

菏泽商业“金三角” (1) 格局初成

新苏天美“试水”菏泽百货业

新苏天美百货低调试营业,成为银座、茂业的“近邻”,“三国大战”悄然拉开帷幕

本报记者 姚楠 董梦婕

菏泽“城区CBD”又添“新丁”

从新苏天美百货一层北门进入,除了化妆品柜台外,一南一北两组电梯之间宽大的中庭让人印象深刻,灯光的映衬下,通透的专柜展示、大理石地面显得金碧辉煌。这家刚刚展示在菏泽人面前的室内购物中心建筑面积35000m²,单层面积8000m²,多数品牌店已装饰一新,整装待客。

新苏天美百货所属的新苏集团是一家商业地产、百货购物中心、酒店投资管理和金融投资为主营产业的集团公司,之前已在苏州成功运营新苏国际购物中心和新苏天地两家大型购物中心,新苏天美百货是其第三家门店,也是进军山东市场的第一站,其所处的中华路与和平路交叉口附近堪称菏泽的“CBD”(中央商务区)。

开业之前,新苏天美喊出了“离时尚很近,与生活不远”的口号,并把自己定位为“时尚生活新坐标”,商场里的很多细节也印证了这一说法。拥有多

家时尚餐饮店成为新苏天美的一大亮点,地下一层近300个停车位、宽大明亮的电梯间、干净整洁的卫生间等细节体现了商场顾及消费者购物体验的用心。

“菏泽现在就缺一个综合性的商业中心,消费者在这里面可以购物、休闲、健身、吃饭,新苏天美综合性的业态正好填补了这个空白,以投资的眼光来看,未来发展应该很不错。”某品牌代理商张先生说,不少商家看看中新苏天美未来的发展潜力,纷纷将投资的眼光转投至此,目前商场内已进驻超过200个品牌。

据了解,除了已开放试营业的商场一期,二期还将有地下超市、大地影院等更多业态面世。

9月29日,没有锣鼓喧天,甚至没有隆重的仪式,新苏天美百货低调试营业。尽管低调的很,但依然挡不住消费者和投资客们关注的眼神,更迎来了众多关于其与菏泽城区其他大型商超,尤其是与“近邻”——银座、茂业间竞争的讨论。

这家有着苏州血统的大型商场能否在菏泽市场上站稳脚跟?能否做到像其宣传标语中说的那样,成为菏泽的“时尚新地标”?能否给菏泽貌似平静的百货市场带来“鲶鱼效应”?几步之遥的三家大型商场能否逐渐形成三足鼎立之势?

一时,各种猜测在坊间盛起。

消费者期待,投资客谨慎

喜欢购物的程女士一直苦于菏泽当地商场货品不全、价格太高,她中意的服装品牌要么在菏泽没有店面,要么就是商场折扣少、价格太贵,为此,她经常与朋友周末拼车去济南、郑州等周边城市购物,“大城市里面商场多,经常有打折促销,加上往返路费都比菏泽便宜。”程女士说。

得知新苏天美开始试营业,她相当期待:“相信新苏天美来到菏泽,能

带来一些新的品牌,另外,真希望它能把菏泽的品牌服装的价格拉下来,推出更多折扣,让消费者获得实实在在的益处。”

与消费者的期待相比,投资客们的表态则更加谨慎。网络上,网友“幸福会来临”一篇询问新苏天美投资前景的帖子引发了众人讨论:“我现在犹豫的,新苏天美能竞争过银座和茂业百货吗?”

一位代理休闲服装品牌的吴先生告诉记者,新苏天美与银座、茂业一样,服装代理都是采取联营的方式,商场从品牌销售额中抽取一定比例的分成,他做服装代理主要考虑两个方面:一是商场人气,二是商场扣点率,“我现在也拿不定主意要不要投资,一般商场人气的培育要一、两年,可万一等商场人气上来了,想进又进不去了。”

为筹备开业 商场提前一年做准备

据了解,为筹备开业,去年6月份,新苏天美成立公司,不久便展开了各岗位人员招聘,目前已有员工600余人。据悉,其核心管理团队来自公司高层,不少人拥有在国内知名连锁百货集团的管理经历,此举无疑显示了新苏集团对鲁西南市场的重视。

新苏天美的准备远不止人力资源方面。在招商上,这座打着“时尚生活新地标”旗号的商场将招商标准定得颇高,只有成熟的一线、二线品牌可以进驻,如颇受年轻女性青睐的时尚品牌Veromoda,高端少女装Eland、ROEM等;而化妆品方面,屈臣氏的加盟让这家商场更有了精品

百货的味道。

一张可以积分,甚至有打折功能的会员卡可以让消费者更具忠诚度,因此会员卡的推广也是商场提前做的功课之一。去年10月份以后,新苏天美就开始面向高档小区及公司推广会员卡,刚开始试营业,商场就拥有了1万2千多位会员。此外,新苏天美还与菏泽市区内20多家餐饮、休闲场所签约成为联盟商家,持会员卡可在联盟商家处消费还可享受折扣,此举吸引了众多消费者。

在营销上,这家菏泽商场新丁更是使出浑身力气。新苏天美将试营业开业的时间定在双节假期之前,据估计,双节期间菏泽主要商业街区人流量是平时的2到3倍以上,刚一营业,商场内的许多品牌就推出5折优惠,消费者购买某些品牌甚至能享受“折上折”。此外,新苏天美还联合农业银行等市内银行推出“刷卡满388元送50元新苏天美消费卡”的活动,联合银行共同营销在菏泽市百货行业尚属首次。

如上都是商家的营销手段,但消费者显然更关心自己能够得到多少实惠,更多折扣,无疑吸引消费者投来更多关注目光。

