

2009年,我们迎来了新中国60周年华诞,炎黄子孙,欢欣鼓舞;海内外,一片欢腾。2009年,对商人而言,也是极其不平凡的一年;这一年,人民商场喜迎建场25周年;这一年,人商实现了与武商集团的并购,企业重组取得实质性突破,企业发展迈上新台阶;这一年,人民商场战胜了国际金融危机的不利影响,夺取了市场竞争的新胜利,商场实现销售收入8.25亿元,同比增长14.7%;全年上缴税金2653万元,同比增长19.5%。销售收入、实现利润、上缴税金三项主要经济指标再获新突破,再创新纪录。

乘风破浪 扬帆远航

2009,武商集团十堰人民商场不平凡

■记者宋梦

1月26日晚,大本营演艺广场大厅灯火辉煌,欢歌笑语,处处洋溢着喜庆热闹的气氛——武商集团十堰人民商场2009年度总结表彰大会暨2010年春节联欢晚会在这里隆重举行。十堰人民商场总经理贾国启携千余名员工欢聚一堂,共庆新春,在一片祥和气氛中,商场领导回顾了2009年全商场的工作情况,并表彰了一批在工作中有突出表现的先进集体和个人。

大手笔创新体制 新人商呼之欲出

武商集团是湖北省最大的综合性商业零售企业之一,是全国闻名的十大商场之一,是全国最早上市的商业企业。人民商场于1984年9月25日开业,是鄂西北地区面积最大、信誉最好、实力最强的综合零售企业之一。2009年8月,由市政府协调,商场与武商集团正式展开合作洽谈,经过多次磋商,商场以整体股权转让的方式正式加入武商集团,企业重组取得了突破性进展。与武商集团的合并,是商场发展的客观要求,是市场经济发展的必然结果。对于商场来说,不仅能赢得新的发展机遇,十堰市最大的购物中心建成指日可待,新人商呼之欲出,而且企业、员工、股东的利益得到了有效保护,真正实现了多赢的结果。毫不夸张地讲,实现与武商集团的合并,是十堰人民商场发展史上最为关键的扶

撑,也是商场发展史上最为明智的决策。

十堰作为区域性中心城市,现有的商业规模不太匹配,武商注入巨资与人商合作,将提升我市商业的档次,极大促进区域性中心城市形象。而这种强强联合,不管对我国的商业经济发展,还是对市民们的日常消费来说,都有巨大的促进作用。首先,十堰将在最短的时间内崛起大型购物中心。该购物中心面积大、功能齐,为省内二线城市之最;其次,武商是大型集团公司,手中掌握的品牌资源非常多,能够引进许多过去难以引进的国际知名品牌,让十堰市民充分享受到应有尽有的购物快感;再次,能够实现商品的供应价格上“叫板”厂家,并将这种优势体现在商品售价上,为市民造福。

另一方面,为最大限度地发挥企业售后服务资源的优势,商场于2009年3月改革物流中心,维修中心的运行体制,将物流中心、维修中心两个商场服务机构转变为向社会提供服务的企业法人,将其变更为商场的特约服务商。两家公司的成立,不仅建立了商场货币化的服务结算体系,而且充分发挥了商场的服务资源优势。运行体制改革后,两个公司不仅为商场正常经营提供了售后保障服务,物流公司还承担了其它企业的配送任务,维修中心被海尔等企业重新认定为特约服务商。

营销活动亮点纷呈 抢抓商机业绩骄人

企业战略目标能否顺利实现,取决于经

营的成功。经营工作是推进企业发展的原动力。一年来,商场根据企业发展战略的需要,围绕年度经营目标,进一步理顺体制,强化经营,并通过一系列立体化、组合式的强势营销,在扩大市场份额的同时,提升了企业的市场号召力和影响力。

放大商机,抢占市场。首先是放大热点假期销售。节日销售占有至关重要的地位,节日营销已成商家必争。一年来,商场各部门在如何做足、做大节日销售方面动了许多心思。一是按照全年假日安排,通过超前的景观启动和广告宣传,制造节日气氛,吸引和锁定消费者眼球,提前预热市场,潜移默化地拉动节日销售。其次是放大热点商品销售。各经营部门根据不同时期的消费特点和消费热点,创造主题鲜明的商品节,如空调节、平板电视节、冰洗节、小家电节、数码文化节、化妆节、衬衣节、运动服饰节等各类活动,抢占和扩大热点商品销售,全年节假日销售4.1亿元,占全年销售比例的54%。

