

月内连下三城 广百股份快速健康发展再迈大步

开启“十二五”发展新篇章

■ 本报记者 黄春兰/文

2011年6月25日,对于广州零售商业龙头广百股份公司来说,可谓是大喜日子:备受瞩目的广百GBF北京路店炫耀登场,成为北京路核心商圈的新焦点;同一天,广百股份签订增城东汇城项目租赁合同,打造当地中高端时尚精品百货店,广百版图不断延伸。

广百集团董事长荀振英在接受记者采访时还透露,还将签约承租肇庆时代广场部分场地,迈开广百超市业态独立开店的第一步,而这“三喜临门”的大动作也正式开启了广百“十二五”发展的新篇章。

时尚百货广百 GBF 再添新作 北京路店盛大开业 聚焦全城

继2010年首间旗舰店珠江新城店华丽揭幕,不到一年时间,广百GBF的第二间概念店北京路店也于6月25日炫耀登场。

荀振英表示,“GBF”(GrandBuy-Fashion,风尚广百)是广百股份全新力作的时尚百货品牌,选址城市核心商圈和购物中心,以品味生活的品牌组合,彰显年轻与个性的风格,站在潮流最前沿。

“中国零售业未来的发展,综合性百货公司的上升空间已不多,因其所占经营面积过大,在核心商圈



广州商业总会会长、广百集团董事长荀振英

已经很难找到合适的位置,如广百百货最小的经营面积都要3万平方米,而GBF的经营面积在1万平方米左右,比较灵活,目前很多购物中心经营者也希望有广百时尚百货进驻。”

“GBF与广百股份旗下的广百百货和新大新百货将错位经营,进一步丰富广百股份的百货业态品牌。三个百货公司主题各异,广百百货为综合现代百货业,占据核心商圈制高点;新大新定位老字号的品牌百货公司;而GBF定位年轻时

尚。”荀振英介绍说。

业内专家认为,专业的时尚百货店,符合当今消费潮流,空间更加广阔。据介绍,这种业态代表百货零售业发展的方向。在日本等发达国家,时尚年轻的百货公司很盛行。荀振英透露,未来,广百GBF将以每年1—2家新店的速度发展。

而谈到GBF首间旗舰店的经营情况,荀振英相当满意:“珠江新城店,综合反映非常好,也看到了广州零售业新的面孔,引起了百货同行的重视,都认为找对了门路。珠江新城店个性化消费凸显,白领们很喜欢。”

首次独立发展超市 广百迈出进军超市业态的新步

除了在百货领域发力,广百的超市发展也迈开了新步。一直作为广百百货的一部分,或依附广百百货开店的广百超市,也开始独立开店扩张。

“其实去年在河源市,我们已经尝试将广百超市开进购物中心;而此次广百超市进驻肇庆,是广百超市独立发展的第一家门店。”荀振英说。

如果说,广百百货当初落户肇庆时,是瞄准了肇庆中高档百货市场的一个空白。那么,在几年后肇庆城区超市百货店如雨后春笋般涌现的情况下,广百依然能保持良好的发展势头,靠的是危中求机的策略,主动改造、调整、升级,由原来的中档定位向高档时尚百货调整,与周边的百货超市形成错位发展。

“经过几年的磨练,广百百货肇庆店的商品和服务的品质信誉已经深入人心,随着肇庆市民对生活质量的需求日益明显,符合现代白领生活节奏的精品超市应运而生,市场空间迅速膨胀,广百超市第一家门店理所当然地落户肇庆时代广场。”荀振英表示。



广百GBF北京路店

“广百超市也一定会在广州开花结果。”荀振英指出:“广百百货的超市商场,优质的商品质量、信誉、服务,深受消费者的喜欢。而超市满足人们日常生活需求,有很大的市场空间,作为本土的知名品牌,广百是一定要发展超市业态的,且广百超市绝对不会落后于外来超市。”

记者了解到,超市做得好,对零售企业的业绩贡献率并不低于百货业。如重庆百货、武汉百货等零售企业的超市发展都很成熟,业绩贡献率不低于50%。

据荀振英介绍,广百的超市业态定位中高端特色生活超市,不作大卖场,既与周边超市大卖场错位经营,也提高了利润空间。“超市以便捷、健康为主题,要将加工好的肉菜作为经营特色,让白领买回家不用加工直接下锅。”

连锁版图迅速 稳步扩张 广百速度为业界所惊叹

一个月内攻下三城,正是广百在不断拓展版图的基础上,通过对业态的深耕细作实现裂变的。“业态方面,广百股份的战略是核心打造百货零售业,大力推动购物中心,连锁发展专业店。”荀振英告诉记者。

