

# 壹佰货艰难“试水”核心商圈

## 开业两年频繁变更品牌与定位, 自营模式屡遭考验



坐落在市区核心商圈的壹佰货商场,经历了两年磕磕绊绊。 本报记者 齐金钊 摄

头条延伸

### 前期的磕磕绊绊是发展的“阵痛”

壹佰货从走进烟台就吸引了大量眼球。一方面,阳光100最初只做地产,在烟台是第一次涉足百货商业;另一方面,壹佰货商场别树一帜,在目前主流商场采用联营模式的大背景下,大胆地在烟台开辟了自营百货的尝试。

业内人士分析,壹佰货现在的商场更多的是在给自己的写字楼和住宅的租赁、销售增加有利砝码,它的自营模式虽然将成本压到了很低,但是商场负责统一进货和销售,库存、人力成本的压力将不可避免地转移到了自己身上,这些都不可避免地阻碍着这一模式的发展。

烟台盛和百货有限公司负责人说,商场采用自营模式是一次探索。在他看来,这种模式能最大限度让利给消费者,也能最好地对商场进行管理。在两年多的经营中,没有盈利空间,壹佰货商场走得磕磕绊绊,却也积累了大量经验。

据了解,壹佰货零售商场的开设,是阳光100集团在商业领域的一个战略拓展,以后自营模式大方向不会改变。“从纵向比较,重新定位后,壹佰货商场正在被更多的烟台市民认知和接纳。因此我们对未来的路依然乐观。”烟台盛和百货有限公司负责人介绍,在公司大的战略规划里,前期经营的惨淡更像是一种无法避免的“阵痛”,他们希望“痛”过之后会迎来新的发展。

本报记者 齐金钊 李娜

### 葡萄酒大赛30强烟台占了五席

本报10月13日讯(记者 张倩倩) 11日至12日,首届中国精品葡萄酒挑战赛在烟台蓬莱拉开帷幕。经过初赛、复赛,12日,中国国产精品葡萄酒30强产生,其中山东产区共5款入围,均来自烟台蓬莱。

11日,由酒媒网联合“法国克洛维斯公司”、“俊邦亚洲有限公司”共同启动的首届中国精品葡萄酒大赛在烟台蓬莱举行。

12日,来自山东产区、河北产区、东北产区、宁夏产区、新疆产区等五大产区的100多款精品葡萄酒参赛,经过初赛、复赛,本次精品葡萄酒大赛的前30强诞生,其中山东产区共5款都来自烟台蓬莱,分别是中粮长城葡萄酒的西拉干红葡萄酒、赤霞珠干红葡萄酒(2006珍藏),国宾酒庄的赤霞珠干红葡萄酒(2009)、马瑟兰干红葡萄酒(2011)和烟台明洋酒庄的葡园大师赤霞珠干红葡萄酒(橡木桶陈酿)。

据了解,前30强精品葡萄酒将于11月4日在香港参加最后的终极评比,角逐“中国年度10佳精品葡萄酒大奖”。

### 前三季度进出口同比微增0.8%

本报10月13日讯(记者 孙芳芳 通讯员 唐启庆) 烟台市前三季度进出口数据出炉。据烟台海关统计,2013年前三季度烟台市进出口总值322.4亿美元,同比增长0.8%。其中,出口182亿美元,同比下降1.8%;进口140.4亿美元,同比增长4.5%。

### 开业两年内频频“变身”

便捷的交通、庞大的人流、高端的物业、丰厚的财力,从选址定位到自身实力,壹佰货这个新兴的百货零售品牌怎么看都像同行中含着金钥匙出生的“富二代”。然而在海港路繁华商圈之上,壹佰货并没有像很多人预测的那样一帆风顺,而是在短短两年之中多次调整自己的经营思路,以期早日摆脱惨淡的经营现状。

“以前卖珠宝首饰的柜台哪里去了?”12日,市民卢女士来到壹佰货商场,顿时“迷路了”。因为与半年前的商场格局比起来,如今的壹佰货的货架仿佛来了一次“大挪移”,以前的产品专柜纷纷不见了踪影。与卢女士的诧异比起来,很多经常光顾这里的市民更是用“一天一小变,三天一大变”来描述壹佰货商场自开业以来的频繁“变身”。