制造商机,撬动市场。市场犹如大海,有潮起又有潮落,在潮起时推波助澜,在潮落时积极造势。首先是巧借品牌影响力激活市场。在销售平静期,百货服装部门积极动员中高档、颇具影响力的品牌厂家,推出季节性品类羽绒服、羊绒羊毛衫、保暖内衣反季销售,有力地撬动了市场。其次巧借契机激活市场。每年春节后,销售进入一个相对较长的平静期,百货服装部门以品牌大型特卖会、大型特卖

组合,释放营销活动吸引力。无节造节,有节育市,以积极有效的经营措施,达到“淡季不淡”的经营目的。

挖掘商机,引航市场。一年来,商场各部门就如何挖掘商机探索、总结了一些成功的经验和技巧。其中品牌培育就是一个零售企业成功、成熟的标志。2009年商场提出要进一步优化品牌结构,引进国际国内知名品牌,提高抗击金融危机的经营能力。加大了品牌培育工作。百货服装部门根据错位经营的要求,把扶持重点品牌、留住知名品牌作为部门经理的重要任务,对重点培育品牌、成熟品牌、淘汰品牌分类操作。家电部门按照不同类别,有针对性地保护、巩固一线品牌,发展二线品牌,特别是以一线品牌为主,加大开发力度,形成了一线品牌系列化、二线品牌集约化的经营格局。同时,结合家电下乡活动,同全国家电连锁企业展开竞争,战绩卓著。目前商场150多个品牌销售均过百万元,销售额达5.5亿元,占商场销售总额的71%。

超值服务魅力无限 诚信无价顾客盈门

服务是现代企业除商品外的另一种产品,是企业提高市场竞争力的有力武器。一年来,商场通过持续改进“无风险购物”承诺服务,相继推行“一站式”退换货服务和“超值服务”工程,以质量目标为指导,完善服务细节,提升商场服务品质,促进企业发展。

一年来,商场采取多种措施,保证质量

目标的实现,共受理顾客表扬106人次,服务规范执行合格率达到98.8%,整体顾客满意度达98.9%。同时,商场狠抓商品质量目标,以食品安全为重点,进一步强化全员质量意识,开展质量法规知识培训,通过各种途径广泛收集并及时反馈各类商品质量监管信息,不断提高公司的商品质量、计量管理水平。

2009年全年,商场共接待顾客各类售后问题咨询6900余人次,为顾客处理非正常商品退换货3000例,金额近30万元;支出商品退换货基金213笔,金额近5万元。正是多年如一日的诚信经营和完善的售后服务措施,为商场赢得了极高的社会信誉,赢得了广大消费者的忠诚与信赖,为推动企业今后的进一步发展壮大奠定了坚实的基础。

强化管理提升形象 发扬光大人商文化

如果说经营创新是增加效益的“源泉”,那么管理创新就是增加效益的“蓄水池”。一年来,商场通过现代化管理手段和创新工作举措,不断地细化、深化和优化管理。

过去的一年,商场十分注重企业文化建设。一是大力倡导企业核心价值观,通过救灾捐款、扶贫帮建、企业宣传、激励机制、核心团队建设等各个方面,广为传播了“奉献真诚,创造完美”的企业理念,广为传播了公平、奉献与和谐的企业价值观和科学发展观,使社会各界对商场的社会责任感、公平正义感、人文道德感产生了新认识,提高了企业形象;二是积极开展文化体育活动,举办“迎接新中国成立60周年及建场25周年”职工大合唱,举办重要纪念日和“奋进的人商”大型迎春文艺演出,在“3·15”宣传日、市政府各部门及社会团体组织的重大活动中上演了精彩的文艺演出,在全市舞蹈大赛中荣获一等奖,展现了企业员工风采。三是关心困难员工,救助弱势群体,开展女职工健康检查,设立员工互助基金,向困难员工及亲属提供帮助,向慈善机构开展“一日捐”,被授予全市慈善明星企业,受到各界赞扬,取得了良好的社会效果。

过去的一年,是商场创造辉煌的一年,也是实现重要转折的一年。新的一年,是商场加入武商集团的第一年,武商集团十堰人民商场将站在新的历史起点,踏上新征程,确立新目标,开创新局面!



2009年总结表彰大会颁奖现场



迎春文艺晚会表演现场



武商集团十堰人民商场总经理贾国启作总结发言

A large advertisement for a 'VIP Store New Year Thanking Event' (VIP专柜新年答谢会). The ad features a grid of various brands and their discounts, including Oubai (欧珀莱), Veromoda (VERO MODA ONLY), and others. It also includes a cartoon tiger mascot and promotional text like 'All brands, unprecedented strength, surpassing Christmas' (所有品牌 力度空前 超越圣诞). The event is scheduled for January 29th at 3:30 PM.