



# 利群启示录

本报记者 周锦江 韩杰杰



这几天,在潍坊最大的新闻就是利群的突然停业。从5月23日开始,利群停业的原因也在众媒体的“围攻”下变得清晰起来。青岛利群集团暂时离开潍坊,不可回避的是在经营上不那么理想。这一点,利群多位高管也并不讳言。

潍坊,极优越的地理位置,进可攻、退可守,一直以来都是山东版图上商战硝烟味道最浓的地方。青岛、济南、潍坊本土三股商业力量在潍坊这片土地上交锋已久,世界级的商企巨头也不甘落后,纷至沓来,这个百万城区人口的平静小城背后,正在浴血的是一场无形的商业争夺战。现在来看,已经有一些水土不服最终倒下去的,有默默支撑准备厚积薄发的,有站起来立得更稳的……

利群的暂退,是个逗号,对利群,对潍坊整个商超市场也是。

## 近身过招

2004年底,对平静多年的潍坊商界而言,是一个不平静的冬天——青岛利群来了,直插当时潍坊城东最繁华的新华路,与本土大佬佳乐家以东风街为界南北呼应。

利群的出现,在佳乐家、百货大楼、中百大厦、世纪泰华等本地商超盘据的城区显得特立独行。这一次,被业界看作是潍坊本土商企与外来者的首次“近身过招”。在这之前,作为首批外来者的友谊商场已经因为定位、配套设置等方面出现问题,而后易主成为现在的“振华”,这是后话。只有那条“友谊街”还能时不时地让人想起“友谊商场”曾经存在过,也辉煌过。

利群作为山东企业,更了解山东人的消费习惯。再加上利群在进驻潍坊之前已经在青岛站稳了脚跟,并在烟台、威海等城市扩张布局,这是与其它外来者最大的不同。刚到潍坊的利群,马上表现出强大的吸引力和竞争实力。

第一枪打响了。青岛利群建立了自己的供应链,对前期宣传、商品定价等都进行了精心安排。开业当天,利群潍坊购物广场人山人海,负一层超市更是盛况空前,日化用品、海鲜特产等都成了“抢手货”。有报道为证,当时周末两天利群潍坊购物广场的销售额突破了270万元。

在这场战役中,对手只有一个,那就是潍百集团下佳乐家新华店。“当时对利群的印象就是气派,装修时尚,东西也便宜,还有免费的班车可以坐”,市民张静对利群的人驻仍然记忆犹新。当时她特地从潍城区赶过来,只为一睹利群的风范。

两个人的战争总是有些寂寞。

2005年底世界级的沃尔玛同样选择了进驻新华路商圈,而且屹于佳乐家与利群中间。沃尔玛以其全球领先的管理经验模式、利群以其物流、营销强大的价格竞争力,一出手就不一般。免费购物车的出现、价格优惠层出不穷,让潍坊人见识了商超原来可以这样。

2006年8月,银座也来了。无疑给还没有平静下来的潍坊市场又注入了新的变数。至此,省内三大巨头齐聚潍坊。

之后,在2008年和2009年分别有佳世客、乐购、振华进驻潍坊。才平静了一年,2011年,大润发又高调入潍,至此,潍坊的商超格局开始变得越来越清晰,竞争也越来越白热化。

## 不温不火

在许多消费者看来,利群在潍坊的6个多年头,始终以一种保守的姿态在经营。

在利群内干了6年的一位经营者说,利群地段很好,周边小区有很多,但商场自开业后,无论是内部装修还是经营格局,就一直没大变化。以前是个挺时尚的地方,后来越来越不入潮流。

而与此同时,落户潍坊较晚的银座、佳世客、振华,装修理念已经大大超过利群商场。即使是开的较早、扎根较深的本地商场,也是一年几次小装修,几年一次大装修,在对外来商业巨头的围攻下,不断寻求商场升级。

2001年,世纪泰华以高端迅速立足,2009年,意识到泰华广场跟市区同类百货店差距缩小,泰华便将广场的四楼至六楼停业进行了重新大规模装修,并投资1000万元来升级,重新引进品牌,拉开与其他商场的差距。如今,泰华正在

开发白浪河假日广场项目,其中商业面积达12万平方米,计划2011年10月开业。

即使是50多岁的一直走朴素路线的百货大楼,也于2009年投入近千万开始其历史上最大规模的升级改造,完工后营业面积扩大两倍,引进众多中高档品牌,实现蝶变,在装修上、外观上胜过利群。让百货大楼升级的一个重要原因就是周边商业竞争越来越激烈。

本地巨头、外来商家加速升级圈地,竞争压力日益增大,各大卖场都在“发声”寻求市民关注,或是举办大型活动,或是加大营销投入,而利群却一直不温不火。尤其是2009年,其穿梭在市区的有宣传之用的免费购物车也取消了,而停止该项服务的一个主要原因是免费班车的投入过大。

其实,在同行眼中,前几年,利群确实是一个不容忽视的竞争对手,利群搞活动,本地商家也不甘落井下风。

而正是相中了利群的人气,市民刘先生将自己的第一个面食店开在了利群超市内。一开就是6年多。“刚开始买卖确实很好”,他说,开面食店让他赚了钱,后来才有能力在另外超市又拓展了2家面食店。

即使到后来,利群也凭借自己强大的物流链,在蔬菜、水果价格上占有很大优势。2009年5月利群还开了早市,每天早上7点半到8点这个空档内,商场统计的客流量大都在300人左右,人数并不算少。家住圣荣广场的柳真就特别喜欢周二去买菜。“那天是超市固定的回馈日,很多商品价格都非常便宜,有的蔬菜直接是从地头拉到超市的,菜真的是很便宜。”