2011年7月,壹佰货商场在烟台开业。锣鼓喧天地开业后,商场的人气却没有预想中理想。平时没有人气,周末依然难现消费小高峰。在低端有南大

街购物中心、中端有百盛、高端有振华的商圈格局里,定位中端偏上的壹佰货地位略显尴尬。

经过两年的市场洗礼,与开业之初比起来,再走进壹佰货商场的市民发现:一楼的化妆品专柜已经消失不见,金银珠宝的柜台也只剩下了两家,替代化妆品和珠宝首饰的是男鞋女鞋和包包等,负一楼原有的健身器材和文具用品不见了,一些店面挂着“吉房出租”的字样……这些迹象显示,壹佰货正经历着一场艰难的变革与抉择。

### 欲靠平民化路线打破商圈“魔咒”

地处核心商圈,却没有享受到核心商圈带来的繁华,这是开业两年间一直悬在壹佰货头顶的一个“魔咒”。为了打破这个“魔咒”,壹佰货寄希望于一招“变”字诀,品牌与定位多次变更,在反复的尝试中寻找属于自己的风格。

“现在的壹佰货里似乎找不到很多大品牌了,价位比以前便宜了很多,很多朋友都从这里淘到了不错的东西。”市民

周女士说,由于家住得离壹佰货较近,她时常到这边转转,最近半年时间里,她发现这里发生了很大的变化。在很多商场拼大牌、拼档次的时候,壹佰货似乎有意避开了“高端大气”,一门心思走起了平民化路线。

如果现在再细致地看这里的服装品牌,消费者会发现,除了阿迪达斯等大家认知度高的运动品牌,壹佰货商场内的品牌专柜都不见了,取而代之的是“1号站”“牛仔街”等去品牌化的符号。“之前来这里逛街买衣服有乐町、维斯凯,现在都没有了。维斯凯的logo还在,但是里面卖的已经不是这个品牌的衣服了。”有消费者感慨,这里已是不需要大品牌的不地方了。

“抓住年轻消费群体,走平民路线是我们两年来重新琢磨出来的一条新路。”运营管理壹佰货商场的烟台盛和百货有限公司一位负责人说,过去的两年对于新生的壹佰货来说,更多的是在积累经验,现在的商场已经经历了重新装修、重新换品牌、重新找定位几个阶段,未来将会朝着平民化、年轻化的目标群体努力。“20-30岁、月薪2000-5000元的年轻人,这才是我们的目标群体。”



关注商圈

本报记者 齐金钊 李娜

两年前的夏天,在商铺林立、人流如潮的海港路上,又一座大型百货商场开鼓鸣锣,向烟台核心商圈宣布了自己的诞生。壹佰货,这是阳光100置业集团将商业触手伸向百货零售业后打造的第一个品牌。对于阳光100这样一个以开发国际公寓为主业的地产商来说,选择在烟台这样一座购物中心才刚刚兴起的城市来“试水”自营百货零售业,这既是机遇也是挑战。

# “真没想到,一下就印好裁好了”

## “读者服务月”邀读者参观印刷厂,目睹报纸“诞生”读者难掩兴奋

本报10月13日讯(记者 蒋大伟) 《齐鲁晚报·今日烟台》创刊6周年之际,本报启动了“读者服务月”系列活动。11日晚,本报邀请30多名读者参观了本报印刷厂。参观过程中,读者们好奇又专心地体验着每一个印刷环节,脸上露出的笑容难掩内心的兴奋与激动。

11日晚上11点,参观印刷厂的本报读者在工作人员的统一组织下进入到印刷厂。进入印刷厂区,读者们迫不及待地进入车间。

“这么高的印刷机器啊,比我想象中要震撼很多。”读者李先生说。“我很好奇我们每天看的报纸是怎么出来的,我可是咱们报纸的忠实粉丝。每天早上我都要在家等着当天的报纸送来,否则就像没吃早饭一样少了点啥。”来自西盛街的读者巴先生

正在翘首以盼印刷机器开印。

印刷机开动了。随着机器的“隆隆”响声,“试机报”缓缓出来,读者们兴奋地向前一睹第二天有啥新闻。“大家不要着急,这是开印前的‘试机报’,工作人员会根据‘试机报’来调整报纸的色彩等。”现场讲解员向读者们介绍。

随后,机器加快了运转频率,第一批报纸诞生了。大家纷纷抢看第二天的报纸。

参观过程中,读者们的脸上一直挂着笑容,难掩初次见到报纸印刷过程时内心的兴奋与激动。报纸印刷的每一个环节,读者们都既好奇又不失专心地体验着,讨论着、咨询着。“一直都很好奇报纸的印刷,真没想到五颜六色的报纸,一次性就印好而且剪裁好了。”家住凤凰台的读者车女士显得很激动。



印刷厂工作人员向读者介绍报纸的印刷流程。 本报记者 韩逸 摄