



双流中学被评为“成都最美中学”前三强

由四川报业集团全媒体中心特别推出的“寻找成都最美校园”大型公益报道从5月29日拉开帷幕到6月6日截止,历时9天,每位选民都带着对“最美校园”的推崇,为自己喜爱的学校投上了“最美”一票。通过8天的持续投票,各个学校之间的人气指数不断上升,有品质、有内涵、有口碑的名校更是展示出强劲的人气力量。最终投票排行榜显示,刚刚被评为“21世纪中

国素质教育先进示范学校”的双流中学,以其悠久的办学历史,深厚的文化底蕴,先进的办学理念,鲜明的办学特色,高雅大气的育人环境和辉煌的教育教学成就,在此次活动中显示出强大的感召力,以近三万的高票名列中学组第二名,与成都市实验外国语学校(西区)、成都石室中学携手进入“成都最美中学”前三强。

(本报记者 唐昭平)

“跨界捆绑销售”挑战传统渠道 首次联手快乐购 国美试水家电零售新模式

5月28日凌晨1时,以“冲刺年度最低价”为主要销售内容的5小时电视购物直播在长沙国美和府店落下帷幕。这次直播吸引了湖南地区500万电视观众消费者,中国家电连锁零售巨头国美和媒体零售领军企业快乐购的首次携手,标志着一场具有家电零售行业变革历史意义的“跨界”合作刚刚开始。

据了解,快乐购和国美此次分工合作,卖的任务交给快乐购。快乐购起用了金牌购物专家和资深模特现场助阵,不仅吸引眼球,更加将海量信息、商品演示带给电视观众。国美则接受订单,专人上门送货安装,提供售后保障。这种家电零售的合作模式,从经营到营销,都是一次创新的尝试。

媒体零售与家电连锁零售行业这两大榜样企业的首度联手,充满了试水的意味。

作为一家“空中百货”公司,快乐购的销售渠道主要是电视、



(新华网)

有资金寻企业投资合作

▲上海投资商,寻优质项目投资合作,若有企业近期急需项目融资、借款、抵押的经营者,可来电咨询,欢迎中介积极推荐优质项目(投资成功给付佣金)。

电话:13917566920(林先生) 021-62768828
邮编:200060 邮箱:hfadrs@126.com
地址:上海市西康路1068号B楼28-E

□李妍

“连锁企业如不能提高自营比例,就难以形成规模效应,核心竞争力也无从谈起。大型企业应率先积极探索开发品牌商品,努力转变经营模式。”商务部部长助理房爱卿在5月29日举行的第六届全国零售大会上表示。据业内人士分析,中国百强零售企业中前10位的规模正在迅速扩大,但是由于优质网点资源竞争导致租金上涨,2011年零售企业的开店速度将放缓。要缓解这一矛盾,就必须加快从联营到自营的转变,走自主经营的道路。

万亿零售企业呼之欲出

在中国商业联合会发布的2010年中国零售企业百强榜上,最低的入围门槛已经从2009年的20亿提高到去年

责编:袁志彬 编辑:蒋莉 电话:(028)87348824
版式:张彤 校对:刘晓燕
2011年6月8日 星期三

GUANLIBIANGE

管理变革

战略管理 | Zhanlue Guanli

精品店:苏宁的一场管理零售革命

策划语

借道 SUNING ELITE 精品店这一店面模式,国内大型家电零售商苏宁电器已开始探索未来行业变革方向。去年10月,苏宁在上海的首家精品店——天山路店开业运营。这家店完全由苏宁电器自营,不同于业内盛行了20余年的常规模式,因此备受关注。上海苏宁总经理陶京海5月25日透露,继上海首家精品店运营半年后,今年下半年还将在上海开设4-5家精品店,精品店将采取商品买断的经营模式,探索出国内零售商真正依靠产品销售差价获得利润的赢利之路。

