓展至规划、参与、分享旅游活动的“旅行者”，将一种休闲娱乐的方式——旅游，提升至一种认识世界、重塑自我的生活方式——旅行。《知识家》杂志的内容将会着重在科技、历史和自然这三大领域。王勇

## 好丽友3家工厂获AIB年度食品安全审核优秀评级

日前，从好丽友食品有限公司传出消息，该公司廊坊工厂、上海工厂及广州工厂纷纷获得美国烘焙协会（American Institute of Baking，简称AIB）的2012年度食品安全审核优秀评级。同时，上海工厂还在好丽友集团总部的全球质量管理评比中获得骄人成绩。据了解，“AIB评分”完全依据AIB针对食品安全和环境卫生考评制订的“AIB食品安全统一标准”，对食品生产企业进行考核，其严谨细致的考核体系和评估标准，是当前发达国家较为通行的食品安全与环境卫生的国际标准之一。据好丽友公司北京总部公共事务部负责人张晓艳介绍，这已经是好丽友公司的廊坊工厂及上海工厂连续3年获此殊荣。“基于对于产品品质的高标准要求，好丽友也正在努力通过多种形式，影响并提升行业和消费者对食品安全的正确认知”，张晓艳表示。王勇