⇨ 11 月 28 日,两位女士正在临沂百丽广场欣赏标价 1.2 万元的 GUCCI 女包。

11 月 28 日,以 GUCCI、ARMANI、PRADA、BURBERRY 为代表的国际奢侈品牌进驻临沂,改写了临沂零售业没有奢侈品的历史。

从率先实现整体脱贫,到在全国革命老区中第一个实现 GDP 过千亿元大关,十几年间的跨越式发展让临沂人的腰包鼓了起来,富起来的临沂人也在勇于追求高品质的生活方式。

"临沂消费奢侈品不是炫富,也不是标榜自己,更多的是一种消费习惯。"业内人士称。

临沂人"不差钱",买奢侈品一年花掉几个亿

奢侈品牌临沂"圈钱"

文/片 本报记者 孙贵坤

"海信广场停着 11 辆宝马车,7 辆鲁 Q 开头"

临沂有钱人购买奢侈品"不差钱"。临沂人的奢侈品消费观,在当地知晓率不高,但如果走出临沂、走出山东,甚至走出国门,临沂人都是奢侈品消费圈里比较抢眼的一个群体。

临沂百丽购物广场有限公司总经理曹鲁宁曾到青岛海信广场去考察。"很巧的是,那一天我特意留心数了一下,海信广场一共停放着 11 辆宝马车,其中 7 辆是鲁 Q 开头的。"曹鲁宁说,以鲁 Q 开头的临沂车牌成为青岛海信广场独特的风景。

"据不完全统计,青岛海信广场销售的奢侈品年交易额的 10-15% 是临沂人和日照人消费的,总价值在 3 亿元左右,而临沂人又占了其中近 2/3 的比例。"曹鲁宁告诉记者,从山东的奢侈品消费排名来看,青岛排名第一,临沂第二,济南第三。

这仅仅是青岛一个购物广场透露的统计数据。据业内人士介绍,除了青岛,上海、杭州、深圳、香港等地也是临沂人购买奢侈品的热门城市。"拿杭州来说,杭州大厦 LV 专卖,一天卖出 1000 万的骄人业绩。我跟他们店长交流,咨询山东的消费者哪里来的较多?'山东临沂、山东苍山',店长脱口而出。"曹鲁宁说。

青岛、香港、杭州以及欧洲各国,都有着临沂人购买奢侈品匆忙且又潇洒的背影。业内人士介绍称,临沂人在香港一年要花掉多少钱,尚没有具体的数字统计,但有一点是肯定的,临沂人每年在香港的奢侈品消费额要远超在青岛的消费额。

曹鲁宁从 2009 年就来临沂考察市场,对于临沂人的奢侈品消费的脉搏把握得比较清晰。"通俗地讲,伴随着临沂城市日新月异的发展,确实有一部分人先富起来了,有了一定的经济条件,这是前提;此外,在这一部分先富起来的人群中,又有一部分人具有奢侈品消费观念和意识。"曹鲁宁分析说。

"临沂人消费奢侈品,不是炫富,也不是标榜自己,更多的是一种消费习惯,就好比有的人吃菜喜欢吃辣一点的一样,一个道理。"曹鲁宁举了个例子,他在临沂有个朋友,经常到青岛、香港、欧洲等地购物,每年的消费金额在 200 万元左右,但是他不炫耀,因为这就是他的生活。

消费潜力巨大,奢侈品牌"空降"临沂

奢侈品牌进驻临沂,绝非偶然。当越来越多的临沂有钱人开着好车唱着歌,满天下疯狂追逐奢侈品高端消费时,奢侈品牌对临沂这座城市能不心动吗?

但是,奢侈品进驻临沂也有一个曲折的过程。熟悉奢侈品的人都知道,奢侈品牌一般不在三线城市设点销售。那么,临沂是如何让奢侈品牌乖乖就范的呢?

曹鲁宁是将奢侈品牌引进临沂的核心人物。2009 年,他在临沂做了一年的市场调研,原本他打算在临沂开一家时尚百货店,但很快就改变了初衷。"百丽公司控股旗下的代理商中,临沂的耐克每年销售 3000 万,阿迪达斯每年销售 2000 万元,两个运动品牌一年就能销售 5000 万元,在山东仅次于青岛和济南。"曹鲁宁开始思考:临沂的消费潜力巨大,并且有了很强的品牌消费意识。

曹鲁宁打起了奢侈品的主意,但是发现奢侈品牌在三线城市开直营店太难了。"比如 LV 这样的全球性奢侈品牌,对直营店有着苛刻的要求,临沂的条件尚不具备。"曹鲁宁说。

直营店开不了,只能选择集成店。曹鲁宁为此专门去了一趟意大利。"米兰小镇,奢侈品集成店非常盛行,意大利人穿衣服,不是一个品牌从头穿到脚,而是各个品牌混搭。"曹鲁宁说。

在上海,曹鲁宁接触到了另外一个核心人物胡光荣——意大利奢侈品集成店中国区域的总代理。曹鲁宁一开始讲到要在临沂开奢侈品集成店时,对方是持反对意见的,"沂蒙老区?不能去!奢侈品集成店现在才开始向二线城市发展!奢侈品进老区,简直是开玩笑!"