据了解,“十一五”期间,广百股份销售规模从2006年的28亿元发展到2010年的76亿元,净利润年均递增27.56%;百货经营面积从15万平方米增至50万平方米,翻了三倍多。2006年,广百天河中心怡和新一城购物中心开业,一年新增经

链接



广百股份 6 月份 三大项目逐个数

GBF 北京路店

位于千年商都广州市的核心腹地——北京路和中山四路交汇处,坐拥繁华的北京路步行街,毗邻地铁一、二号线交汇点公园前站,附近有多条公交线路停靠,配套设施齐全便利,拥有得天独厚的地理环境及商业氛围。负一至五层是集购物、餐饮于一体的商业体,经营面积逾1.4万平方米,整个商业设计萃取文化古道的古韵精髓,品类经营紧贴时下潮流的年轻休闲服饰,两者相互辉映,相得益彰。

广百百货增城店

东汇城位于增城荔城街府佑路与荔景大道交汇处,总建筑面积约20万平方米,是集钢琴式演艺中心、大型一站式购物中心、文化广场、音乐艺术主题全景五星酒店以及全景豪华国际公寓为一体的城市综合体。规划建设面积为115788平方米,停车位1002个。广百股份租赁商业广场西座的首、二、三层的部分面积进行商业经营,经营面积达1.8万平方米,将打造为增城最亮丽、时尚的城市中高端精品百货店,将成为增城全新的商业龙头与地标。

广百超市肇庆店

位于肇庆时代广场三楼北面,经营面积近5000平方米。有别于周边超市大卖场,广百肇庆超市将结合肇庆地区的消费力水平以及项目所处商圈的经营档次,弥补商圈内中高档超市的市场空白,项目定位在中偏高档。拟在项目引进具有当地特色类别,如广东特产、进口食品、进口日化、肇庆特产等专区。

(广百宣)



广百增城东汇城西立面

建设幸福广东 打造责任广百

广百集团 2011 年第二季度社会责任报告



继发布一季度社会责任报告后,广百集团继续向“对外承诺,对内规范”的目标迈进,“七大责任领域”重点指标均如前季高位运行:合作伙伴投诉解决率、合作合同履行率、员工劳动合同签订率、社会保险参保率、最低工资标准执行率、安全隐患整改率均保持100%。投入120万元用于配置商场LED新型环保照明灯;为“2011年广东扶贫济困日”捐款50万元,投入48万元用于扶贫开发“双到”工作。本季通过抓薄弱、抓关键、抓整改,深化企业社会责任建设,呈现众多亮点。

顾客服务责任

[数据] 本季度,顾客投诉个案103件,环比下降了62%;一次性投诉解决率达99.8%,上升了2个百分点。

打造 VIP 品牌体系 首个“广百荟”北京路落户

让度利润,惠及顾客。针对上季度反映顾客服务硬件设施不足的问题,广百百货北京路店在寸土寸金的销售旺地,舍弃过千万元的年销售额,辟出600平方米面积,打造广百首个VIP体系品牌——“广百荟”。内设免费咖啡茶座、网吧,配置设施齐全的亲子育儿室和VIP会客室,为顾客提供“商品之外”的尊贵服务。



▲广百首个VIP体系品牌“广百荟”给顾客带来宾至如归的感觉



▲一面面锦旗背后是一件件感动服务的故事和经典案例

广百股份店长全省夺冠 彰显广百管理服务水平

广百通过“管理年”狠抓门店标准化管理,通过广百商学院对管理人员全方位培训,提升员工整体素质。7月13日,广百成都店副店长张晓彤在第二届广东省商业服务业优秀店长选拔大赛总决赛中,以总分第一夺得桂冠并将获省总工会授予省“五一”劳动奖章;张晓彤、蔡劲松、苏惠隆、秦诗杰等四位店长当选“广东省十佳店长”;通过参赛,锻炼集团人才队伍,提升集团品牌形象,展示集团抓服务、管

理标准化的成果。

[短板与提升] 本季度的顾客满意度较上季微降了1个百分点。顾客投诉集中在零售百货企业的,宾客休息区、洗手间、停车服务、物流仓储企业的送货服务,特别是进入炎热季节,空调等电器销量增加,送货压力较大,出现了少量送货不及时的问题。对此需进一步提升零售企业顾客服务硬件设施,提高物流仓储企业货物及时送达率。



