

金色蝶变

引领消费增添更多愉悦之情

本报记者专访九龙贵和商贸集团总经理杨楠

本报记者 马辉

作为20年砥砺风雨的九龙贵和商贸集团,创造了一个又一个济宁的商业神话,在引领、繁荣济宁商业发展方面做出了自己的贡献。随着金宇路商圈的渐渐隆起,九龙贵和集团在这里布点的两大商业业态也将同步绽放灿烂。为什么选择布点金宇路?新业态有何独到之处?未来这艘商业航母将驶向何方?近日,记者对九龙贵和商贸集团总经理杨楠进行了专访。

金宇路具备商圈基因
提供更多发展空间,引来更多人气

记者:此次金宇路的升级改造,又恰逢九龙家电旗舰店开门纳客,作为九龙贵和商贸集团,当初为何选择布点金宇路?如何看待金宇路商圈的隆起?

杨楠:九龙贵和集团布点金宇路,绝非是偶然。首先,商业的布点要具有前瞻性,中心城区的北延,让原来是城边路的金宇路变为新老城区之间的中心地带,未来具备条件辐射更多的消费人群,我们先期进入自建,不仅节约了企业的发展成本,还能与商圈隆起的步伐基本一致。其次,基于原商业业态运营的经验教训,我们可以在这块相对宽阔的区域进行重新考量,例如卖场内部的格局设置、停车位的考虑等。

20年来,九龙贵和集团深谙一个道理:要想把一个商业品牌做成百年老店,必须做到专注于所从事的领域,贴合消费者需求,崇尚优质服务为先,引领时尚消费潮流。

可以说,从九龙贵和开始涉足商业的那一天起,就一直在俯身朝着这个目标在前行。在太白楼路商圈尚处在起步期时,2004年,已经逐步发展起来的九龙家电便与鲁能商贸联合组建了贵和购物中心,并与隔街相望的九龙家电卖场成为了太白楼路商圈的重要商业元

素。

然而,作为生活在这座城市的市民来说,虽然太白楼路商圈演绎着什么叫繁华,什么叫时尚,但同时,原有的商业业态超负荷运转,也让我们感受到了交通的拥挤和停车之难,难以满足市民休闲购物的愉悦之感。

对于老城区相对狭小的济宁而言,为了破解这一困境,实施了中心城区扩张的策略,而随着任城区政府的北迁,数十万人口将随之向北部城区集聚,因此,作为缝合老城区和济北新区的金宇路,就首先具备了形成新商圈的可能性。

要想形成一个新商圈,一个人流量尚可的路口,起码要有三个大型商业业态在此聚集。这是从北京金融街商圈、上海徐家汇商圈等发展路径中得到的启示。2009年,九龙贵和布点金宇路商圈,自建高规格的九龙家电旗舰店和贵和购物广场,而对于我们而言,金宇路的这一路口,已经有永旺购物中心和红星美凯龙家居广场布点,加上九龙贵和两个高规格的店面,足以吸引更多的消费者到这里来消费,与太白楼路核心商圈相比,这里所具备的优势,是更大的发展空间和更多的停车位。

九龙家电金宇路打造旗舰店
引领时尚生活愉悦新体验

记者:目前,九龙家电旗舰店已正式开业,作为金宇路核心商圈的重要业态,未来,它将在本土商业家电版块发挥怎样的作用?提供怎样的独道服务?

杨楠:7月27日,九龙家电旗舰店正式在金宇路开门纳客,与位于太白楼路的九龙家电总店相比,这里的营业面积增加了3倍多,旗舰店营业面积达2.3万平方米,单店规模名列全省前茅。

整个卖场地下一层,地上四层,仍以传统家电为中坚,新增卫浴、太阳能、健身器材、灯饰、电动车等十几个新品类。店面面积增加了许多,许多品牌的展厅也更时尚和宽敞了,更便于产品的展示,让老百姓在选购时更直观。

如今,商场的格局走势正在发生着细微的变化,不只是承载着提供商品的功能,将向提供体验式服务转变。可能过去很多人对家电卖场的理解是,家里冰箱、电视、空调等一些大件电器需要添置或更换的,才会移步家电卖场。

但是在国内外的一些大城市,有关引领时尚生活的家居生活体验馆已经开始悄然兴起,而九龙家电旗舰店的定位也是迎

合了这一潮流,其间除了传统的大家电外,像数码相机、笔记本电脑、智能手机、生活创意小家电等,占据了卖场许多的空间,旨在引领更多市民不是在有需求时才走进家电卖场,而是怀着一种休闲放松的心态走进来,去体验、感受科技进步带给我们生活的便捷与愉悦之感。

可以说,与传统卖场模式相比,九龙家电旗舰店最大的亮点就是“体验”。但是定位于高端并不意味着“高价”或“豪华”,该店将更多强调顾客感受和专业服务,为消费者选择个性化家电产品提供帮助。

九龙家电将以金宇路旗舰店为核心,辐射济宁10家门店,拉动销售的整体增长。从一线销售人员到门店管理团队,全部都有着丰富从业经验的销售骨干,对所服务的产品有着很好的把握,不仅了解产品的各种参数,而且对产品的发展趋势也有着专业的远见,可以为消费者提供专业的购物指导,最新的产品咨询、最佳的服务理念,以客观事实引导顾客购买性价比最高的商品,享受最全面、细致的专业家电导购服务。

我们还配备了先进的后台服务系统支持,着重于物流能力



杨楠看好金宇路商圈的未来发展。 本报记者 马辉 摄

的提升和配送、安装、售后等服务团队的专业和高效,从而实现“12县市区免费送货”等更高标准的服务承诺,并建立相应

的监督系统,完善回访机制,积极主动解决售前、售中、售后的全部问题,力求成为济宁消费者最满意的家电卖场。

贵和购物广场剑指高端时尚
满足衣食住行娱等多元化需求

记者:备受市民关注的贵和购物广场也在紧张地施工过程中,目前进度怎样?这一高端商业综合体建成后,将给济宁市民带来怎样的休闲消费体验?

