

“以高质量发展为第一要务,追求匠心传承的品质不变,十堰武商MALL怀揣“以服务为中心”的民生情怀,不断擦亮“放心消费”金字招牌。

今年以来,十堰武商MALL更是提升品牌信心、加快调整升级、提升经营质效,不断提高运营水平,着力巩固区域龙头地位和标杆作用。

■文、图/记者 吴忠斌



约惠春天嗨购全城。

十堰武商MALL

匠心传承 缔造消费标杆

聚焦主业 固本强基

3月3日晚,2023全国消费促进月湖北启动仪式暨“惠聚车城乐享生活”消费促进活动第二季·“约惠春天嗨购全城”服装美妆暨家电家具时尚生活节在十堰武商MALL前广场启动。在启动仪式现场,十堰武商MALL举行春夏时装周发布会,比音勒芬、马克华菲、写生等20余家知名品牌发布了春季新品服饰,由专业模特在T台上服装走秀,吸引无数人驻足观看并拍照。这只是十堰武商MALL聚焦主业、固本强基的举措之一。

年年逛人商,年年有新收获。赋予时尚以文化新内涵的实力品牌周大福传承、享誉全球的护肤品牌科颜氏、韩国潮流运动生活流行品牌MLB、闻名世界的法式风格气质品格男装品牌萨巴蒂尼……十堰武商MALL深耕主业,汇聚实力品牌,引领品质生活。

面对市场消费行情疲软、顾客购买意愿不足、供应商控制成本支出的环境,十堰武商MALL强化优势品类,深耕经营主业,以利润为先导,夯实经营基础,以稳求进,将经营工作做深、做宽。今年以来,购物中心加强重点品牌打造,整合厂商资源,推进优质店铺级别晋级制,以集团化品牌、重点品牌、千万级品牌的协同作战为主线,拟定年度“15+30+60”品牌打造计划,累计参与品牌120个,年打造目标9.07亿元。

面对新的消费需求变化,十堰武商MALL迎难而上,积极变革,以新的社区经营模式提升客流,扩销增利,大客户方面多品类、重质效,努力提升转化率;品牌经营上提质增效,注重自营系列的品牌结构完善。

武商家电坚持打好主动仗,经营上继续围绕“两降一提升”的工作思路,持续走出去开展保存量、挖增量活动。以营收、利润、服务提升为着力点,全面加强经营管理,增强应对市场变化的能力,确保各项经营目标达成。

品牌引领 转型升级

新品牌引领新潮流,新潮流推动新升级。十堰武商MALL围绕集团“十四五”发展规划,构建“一主引领,全域协同”战略布局,以消费需求为导向,制定品牌计划,优化品牌结构,以品牌引领保持领先之姿。

上半年,十堰武商MALL坚持以市场需求为导向,通过局部提档升级,点对点调整,不断优化卖场布局,全场品牌数达到353个,供应商数达到276家,同时清退品牌13个,引进品牌10个,提档升级品牌70个,共调整面积3514平方米。

十堰武商MALL批量引进风格迥异但又备受当下年轻人关注的品牌可可尼、欧海一生、伊芙丽、小麦檬、MIXMAX、莲朵薇、戈苑等,开业以来,销售业绩同比原柜位均保持上升趋势。4月份完成男装C区重装升级,升级装修品牌7个,调整面积1357平方米,升级后的商务男装区布局更加合理,形象更加突出,业绩持续攀升。他们还引进了法国香氛护理品牌欧舒丹,对国产化妆品品牌进行

岛柜整合助力销售;黄金珠宝类完成老庙、珀莱雅、中国黄金的品牌升级重装工作,升级后的品牌形象,更加突出了品牌主打系列的陈列;名品区新洽谈落位了时尚轻奢品牌卡尔·拉格斐,同步对雅格狮丹、苹果、迪桑娜的升级列入工作计划中。

武商家电新引进均以小家电品牌为主,填补品类的空缺。厨卫类是家装前置商品,对整套家电套餐成交起到了至关重要的作用。为了抢占整体家装市场前置类产品市场份额,丰富家装设计厨电产品品类,经过市场调研,结合市场趋势及需求,在厨卫区原有面积的情况下,新引进招商品牌入驻德国进口品牌威能采暖炉;小家电引进万士烧、SKG、添可等潮品提升销售。

一切从消费者需求出发,十堰武商MALL紧跟市场需求,从消费者新消费观、新消费体验需求为切口,从“全”向“精”转,致力于打造“人无我有、人有我精”的消费业态和消费品质,成为十堰消费者心目中的时尚消费标杆。

优化整合 营销创新

春暖花开的季节,越来越多的市民外出锻炼,户外装备也开始热销。在十堰武商MALL五楼,户外装备和户外运动器械被摆到了显眼的位置,山地车、防潮垫、吊床、登山鞋、登山杖、室外帐篷等产品近期都迎来销售高峰。

十堰武商MALL紧跟集团化营销步伐,积极整合营销资源,争取首店、首发、首展,深入探索立体营销模式,推进线上线下深度融合。

1月份,迪奥华中首场“花秘瑰翠VIP私享会”花落十堰,两天销售115万元,超额完成既定指标。周大福“邂逅经典”华中区高级珠宝巡展,三天销售167.23万元。

3月份,十堰武商MALL联合太和医院总工会开展“春夏时装周”太和专场,女装、运动、名品、美妆等强势品类出击,公司抖音同步直播,观看人数达到3.6万人次,在此期间定向派发美妆、穿着类代金券及精致礼品,在扩大公司区域市场影响力的同时,有效锁定一批忠实顾客。

4月份,十堰武商MALL配合集团开展抖音心动“大牌日”线上嗨购节活动,直播间氛围感十足,大额增值券共计售出1058万元,GMV排名集团第三。本次

活动参与品牌195个,参与品类主要集中在化妆、鞋包、珠宝及服饰类,各品类充分利用增值券活动邀请顾客回店,深挖顾客需求,大单联单频出。

5月份,兆亮珠宝LOVITA系列开展“让每个女性实现百枚克拉钻戒梦想”新品发布会,会场氛围高涨,展会三天单品类销售27万元,在有效回馈老顾客的同时,也起到了口碑的宣传作用。

购物中心利用门口小广场位置,设计、定制户外展卖厅,规范品牌入驻流程,统一规划展卖档期,提升展厅形象及货品陈列美感,年度全场累计排档19个主力品牌,涵盖男女装、童装、家纺品类,分别在不同的节点开展有效展卖活动。

武商家电集中开展了家装节、家电风暴、火三月、一口价、520价给你等一系列推介活动,有效抢占新房刚性需求市场份额。同时结合焕新需求,对城区老旧小区开展“进小区焕新季”活动,取得良好效果。

敢为人先,开辟新路。十堰武商MALL在“直播经济”和创新消费体验的浪潮里乘风而起,驱动商业发展巨轮冲破雾霾,驶向更广阔的疆域,引领区域消费市场实现新突破。