▲一卷长轴,承载广州商企对建设幸福商业的庄严誓言

行业引领

首倡“幸福商业” 共铸诚信广州

树行业诚信之风,广百集团勇担责任大旗。4月23日,集团联合广州商业总会、新闻媒体开展“幸福广东 责任商业”为主题系列活动,发布了《2011年广东幸福商业报告》,广百倡导并与地区10余家商业名企联名向公众发布“幸福广东商业宣言”,“商品、质量、价格、环境、服务、员工、合作、弘扬大爱”八项承诺掷地有声,建设幸福广东,商业责无旁贷。5月17日,广百集团作为广州国企代表,参加广州市“共铸诚信广州”网络直播访谈,集团董事长荀振英与广大网友畅谈了打造诚信企业的做法和思路。“欢迎每一位网友对广百提出批评和建议”,荀董事长一语诚挚中肯的话,反映出广百“打开大门,建设责任企业”的决心和魄力。

商品质量、安全责任

[数据] 本季度集团各门店抽查商品质量472种,抽查数量比上季度增加近2倍。组织2494名员工参加安全教育培训,进行208次安全检查。

“涉塑”商品主动下架 电梯安全检查雷厉风行

6、7月,台湾塑化剂风波和电梯安全事件,凸显商品质量与安全及设备设施安全问题。让“群众买得放心,来得安全”,广百集团深知此责任重如泰山。6月4日广百超市闻知台湾进口食品受塑化剂污染消息后,立即开展相关商品清查,在没有接到上级主管部门的通知前,主动下架所有涉嫌质量问题的商品,待质检报告出具检测结果后,才逐个上架。

北京地铁电梯运行事故公布后,集团公司立即要求属下单位加强特种设备的安全管理,开展了电梯安全专项检查,对正在使用、安



▲让顾客买得安全、放心是广百员工重如泰山的责任

装、维修、改造的电梯进行彻底清查,对现有电梯的日常管理制度进行全方位梳理。以高度的社会责任感,为顾客和员工提供安全舒适的购物环境。

[短板与提升] 本季度,市工商局对儿童及婴幼儿服装商品进行了抽样检测,广百一门店的某品牌服装(PH值)被检测为一般不合格。门店立即将问题商品下架,并对该品牌全系商品进行全面检测。集团立刻下发通知,要求各企业以此为戒,进行认真检查,再次强调商品质量关乎民生,关乎企业信誉,强化责任意识,严把质量关口。

伙伴权益责任与企业发展

百货连锁三喜临门 “广州光谷”盛大开盘

广百与合作伙伴紧密合作,互惠共赢,携手发展,践行合作“十字”理念,创造发展商机。百货业态三喜临门,GBF风尚广百梅开二度,落座北京路步行街;增城东汇城项目成功签约,填补广州东部布点空白;签约肇庆时代广场合作握手,迈出广百超市独立开店第一步。展贸批发业态突飞猛进,广百集团与合作伙伴精诚合作,克服种种不利条件,在一片空地树起一座新城。广州国际商品展贸城一期——“广州光谷”震撼面世,开盘当天场面火爆,以前瞻性定位和科学细致的市场策划,赢得市场及行业高度认可。



▲广百北京路GBF店盛大开业,为繁荣广州商业、方便顾客消费再燃点新的风景



►“广州光谷”火爆开盘,为广州打造国际商贸中心做出新的贡献

员工权益责任

“早茶会”倾听员工心声 “员工饭堂”关怀员工温饱

本季度,广百集团全面实施打造“幸福广百工程”,推出惠民措施34条。创新内部沟通交流机制,实施“员工早茶会”和“董事长、工会主席QQ在线”制度,集团领导每月赴各基层一线,本季度召开37次早茶会,共有集团和公司领导57人次与400多名员工共饮早茶,交流沟通;董事长、工会主席与200多名基层员工通过即时聊天形式,听取意见,共话幸福。时刻把员工放在心上,关心员工冷暖、温饱。

广百百货北京路店、新大新北京路店克服种种困难,在“寸土尺金”商圈物业中,辟出专门的员工就餐区,开设“广百百货员工餐厅”,有效改善了员工用餐环境,使员工快乐工作,享受工作。

[短板与提升] 本季度员工反映有待改进的问题主要集中在薪酬增长幅度、门店更衣环境、就餐环境。董事长荀振英接到转来的员工在网上对本单位就餐、更衣等环境的不满意意见后,立即召集下属公司党委书记和集团企业文化部以及工会领导,研究解决办法,并责成公司党委书记认真落实。同时要求集团企业文化部深入门店,了解“幸福广百”的措施落实情况,集团深入各门店一线,开展调研,倾听员工诉求,一店一策,指导企业提出并落实解决方案。



▲“民以食为天”,广百倾力打造员工饭堂,关心员工饮食健康和食品安全