## 兵逼城下

业内人士分析,潍坊的佳世客是在选址和定位上出现了问题。在商品设计等方面都可圈可点,但是因为毗邻小商品城,超市中的精品店、高端店这样的美好形象被抹杀。为了迎合中低端消费需求,高端店无奈之下只能自降身价,从而失去自身特色。

在奎文区一家商业银行工作的王森先生说,他非常喜欢佳世客的商城风格,但是因为小商品城人流纷杂会影响到购物情绪,因此他在去了几次后逐渐选择去别家。和佳世客相似的乐购超市,在未开业时就广发会员卡,凭会员卡在购买不少商品时可以享受到超大折扣的优惠,免费购物车也为乐购赢得了不少好口碑,但是客流量仍难以与本土企业相抗。

有人分析,中百圣荣店的开业无疑是向青岛利群的一次叫板,规模与档次与路对面的利群相当。圣荣店一开业就因为潍坊人的血缘关系而大火。利群明显占了上风。济南的银座不甘示弱,本来定位是一个高端商场,因为商场规模并不太大,按理来说应该更容易实现高端定位,但前期定位不清晰,东迁之后有所改观,从此顺风顺水、财源滚滚还难下定论。

潍坊众多商城云集,本土企业虽然在目前看似已经占据了绝对优势,但是沃尔玛、乐购、银座、利群等外来企业拥有丰富的管理经验,雄厚的资金实力,以打持久战、消耗战见长。现在看似没有大动作,但是只要有稳定稳长对于本土企业来讲就是一种消耗,不能出现一点点错误,这一点错误也可能成为外来企业

致命一击。现在没有问题,三年五年也没有什么问题,十年八年后就很难说了。进入一个新市场会有预期,为了培育这个市场,可能三年、五年不赚钱,因为家底厚,能耗得起,不断压缩、不断蚕食。这一点本土企业家底薄,拼不起。零售行业早已不是劳动密集型行业,而成为资本密集型行业,谁掌握了资本谁就拥有更多的话语权。

商场之间的竞争首先是定位的竞争,当定位上的竞争行不通时,将转为价格战。就目前市场而言,不可能出现完全不重合的商品或独一无二的服务,那么价格战在所难免。价格战老百姓感觉更直接,哪件商品打折反映得很直接。

商企都是如此,不断壮大自己,这是一个曲线上升的过程,在这个过程中会有人落马,同时也会不断有新鲜血液填充进来。以前做低端市场,后面逐渐转型进入高档市场,那么这个低端市场就会有人来填补。作为一个发展中的企业,曲线上升也是有风险的,如果对于自己的定位和未来发展思路不清晰就可以走向死路。世纪泰华执行副总裁李志亭说,“走到最后,商场的绝对数量可能不会少,但是幕后的操盘手肯定会越来越少”。

经济学专家李慎恒说,随着市场化程度的成熟,潍坊商圈中各种力量各有侧重,平分消费者,市场分层会更加清晰,市场也会随之成熟。市场运行中,任何企业都会面临集中、联合、兼并、破产的过程。在这个过程中,市场是一个一直上升的状态,经过这种竞争,业态会越来越丰富,资源会越来越优化,市民也会获得最大福利。服务业的发展是无止境的,消费者福利的最大化和资源的良性分配,是这种竞争成熟的结果。

# 失眠抑郁特效药

## 国家第一个“神经系统疾病特效用药”上市

现代医学证明:由于长期过度的身心疲劳或受到刺激就会造成各种邪火攻入心脏,形成“心火”,当“心火”由心脏冲入大脑就会使大脑神经受到破坏,引起顽固性失眠、抑郁、神经衰弱等神经系统疾病,所以,想要根治神经系统疾病必须“清心火、修神经”双向同步治疗。中国医学科学院专家根据这一最新理论历时8年依据千年华佗秘方“龙枣十二味汤”为基础,并现代工艺化裁,研制出【入梦青龙枣胶囊】被国家定为第一个“神经系统疾病特效用药”,它直接从病根入手清心火、修神经,起效迅速疗效确切,治疗彻底,愈后不复发,还能有效清除因长期服用西药导致神经中残存的药毒,彻底戒断对于

西药的依赖。  
经北京301医院、西安西京医院、中国神经治疗中心联合临床证实:  
服用当晚:入睡困难、多梦易醒、醒后乏力、头晕头疼、心悸、睡后易醒症状等开始得到缓解。  
服用7天:抑郁、烦躁、多疑、叹息易怒等症状明显改善,心情舒畅。  
服用一周期:失眠症状完全消失,达到自然睡眠,头脑清醒睡眠质量好,精力充沛,精神抑郁等症状完全消除,拥有健康心态。  
适应症:顽固性失眠、抑郁、神经衰弱、神经官能症(更年期综合症、焦虑症、强迫症、恐惧症、自闭症)  
康复热线:8600656  
优惠:买10赠3  
经销地址:天天康大药房(青年路大商厦对面,妇幼保健院东50米路南)免费送货



齐鲁晚报

◎聘潍坊市发行员

要求:身体健康,能吃苦耐劳、爱岗敬业、有责任心。

试用期工资600—1000元  
一经录用待遇优厚

咨询电话:8538717 8961668 15863683300  
地址:潍坊市福寿街与北海路交叉口金诺大厦10楼

Invite  
招聘