□王亚平 丁昕芳

陶京海向外界解读了精品店的经营谋略。精品店是苏宁不断经营创新的一个缩影,值得注意的是,它不仅承载了苏宁对最先进店面模式的探索,更是苏宁全面推进供应链变革的阵地,包括明码实价、全买断经营、全品类展示、全自营销售、全会员营销等一系列特征,都是对零售商角色和功能的强化,也是供应链变革的有效突破。

经营模式的变化:一反传统

一直以来,国内的家电连锁行业更多扮演的是“平台”的角色——提供一个供应商与消费者对接的平台。这样的角色定位似乎已经取得了很大的成功,但是苏宁却开始思考行业的未来,精品店战略就是未来连锁模式的大胆尝试。谈到精品店模式的独特之处,陶京海解释说,精品店与传统最大的不同在于,全部采取商品买断经营模式,利润空间全部来自于产品销售差价。这一创新着眼于供应链的开放透明,实现专业化分工,减少流通成本,提高厂商各自在市场上的竞争力。可以说,这一转变让家电连锁重新回归了“零售商”的角色,是一场不折不扣的零售革命。家电连锁角色的转变,会带给消费者怎样的不同?陶京海描述说,在品类出样的原则上,精品店将按照品牌、功能、价格、规格分类的全品类展示布局,采取多种物品陈列方式,可以让顾客享受从未有过的体验式购物心情。而且全自营销售模式可以根据消费者的实际需要,一改传统的诱导式销售,让顾客买得放心。会籍管理制度及会员精准营销制度,将以积分



通过“触摸”消费者可以为自己的家搭配家电。

和礼品作为主要的让价手段,价格一步到位,明码实价。精品店内不用配送电子类小件商品,而是采用“超市化”的选购模式,顾客挑选好商品后,直接到收银台扫码付款即可,至少节省30%的购物时间,引领消费者进入电器快速购物时代。

“这样的购物模式必然将是中国家电连锁的未来”,陶京海断言。

前瞻性思考:顺应市场

苏宁打造精品店的动因是什么?陶京海认为这是中国经济发展带来的产物,是消费需求细分的必然结果。中国已经成为全球中产阶级增长最快的国家,居民消费习惯的变化和国内家电连锁的发展态势、城市商圈等原因,综合催生了SUNING ELITE精品店这一新业态。日益上升的白领阶层,是精品店的消费需求基础。预计到2015年,中国奢侈品消费将占全球市场份额的32%。

同时,国内商业地产的快速发展为精品店的开设提供了良好的物业基础。一线城市的商业地产发展日趋成熟,其中大型购物中心销品茂、城市商业综合体、轨道交通建设附属的中小型商铺、高档住宅区附属商业等商业地产资源日益丰富,使苏宁精品店拓展选址具备了良好的物业基础。“上海的购物中心越来越多,人们喜欢在一个大的购物中心就完成吃喝玩乐所有活动,我们的精品店就是为这样的购物中心所设计的!”陶京海说。

在市场消费结构的变化上,中高端产品和进口产品的销售日益提升,为精品店的开设提供了产品基础。精品店模式满足了中高端消费群体的购买需求和厂商对于中高端产品的销售渠道需求。

外界解读:细分趋势明显

以苏宁为代表的中国连锁行业经过多年发展,消费者研究能力、供应链整合能力、经营创新能力不断增强,精细化、集约化发展趋势日渐明显。苏宁Elite精品店开创了中国家电零售行业消费市场细分的先河,具备较强的创新

性和前瞻性,曾被中国连锁经营协会授予零售创新大奖。

但苏宁推精品店的意义还不止如此,陶京海告诉笔者,精品店建设也是苏宁自身连锁发展战略的要求。从1999年成立至今,苏宁电器通过不断的横向扩张和纵向渗透,已经依托标准化的连锁复制基本完成一二级市场的门店布局,覆盖核心商圈、次商圈和社区的旗舰店、中心店、社区店已经完成了对整个城市的地域覆盖。苏宁正逐渐转向以市场细分为目标的精准性连锁发展,进一步拓展消费客群,提高市场占有率。