杨楠:贵和购物广场是济宁贵和购物中心的升级版,是贵和高端形象的旗舰店。根据目前的筹备情况,预计开业时间将在2014年上半年。

自2012年起开始建设,贵和购物广场的建设进度始终没有放慢脚步。也许想匆忙开业的话,今年年底前开业也不是一件难事。但是,贵和购物广场的定位是高端时尚,这就要求无论是施工还是招商都必须精益求精,稳扎稳打。其中,上至天花板,下到地板砖,从内部格局到外部立面,都以高标准施工,为的就是呈现一个高端、精致和舒适的商场环境,并且保证引领潮流。

目前,总面积达15.6万平方米的主体建筑已经完工,整个工程正在进行内外部的装修施工,而为了保证其高端、时尚的定位,按照高层次择商的目标,购物广场的招商工作也在全面展开。我们更希望布点贵和购物广场的品牌能够与广场高端时尚的定位能够相符,因此,这是我们现阶段最为重点的一项工作。

贵和购物广场坐拥的是济宁城区新中心,其定位是“真正商业综合体,国际化购物旗舰广场”。它的启动,要从一座国际综合性购物中心的高度眺望世界,预见世界。衣食住行娱等多元化的消费休闲服务,除了关注人们生活的基本需求外,更关注高层次消费需求。而年轻、时尚、品位、高端人士,则是其主要的受众。

广场将集国际酒店、超级影院、高档家具、购物超市于

一体,除了布局升级版的传统贵和百货主力店外,还将打造一个属于年轻时尚群体的大型室内购物环廊,让一个个汇集顶级品牌和时尚元素的消费单元,引领一座城市的激情与休闲。

目前,贵和购物广场的商业业态分布已完成规划,作为“运河之都”的本土商业综合体,我们在设计上以“水”为创意元素,贯穿其中,力图塑造一幅蕴含济宁历史文化特色的“水画卷”。广场整体气势磅礴,蔚为壮观。6-7米的楼层间距,宽敞大度,楼层布局兼具东西方建筑之美,为满足市民游览需求,还将设观光电梯直通顶层。25层高端商务楼,也将为客户提供便捷舒适的客房及办公服务。

现在的人们工作节奏快,生活压力大,会更加注重对餐饮、休闲娱乐等多方面的需求,这是商业综合体的发展趋势,也是建设高端百货和时尚购物中心的初衷。广场除了汇集服装、箱包、名表眼镜、化妆品名品的国内外一线品牌外,还将着重打造时尚的餐饮特区,届时将有诸多洋快餐品牌、各色地域特色餐厅、国内知名餐饮品牌、各色时尚水吧和咖啡厅等集聚这里,注重品位、服务和档次,让消费者置身其中,能够感受到味蕾绽放的愉悦之感,让消费者徜徉其间,感觉如何选择都是一种享受。当然,购物就餐之余,还可以去影院看一场精彩大片,在平淡的生活中进行一场震撼、释放的非凡之旅。

贵和购物广场的诞生,注定成为国内外顶级品牌的集聚地,高端新坐标,现代生活的新导向,必将成为一颗璀璨的商业明珠,极大地提升济宁市的城市品位。

专注行业、深耕细作
引领高端消费潮流

记者:九龙贵和商贸集团目前已涉足家电、百货、超市、房地产等多个行业,随着济宁中心城区的扩展,九龙贵和目前的发展态势如何?下一步的发展重心在何处?

杨楠:九龙家电始创于1993年,经过20年的发展壮大,现已成为集家电、百货、超市、房地产开发等多元化产业为一体的集团公司,现有员工7000余人。2013年上半年,已实现销售收入18亿元,各项指标在济宁商业领域处于领先地位,并保持了强劲的发展势头。

回顾其发展历程,九龙贵和能够迅速膨胀的原因,正是得益于其专注行业、深耕细作、善于管理的企业文化和发展定位。细数起来,九龙贵和的发展经历了几个关键节点:一、联姻贵和,在太白楼路核心位置打造贵和购物中心,10多年的经营中,积淀了诸多品牌优势、管理经验和80万的忠诚会员;二、重组吉客隆,这一举措不仅盘活了国有资产,同时也为九龙贵和在城区商业和县域的商业布点蓝图中,提供了更广阔的发展空间;三、九龙家电向县域进发,完善了其销售、服务网络,目前,已有曲阜、邹城等多个门店,为当地百提供卓越的家电销售服务;四、贵和展开城区及县域布点,在一些居住人群密集的区域,打造多个提供基本生活消费的贵和超市,在县域则打造多个高端、时尚、潮流的贵和购物中心;目前,已在济宁城区、邹城、兖州开设了12家门店;五、布点金宇路新商圈,引领新一轮“体验式”消费方式,助力金宇路商圈加速隆起。

未来,九龙贵和将在稳扎稳打的基调下进行发展,目标是不断满足广大消费、会员不同层次、不同业态的需求。将为客户带来更加专业和精细服务,全面细分消费需求、完善服务体验,从最细微的细节做起,学习先进的经验,保持长效和长期的发展机制,引领济宁的高端时尚消费潮流。