

终端零售：深圳“太阳百货”的制胜之道 PDF转换可能丢失
图片或格式，建议阅读原文

https://www.100test.com/kao_ti2020/37/2021_2022__E7_BB_88_E7_AB_AF_E9_9B_B6_E5_c31_37080.htm 深圳东门商业区总商业面积达35万平方米，有20多家大型商场和数百家商铺，日均人流量平均40万~60万人次，日销售额最高可达57亿元。在这个万商云集之地，成立刚满5年的太阳百货在如林强手中左冲右突，闯出一片自己的天空，成为东门商圈中的佼佼者。近日，太阳百货总经理刘太俊全面诠释太阳百货的制胜法宝。

调谐百货业定位 长期以来，百货业在我国商业零售业中一枝独秀，二者之间一度几乎可以划上等号。销售商品理所当然地成为传统百货业的首要甚至是唯一的功能，而“品种齐全”、“薄利多销”几成百货企业普遍奉行的不变法则。刘太俊说，如今，与拥有极其丰富的商品品种以及“天天低价”的仓储式超市相比，百货业的“品种齐全”、“薄利多销”已毫无优势可言。经过充分的市场调研，太阳百货将商场定位于时尚百货，经营中奉行“高档享受，中低档价格”、坚持大众消费的经营路线，让更多的人体验到时尚的色彩，享受到实实在在的精致生活。

编织新生活画卷 如果说超市展示的仅仅是商品本身的话，百货公司所展示的则不只是商品本身，而是由各种时尚产品编织而成的新生活画卷，是一种现代生活方式的物质体现。刘太俊说，如果你要了解一个城市的生活状况，最简便的方法就是去看看这个城市最大、最好的百货公司。如今，入驻太阳百货的时尚品牌已达400多个。角色决定未来，准确的定位使太阳百货取得了巨大的成功：5年来，太阳百货营业额平均每年递增50%。未来“两

条腿走路”。刘太俊认为，太阳百货秉承“树立企业品牌形象，做中西结合的购物中心”的宗旨，在短短5年时间里就已将中西合璧的购物中心概念充分演绎，得到市场的认可，业绩也不断翻番，为其进一步发展打下了坚实的基础。在未来的发展中，太阳百货将坚持“先做强做精，再做大做广”的经营思想，以5万平方米以上的购物中心为主导，2万平方米左右的社区中心百货为辅助，“两条腿走路”进行扩张。锻造核心竞争力企业之间的竞争实质上是满足顾客需求的能力的竞争。刘太俊说，太阳百货的核心竞争力最主要体现在其企业文化上。太阳百货以共同的企业价值观和企业精神为核心，内部形成了一种强大的凝聚力和向心力，员工自觉进行强有力的自我约束和自我激励。一套能上能下、能出能进的动态管理机制，保证了每个员工能将自己的能力发挥至极致。5年的发展中，如果说太阳百货有什么制胜法宝，刘太俊认为有三点：决策正确、人和为本、地利占优。另外，富于创意的多样化经营、处处为顾客着想的服务原则，也是太阳百货成功的重要因素。苦练内功迎挑战 再过一个月，中国零售业向外资全面开放，行业竞争走向国际化，深圳的百货业除了要面对国内企业的竞争以外，还要面对国外企业的竞争。刘太俊认为，能否获得持续性发展完全取决于企业自身的素质。“打铁还需自身硬”，在其他商家都在圈地扩张的时候，太阳百货在“苦苦修炼”，坚持“先做强做精，再做大做广”，争取一家店的盈利能力超过急于扩张的十家店的盈利能力。说到未来，刘太俊很沉静，一派儒商气度：太阳百货将抓住机会实现经营规模的扩张，以2至3年开一家5万平方米以上的购物中心、1至2年开一家区域百货主力店的发展速

度，稳步达到5年内年营业额超30亿元的战略目标。 100Test
下载频道开通，各类考试题目直接下载。详细请访问
www.100test.com