不过,曹鲁宁坚持陈述了自己的想法和调研报告,而后返回临沂。

回来之后,曹鲁宁打电话给胡光荣,邀请他到临沂看看,曹鲁宁心里清楚,单凭自己一张嘴,是很难说服胡光荣的。

胡光荣来到临沂,一下飞机有些反应不过来,这是老区吗?老区原来可以是这个样子的!"我陪同胡光荣转了转滨河大道,看了看人民广场和万阅城,并详细介绍了临沂商城的发展,他表现出浓厚的兴致。"曹鲁宁说。

后来,胡光荣又带领意大利方和他的团队来过几次,他对曹鲁宁说,"临沂是一座来了不想走、走了还想来的城市。"

经过十多轮的考察和谈判,临沂从若干个竞争对手中脱颖而出。

2015 年 临沂将现 奢侈品直营店

"卖奢侈品更多的是在经营一种理念,顾客可以打电话预留车位,会有接待人员开车门、引导,购物'被服务',在临沂还是没有过的。"曹鲁宁说。

曹鲁宁介绍,奢侈品销售采取的是会员制,与普通商品不同,购买奢侈品增加了许多附加值,譬如每年组织会员举行酒会、户外拓展,或组团旅游。

曹鲁宁认为,临沂的消费环境,对于奢侈品市场能够起到很好的培育和引导作用。集成店需要试运行 2-3 年,每年的销售额不低于 1500 万。如果试运行成功,奢侈品才允许在临沂开设单一品牌的直营店。"也就是说,如果不出意外,2015 年,临沂将出现奢侈品直营店。"曹鲁宁满怀信心。

曹鲁宁透露,还有不少国际一线奢侈品牌也在觊觎临沂市场,在香港工作的 LV 亚洲区域运营商雷总对临沂也表现出很大的兴趣。如果谈判顺利,LV 也有望进驻临沂。

一直定位经营中高档品牌的桃源大世界,对于奢侈品市场也跃跃欲试。"以前有过引进奢侈品品牌的想法,但因硬件条件不达标,未能实现;现在,桃源大世界的扩建改造计划正在进行,等条件具备之后,引进奢侈品,只是一个时间的问题。"桃源大世界业务部经理刘树恩说。

"奢侈品进驻中国能否成功,关键在于抓住一线城市,但是二三线城市也蕴含着巨大的商机,譬如临沂。"胡光荣预测,未来 3 年内,北京、上海等一线城市的高层次消费者将日趋成熟,会逐渐倾向于购买彰显"自我个性"的奢侈品。同时,也将进一步占领二三线城市,临沂之后,他们会将奢侈品集成店开到云南昆明、广西柳州等地。

金鹰家电商场十月优秀团队展播(二)

"进入这个团队,我不再单单代表个人,我必须把大家的力量拧成一把绳,并使这些力量凝聚到为顾客服务这个点上"。金鹰家电旗舰店冰洗部主管张洁如是说。衡量一个企业是否有生命力,是否有发展前景,关键是要看企业是否有团队精神,企业的员工是否有团队意识。金鹰家电商场的发展壮大离不开众多优秀的服务团队,是他们用自己的真诚服务感动着身边的每一位顾客。

怡景丽家店冰洗团队、旗舰店冰洗团队、步行街店小家电团队,他们用自己的实际行动向我们完美诠释了金鹰家电商场的服务理念。同时我们也相信他们将会做的更好。

>>怡景丽家店冰洗部

团队宣言:部门业绩提升很快,得到领导和员工的认可,员工积极向上,团结合作,重视团队利益,团队凝聚力很强,部门员工思想积极向上,积极与其他部门协调合作,服务业绩优秀。

>>旗舰店冰洗部

团队宣言:打造一个优秀团队,需要相互理解,互相扶持,充分发挥团队精神,树立与企业风雨同舟的坚定信念,团结协作,才能到达胜利的彼岸。让我们共同努力,携手前进,愿旗舰店蒸蒸日上,越来越辉煌!

>>步行街店小家电部

团队宣言:领导与员工之间默契配合、员工与员工之间团结一致,金鹰家电商场家庭般的温暖在该部门得到充分体现。

地址:临沂市金雀山路 6 号新闻大厦 广告热线:0539-8966191 发行投诉:0539-8137705 邮政服务监督电话:8101166 8321566 纠错热线:967096 印刷:临沂大众印务公司