

解读合肥百大集团(上):

从传统中走出的新零售样板

■ 本报记者 张晓梅 / 吴明 张骅

“任何转型都离不开传统基础的支撑,创新是在传统上的变革升级。”3月12日,全国人大代表、合肥百大集团(简称“百大”)董事长郑晓燕在接受《中国企业报》记者采访时表示,进入21世纪以来,百大应对来自电商等新兴业态冲击的三大利器就是整合、创新和变革。

百大集团深耕江淮58载,一直引领安徽商业,靠的是一直走在整合发展的道路上,不管是供应链整合优化,还是区域资源网店资源整合兼并,以及自身内部多业态融合发展,始终走在时代的前沿。



全新面貌的百大集团鼓楼名品中心金座

上线下一体化、门店社区生活化、消费联盟生态、本地购及服务、全员营销服务及广告联盟服务体系;实现社区自提配送体系、会员积分、电子预付卡及电子支付体系及业态信息系统融合对接、大数据分析体系等,使百大集团千万会员用户享受百大全方位服务。

链接

企业档案

合肥百货大楼集团股份有限公司(简称“百大集团”)前身系合肥市百货大楼,成立于1959年,1993年改制为股份公司,1996年“合肥百货”A股在深交所上市。上市以来,合肥百大集团坚持以实业发展为基础,资本运营为主线,人才为依托,科技为先导,机制创新为突破口,构建多角融合的产业体系。

公司现拥有25家百货购物中心、170余家合家福连锁超市、24家电器连锁卖场,经营网点和批发分销机构遍布安徽14个市。同时控股全国农产品批发行业第7位的合肥周谷堆农产品批发市场,投资建设皖北最大农产品集散中心——宿州百大农产品市场、合家康农产品加工配送公司、安徽百大农产品检测科技有限公司、宝洁公司安徽总代理(合鑫商贸),上线百大易商城网购平台,参股徽商银行、合肥科农行、合肥通卡等金融企业,拓展小贷业务、消费金融公司、第三方支付等投资业务,形成了覆盖消费品连锁、农产品流通、金融类金融战略投资三大板块的多业态、全品类、全渠道的产业体系。

2016年,全年实现销售规模417亿元,位列中国零售企业中国连锁业百强第39位,中国企业500强第331位,安徽企业百强第9位,合肥企业50强第3位。先后荣获“全国文明单位”、“全国五一劳动奖章”、“全国守合同、重信用企业”、“全国精神文明单位”、“中国改革开放30周年功勋企业”、“全国商业服务业十佳企业”、“全国和谐商业企业”及安徽省质量奖、合肥市政府质量奖等众多省市荣誉称号,享有“安徽第一店”、“徽商典范”、“中华老字号”等美誉。

优化供应链,让利消费者



百大集团艺术乡村少儿摄影公益学校开学典礼上,全国人大代表、合肥百大集团董事长郑晓燕在

多年来,百大集团通过不断探索完善并结合自身的特点,充分发挥在采购、自营上的优势,大力提升“三自”经营比重。在买断经销、代理销售、自有品牌等供应链整合上均取得了较好的成效,对不同类别的产品实行不同的经营模式。

在生鲜经营模式的转型上,百大集团成立了专业生鲜加工配送公司——合家康公司,有效整合合家福超市和周谷堆农产品批

优势资源,对生鲜、特色农产品实行“建基地深加工”的自采自营模式,未来,还希望通过冷链物流建设,打造“中央厨房”的模式整合供应链,打通更多的渠道。

创立的自有品牌“合百黄金”,2016年销售额达到1.5亿元;自有服装品牌“悦莱迪”单店业绩约200万元,同时实现了全省门店复制;合家福自有品牌涵盖了纸品、食品、家居、针织和日化用品等12个品类500多个品种,

成为盈利的一大利器;旗下合鑫商贸公司成为宝洁产品安徽省最大的分销商,代理宝洁旗下多个品牌的日化用品,同时代理5+、欧时力、雅漾、古驰、CK香水等多个品牌。

百大电器作为突围主力军团加强与电信等异业战略合作,探索自营发展新模式,加强定牌、定机型等买断产品开发,着力推进送装一体化,经营能力取得长足进步。对于门店消费群体与消费能力的相对不同,有针对性的实行产品错位组合,并实现品类突破,尝试与配套产业的运营。对小家电及关联品类延伸,突破产品线的制约,拓宽产品价格带。

旗下周谷堆农产品批发市场注重发挥资源优势,加强食品、农产品质量管理,率先实现农产品肉菜流通的全品种覆盖、全自助交易、全自动追溯的“三全化”体系管理,在全国肉菜追溯体系建设中独树一帜,成为同行业中最具代表性的标杆典范。

在渠道创新延深上,合肥空港进境指定口岸落户百大周谷堆农产品批发市场,由百大周谷堆来运营空港进境水果、冰鲜水产品指定口岸,进口车厘子、澳洲龙虾下了飞机后,就将直接送进合肥人的“大菜篮”。此外,百大集团还通过区域跨境联采平台、海外直采、第三方贸易平台合作等方式丰富跨境、进口商品品类,开设跨境商品体验店,跨境商品现场展示,线上扫码下单。

拓展兼并,齐头并进

一连串零售门店的停业,留给业内的是一声叹息。然而在叹息之外,业界也欣喜地发现提振零售业信心的范本——合肥百大集团。在如此市场环境下,广德百大购物中心和六安百大购物中心恒生点,新增合家福超市、百大电器连锁24家。在行业整体低迷甚至业绩、利润双双大幅下滑的形势下,百大集

团却在业绩图谱上画出一条逆势增长的上升曲线。

在拓展店的同时百大集团注重整合区域优势资源,2017年合家福收购台客隆超市,完成了百大集团第11次并购重组,每一次资产重组都进一步巩固了企业的区域竞争优势。此次收购将进一步补强皖南市场,完善公司

超市连锁网络布局。

截至目前,百大已在全省拥有25家购物中心、170余家合家福超市和24家百大电器连锁卖场,总营业面积100多万平方米,经营网络遍布合肥、蚌埠、铜陵、黄山、宣城、六安、淮南、亳州等安徽省主要地市,初步完成立足合肥、辐射全省的战略部署。

业态整合,凸显优势

百大集团充分发挥自身多业态、多门店、线上线下优势。加快发展超市卖场+百货店+餐饮配套模式,打造一站式购齐和功能配套齐全的新型购物中心、邻里中心。

同时整合百大易商城、百大易购资源,专注打造“阿福到家”、“网上周谷堆”等平台,为集团+互联网提供服务支撑。以百大易购APP为移动端平台,打造超市、农产品、百货

和家电各业态线上线下融合发展渠道。

百大集团在“互联网+”的进程中,已在零售行业起到显著成效。最终已实现用户数字化管理、门店互联网化、农产品互联网化、线