苏宁的下一步:星火燎原扩大规模

当然,消费者需求的细分是精品店诞生的基础。苏宁借助自主营销实力,能够承担创新运营与服务模式,推动家电零售行业的升级发展。据了解,苏宁电器Elite精品店是苏宁继空调专营、综合电器经营、3C、3C+等店面模式后的创新形式。一二线城市中高端消费者需要精品化、时尚化的家电产品,以及一站式购物体验。

“零售多元化时代已经到来,现在零售企业只有践行多元化战略,才能得到更好的发展。”陶京海表示。

苏宁曾在去年宣布3年内在全国一线城市开设100家精品店,星火可以燎原,当精品店模式对供应链变革的作用通过规模效应显现时,将最终树立厂商合作关系的全新标准。陶京海透露,上海苏宁在下半年将陆续开出4-5家精品店,将精品店战略不断推进。

SUNING elite所倡导的“精英电器生活观”之态度,更让电器购物成为“时尚”的另一种代言。

▲【延伸阅读】

苏宁电器重庆分公司换帅 拟3年内开精品店

产品不是按品牌分区,而是按照尺寸陈列;80%的电器为中高端产品;未来市民购买电器将更方便。5月29日,苏宁电器重庆分公司换“帅”,在“新帅”见面会上,苏宁电器副董事长孙为民表示,3年



苏宁精品手机体验区

业的长远发展十分不利。

在成本上涨的巨大压力下,提高自营比重已经成为零售企业提升利润的必由之路。多家上市零售企业的公告显示,2011年将提高自营业务的比重。王府井百货在公告中表示,今年公司将进一步加强和完善门店分类管理

内有望在重庆开设精品店。

“目前重庆已有市场基础支持苏宁开设精品店。”苏宁电器副董事长孙为民表示,精品店和普通卖场不同的是,其销售的大多是高端产品,产品种类中七成是3C类电子消费品,并且产品是按照尺寸陈列,市民选购更方便,“最快3年内,精品店就有望和重庆市民见面。”孙为民表示。

新上任的苏宁重庆分公司总经理刘峥嵘表示,到今年底,苏宁在重庆的店面总数将达到55家,并且将在重庆新开3家超级旗舰店和2家3C旗舰店。据了解,目前苏宁在重庆的门店有43家,新开的12家店面将继续向重庆“两翼”和川东地区“渗透”。

(薛哲)

▲【新闻触角】

浙江新开的 elite 精品店 更注重体验和服务

“五一”期间浙江首家新业态店面SUNING elite精品店刚刚在万象城开业,该店的落地标志着浙江家电连锁发展已经全面开始进入以市场细分为基础的全新营销阶段。

这家店面面积不大,商品都很潮,年轻人最爱的时尚电子数码产品、手机,都会第一时间上柜,而且能直接玩真机,就算一时囊中羞涩买不起,也可以先玩一把过瘾。

与传统家电卖场不同,这里有丰富的数码配件可以选。店里还新开发了无线POS系统,顾客在VIP专区,通过电子导购系统,不用亲自到柜台前就能完成选购。不用配送的电子类小件商品,顾客可以像在超市买东西一样,挑选好商品后,直接到收银台扫码付款即可,至少可以节省30%的购物时间。这样的新模式自然受到了诸多潮人的关注,elite店开业前办理会员卡,一下子吸引了2000多新会员。

在elite精品店里,每个销售人员都力求成为顾客贴心的朋友和顾问,根据实际需要提供恰当的解决方案。除传统的故障检测和维修等基础服务之外,店里还增加了顾客DIY服务体验,还有照片打印、挂件制作、软件服务、自助下载等增值服务,并定期举办消费者服务沙龙,介绍电器产品使用的小常识、维护保养的技巧。

(邬愉波)

▲【相关链接】

SUNING elite 的由来

Elite,中文词义为“精英、精锐”。SUNING elite,致力于为中国中高端客户群体提供集精选优选的电器商品、定制化的VIP会员服务及精致会员礼遇为核心的站式电器解决方案的电器导购场所。