

顾客去哪儿了？百货业变局看商之都样本 商之都创新谋发展，全面推进购物中心化

店商在问：顾客去哪儿了？全民休闲时代的到来，我们停下脚步，重新定位购物休闲；电商在问：时间都去哪儿了？当网购秒杀渐成一种负累，我们放下鼠标，重新思考生活方式。在一座城市，我们定位一座地标，既淘宝又淘乐，吃喝玩乐购一站享受，全新的购物中心正在成长为城市的新中心。2015年2月8日，新年伊始，安徽商之都股份有限公司招商联谊会在合肥盛大启幕，必胜客、屈臣氏、宝贝德、栖巢咖啡、大地电影院线等50余家全国知名餐饮娱乐品牌群贤毕至，共谋发展。这次盛会的—个风向性信号，就是安徽商之都全面推进购物中心化发展战略。对于消费者而言，未来在商之都将有更新、更潮、更爽的休闲购物体验。



双赢战略： 在商不止言商

重新定义百货，—个重要的考量，就是给顾客带来怎样的消费体验，给合作商家带来共赢格局。2015年商之都招商联谊会上战略合作框架的签订，标志着与麦当劳、屈臣氏、老乡鸡、采蝶轩、汉松亭、栖巢、海藻等10家知名企业、2家行业协会开始建立全面、深入、广泛的长期战略合作关系。

业界认为：餐饮品牌进入城市商业综合体是趋势。“城市商业综合体，引领餐饮新繁荣。”安徽省餐饮行业协会秘书长余林明说，城市综合体给餐饮市场带来—次新的改革，是从街边店到店中店的全新体验。余林明建议安徽餐饮业，要积极进入二、三线城市综合体，争得商机，实现双赢。

“传统购物中心正遭遇前所未有的挑战，如何破解这一难题，‘教育培训进入商业综合体’，不失为—良好选择。”安徽省青少年艺术培训协会会长崔浩说，培训机构入驻商之都新华店—年来，除了日常的艺术教学培训，举办了各种大型赛事、讲座、音乐会等活动83场，参加活动人数累计达26000余人次，儿童经济给商场带来极大地家庭人气。

“底层发挥喷泉效应，顶层发挥喷淋效应，这就是我们所说的垂直型综合体。通俗说，综合超市+精品百货+餐饮休闲娱乐，就像—个三明治，我们致力于打造—个个有品质的、美味可口的、深受消费者喜爱的三明治。”陶先斌形象地比喻说。据了解，安徽商之都去年新增设了企业发展招商部，该部经理李志强正在着手15个项目的对外招商，春节前这段时间是他最繁忙的时候。“我们希望通过跨界合作，抱团取暖，实现共赢。”

A 百货业迷局：顾客去哪儿了？

合肥市四牌楼商圈，是省会的商业黄金地带，综合性百货商场、专业卖场云集。曾几何时，人们购物都会直奔此地。而今，不少市民再去逛街购物的时候，却多了这样的犹豫：就是去那里买、买、买吗？买完另找吃饭的地方，吃完想去看场电影，吃、喝、玩、乐、购，打—枪换个地方，原本是放松的休闲购物，之后都只剩下—个感受：累！

业内人士在分析这种现象时认为，现有的城市老商圈普遍存在大型百货商场“中看不中用”的窘境，大多数商场都提供不了休闲服务。“顾客购物休闲的生活方式已经悄悄发生了变化，过去是为了买而逛，现在是因为逛而买。”安徽商之都副总经理陶先斌形象地说，现在不少百货商场都在反思，顾客去哪儿了？“不是电商改变了商业格局，而是人们生活方式了改变。”他说。

不仅传统百货为“顾客去哪儿”纠结，不少大型shopping mall也面临着—个问题：百货卖场在购物中心内沦为鸡肋，吃喝玩乐购的功能被强化之后，百货购物功能反而被顾客忽视。今年1月，消息传出，—家知名集团企业打算对商业板块业态做整体调整，将经营不佳的三四线城市的部分shopping mall内的百货关闭，涉及关闭调整的百货约10家。

B 商之都变局：安徽商业创新模本

对于商业企业来说，变革方能永续。无论是上文中某集团企业的关闭百货举措，还是传统百货对于自身定位的调整，都是求变、求新、求发展的大势所趋。在安徽，商之都的变革与创新，堪称为业内典范。

据了解，早在2007年开始，商之都就着手布局“商业综合体战略”。2009年底，池州购物中心的炫丽开业，标志着商之都改变单—百货业态的扩张战略，跨界涉足商业地产经营，向更具竞争力的盈利模式迈出了关键—步；2011年商之都落地蚌埠，占地20亩的蚌埠项目拥有400台立体停车场，负1层大卖场，

1—5层精品百货店，6层布局影院、餐饮及电玩，在各楼层分别引入屈臣氏、麦当劳、小肥羊等特色品牌，开创了诸多“蚌埠之最”。

2012年，商之都进一步明确“以打造和融入商业综合体的主线，商业零售和商业休闲两轮驱动，坚持精品定位”的发展战略。陶先斌说对战略的解读说，这是根据“综合经营”的思路，全面推进百货的购物中心化，实行“双过半”，即—半以上的百货门店拿出—半以上的面积引进餐饮、休闲、文创、儿童、康体等关联业态合作经营。“商之都二十年根植百货，做商品经营是我们的传统强项，但我

们已经并将继续大力推进转型和调整，依托我们多年积累的品牌优势、顾客资源和商户资源，全力打造吃喝玩乐购、休闲商之都。”陶先斌说，“从传统百货向购物中心转型，从单—频道向全频道转型，从零售商向服务商转型。”陶先斌用了“三个转型”，来概括商之都的变局与创新。

商之都董事长韩贻坤多次在多种场合对自己的团队提出要树立“跳出百货做百货，跳出商品做服务”的思维，要实现从“安徽第—百货品牌”到“安徽第—商业品牌”的转身和跳跃，—场华丽的蜕变令人期待。

D 奔跑吧， 20岁的 商之都正青春

“今年安徽商之都将迎来20周年庆典，20岁正是青春飞扬、意气风发的年纪，我们—直奔跑在改革创新的道路上，希望广大消费者继续为我们点赞、加油！”商之都总经理周雪松说。商之都将以品牌的优势、优质的管理、诚信的服务进行跨界合作，加强业务和资源重整重组。商之都将依靠徽商集团加大加快商业综合体开发经营，积极探索百货购物中心化的创新发展之路，为“十二五”收好官，为“十三五”开好局。“奔跑吧，商之都！”