



百货篇

百货业的小时代

□记者 曾宇凌

如果用今年上映的一部电影来形容洛阳百货业的发展,那这部电影必须得是《小时代》,主人公就是各大百货商场。

改编自郭敬明的小说并由他执导的电影《小时代》,以经济飞速发展的上海为背景,讲述了4个从小感情深厚、有着不同价值观和人生观的女生,先后经历的友情、爱情乃至亲情的巨大转变。

对洛阳的百货人士来说,他们跟《小时代》里的主人公一样,经历了梦想闪耀的时代,也有过理想被冷却的烦恼。面对购物中心、电商的双重夹击,2013年,洛阳的百货业正在经历洗牌进行时,有人黯然神伤,有人笑傲江湖。

“这是最坏的时代,这也是最好的时代,这是我们的小时代。”这是电影主人公生活的真实写照,也是今年洛阳百货业发展的一个缩影。

1 影片回放:
过山车式的剧情
引人入胜

在洛阳百货版的《小时代》里,影片刚开场的节奏是欢快的。据市社科联、洛阳理工学院经管学院等联合发布的2月份“洛阳商业指数”显示,当月我市各主要商圈人气总体较旺,其中,王府井—新都汇商圈、丹尼斯商圈和中央百货商圈的客流量优势较明显。

经历了3月份短暂的淡季后,在清明小长假和五一等节日消费的带动下,各百货商场人气飙升。“金九银十”是传统商业的旺季,无论是中秋节还是十一黄金周,各百货商场人头攒动。

当多数人都以为洛阳百货版的《小时代》会是一部喜剧时,接二连三的戏剧冲突将这部戏硬生生地变成了虐心片。先是天猫在“双11”当天疯狂吸金350亿元,实体店只有“眼气”的份儿。接着,沃尔玛景华路店未能度过“6年之痒”,黯然离场。作为零售业的同门兄弟,沃尔玛这位零售巨头的离去,让原本就处于“寒冬论”漩涡的洛阳百货业心有余悸。

影片的最后,是中国观众喜闻乐见的大团圆结局:建业凯旋广场开业当天,大商新玛特收获滚滚客流,笑靥如花;在硝烟四起的岁末促销战中,各大百货商场经过激烈厮杀,收获了颇为丰厚的人气 and 财气。

但这部影片仍给观众留下了挥之不去的困扰和思索——面对购物中心和电商的双重夹击,传统百货业的明天在哪里?

2 演员说戏

对于洛阳百货版的《小时代》,电影里的各位主演如何评价?影片背后又有哪些精彩花絮?现在就请他们来给大伙儿说说戏吧。

转型之路 势在必行

俗话说,人无千日好,花无百日红。当消费者不再满足于简单的购物时,百货商场就渐渐失去了昔日的光环,而吃喝玩乐一站式的购物中心成了新宠。于是,传统百货购物中心化就成了大势所趋,体验式消费成了转型大方向。

“随着国内票房市场的不断扩大,电影院不仅可以带来更多人气,也能拉升商场内其他业态的业绩。”中央百货副总经理张亮说,今年年初,位于中央百货七楼的横店影城正式开业,有效提升了商场人气。

说起体验式消费,作为建业凯旋广场主力店的大商新玛特拥有得天独厚的优势。“顾客在大商新玛特购物后,可到建业凯旋广场吃饭、唱歌、看电影。”大商新玛特洛阳总店的总经理罗菊琴说,与购物中心联姻,是百货业发展的必然趋势。

3 麻辣点评

不得不说,与花样频出的电商、购物中心相比,百货商场让人感觉越来越无趣了。

——网友“坐看风云”

受国内经济增速放缓,百货业产能过剩、盈利能力看低、电商冲击、购物中心盛行等因素的影响,今年洛阳百货业的洗牌是在预料之中的。由于上述因素在短期内不会减弱或消失,预计2014年洛阳百货业将迎来更为猛烈的洗牌行情。

百货业做电商,应该采用跟天猫、京东不同的玩法,必须实行错位经营。如果线上线下卖的是同样的商品,无论价格孰高孰低,无

疑都是自相残杀。百货商场可以在网上销售过季、打折的商品,在线下出售新品,并注重体验式消费。如此,便可有效避免左右互搏的尴尬。

对抗电商 接连“触网”

2012年“双11”,天猫的成交额达191亿元;2013年“双11”,这一数字突破了350亿元……面对电商爆炸式的发展,实体店不得不“触网”。目前,我市多家百货公司已拥有自己的网上平台,但运行效果普遍差强人意。

有百货商场负责人坦言,对于“触网”不久的百货公司,在网上经营既没有明显的价格优势,也没能形成自己独立的顾客群,同时要面临电商和百货复合型人才稀缺的

难题。

相较于在电子商务方面的蹒跚学步,我市百货公司对微平台的运用就显得顺手许多。今年年初,洛阳王府井百货的官方微博粉丝超过了3万人。丹尼斯百货、中央百货、大商新玛特洛阳总店每天都在其官方微博、微信上定时发布最新资讯和促销信息,还会定期举行互动活动。

着手布局 积极扩张

在零售利润日益摊薄的今天,扩张成了百货业应对激烈竞争的重要法宝。今年11月底,大商新玛特在建业凯旋广场开设首家店后,已经着手布局另外两家新店,其中位于泉舜购物中心的大商新玛特旗舰店即将开业。

洛阳王府井百货也加快了扩张步伐。眼下,位于达玛格利的王府井百货二店正在紧张筹备中,计划在2014年年底开业,届时将建成地下2层、地上6层的大型综合购物场所。可以预见,一场百货业的厮杀已经离我们不远。

——市经济社会研究中心
首席研究员、河南科技大学
教授席升阳

今年,全国的百货业都在遭受不同程度的“寒流”,洛阳百货业的日子自然也不太好过。但与其哀叹命运多舛,倒不如想想如何自强,销售消费者真正需要的东西,在服务上做到无微不至。

——洛阳师范学院商学院院长、教授刘玉来

