万达集团重涉零售商业，明年起每年开 10 家

万千百货 谋变中国版“西尔斯”

万达集团万千百货西安店效果图

万达集团再次吹响进军百货业的号角。

9 月 4 日，万达集团旗下全资子公司——“万千百货”在京宣布进军百货业，将于今年 10 月、12 月率先在哈尔滨、成都两地开设两家门店；并计划到 2012 年使全国门店总量达到 40 家之多，从而将“万千百货”打造成中国最大的百货连锁公司。

“万千百货的目标是成为行业龙头，并最终完成上市。“万千百货总经理丁遥对《华夏时报》记者表示。

本报记者 尹 锋 北京报道

10 年开 150 家连锁店

万千百货已经创造了中国百货业的一项纪录。据了解，万千百货从 2007 年 3 月酝酿建立，到 5 月 8 日正式成立，仅用了 3 个月时间。

虽然推进速度很快，但万千百货各项工作已进入正常轨道。目前哈尔滨、成都两个百货门店的管理班子已经基本配齐，招商也在顺利进行中。

“哈尔滨、成都店是万千百货的试验店，明年在门店开设方面的速度将加快，从明年开始，每年将新开 10 家门店。”丁遥介绍，万千百货在北京和上海等一线特大型城市的门店将在明年相继开设，其中北京门店将设立在石景山 CRD 地区（中央休闲娱乐区），而上海新店开设计划也已进入议事日程。

据万千百货内部人士透露，为了满足客户个性化的需求，万千百货将采取“买手制+厂家直供”两条腿走路的采购方式，并和国际著名公司联合开发针对客户和产品进行管理的 CRM 系统。

“万千百货提出了按年龄段、分男女，甚至按生活方式来对产品分类，在此基础上定位高档商场的风格。”万千百货总经理丁遥表示，“我们的目标是将万千百货打造成为美国的西尔斯百货那样的零售公司，万千百货的诞生将缔造未来国内中高档百货的主要销售渠道。”

另据记者多方了解，在万达集团近期一次内部董事会上，决议通过了要将万千百货的 5 年战略提升到 10 年战略，5 年开 40–50 家分店变成力争 10 年开 150 家连锁百货店。

“希望在 5 至 10 年之内，将万千百货打造成集团的另一个支柱型产业。”万达集团董事长王健林表示。

5 年轮回

万达进军百货业的计划早已有之。

据丁遥介绍，5 年前，万达集团接盘台资百货公司——太平洋百货，希望能在百货行业有所作为，但经历一年阵痛式发展，最终选择将太平洋百货 51%的股权转让他人，退出百货业。

据丁遥表示，万千百货和万达商业地产采取捆绑式发展，按照集团建设城市综合体（集商业地产、休闲、购物于一体的综合型地产项目）的统一布局进行百货门店的设立。

据记者了解，目前万达在全国有 21 处城市综合体项目，能够支撑万千百货从 2008 年开始每年开设 10 家门店的步伐。另外，万达集团到 2010 年在全国的城市综合体数量将达到 50 家，这足以保证万千百货 2012 年在全国建 40 家门店的计划。

据业内人士介绍，其实万达集团打造百货公司，是商业地产的一种裂变式发展。这种发展模式，首先在万达影院项目上进行了有益的尝试，并获得了成功。据万达集团提供数据显示，在 2007 年万达影院已实现拥有 100 块银幕，收入达到了 1.4 亿元，票房收入居全国第二的好成绩。

据丁遥介绍，商业地产、万达影院和百货卖场将成为集团三大主要盈利点。万达影城将在万千百货进驻以后，与万千百货形成良性互动，将娱乐和消费“装在一个篮子里”。

大杨创世宣示封顶高端男装

计划未来 5 年建立 20 至30 家旗舰店

本报记者 尹 锋 北京报道

中国最大的服装企业涉足分销终端步伐加速。大杨创世（600233.SH）宣布，将投资千万元在北京金融街开旗舰店，这也是继北京京西宾馆店之后，其在京开设的第二家门店。

大杨创世总经理石晓东透露，大杨创世计划在未来 5 年内，投资数十亿，在全国一线城市建立 20 至 30 家高档男装旗舰店，从而占据中国高档男装市场绝大部分市场份额。

店中店自营店双管齐下

石晓东透露，目前大杨创世已完成了大连、沈阳、北京等城市的布局，共计拥有四家旗舰店，总投资 1 亿元左右。而今年下半年大杨又计划进军上海市场。

“通过旗舰店的建立，我们要在一线市场完成布局，使品牌服装收入成为集团未来的主营业务线。”石晓东表示。

大杨创世董事长李桂莲介绍：“大杨创世旗舰店争取做到单店 1 亿元以上的年销售额，在全国旗舰店体系建立以后，大杨创世希望能达到几十亿元，从而使品牌服装占整个集团收入的比重超过 50%。我们目前在大连的旗舰店已经接近这个目标。”

石晓东告诉本报记者，大杨创世将以店中店和自营店两种方式来推进渠道建设。在选址方面，主要是选择在一线市场的知名百货公司建店中店。

记者了解到的信息是，对于国际市场的布局，大杨创世也已经秘密展开。“我们正在与国际大型的投资机构进行合作，准备共同在国际市场进行铺点。另外，我们在国际范围内有几百家合作伙伴，能够随时转化成我们的行销网络。”石晓东透露。

“门店建设有资金保证”

旗舰店建设快速推进将考验大杨创世的资金链。

“我们在连锁门店的建设方面有充足的资金保证，主要是因为我们目前的主业 OEM（来料加工）和 ODM（进料加工），这两块的良好收益能够提供资金支撑大杨的渠道建设。”石晓东认为。

李桂莲分析，目前大杨创世的 ODM 业务毛利率在 25%以上，按大杨现在年 1000 万件的产量估算，每年能产生几个亿的净利润，因此大杨创世在资金方面有足够的实力支撑品牌服装的渠道建设。

李桂莲告诉记者，为了缓解租金压力，大杨创世将以自有物业进行门店建设。据记者了解，大杨创世计划在大连市中心买地建楼。

另外，随着自主品牌和行销体系的完成，大杨创世将完成由简单加工贸易型企业向品牌企业的转型。

“未来我们不会放弃 ODM 和 OEM 业务，但是着重点会放在自有品牌建设上。”石晓东表示。

招商电话：010-65021801

火爆招商中，参展从速

诚邀：房地产开发商、代理商、家居装饰企业、物业公司、金融机构、二手房经纪公司等相关单位参展

北京四季房展2007年秋季房地产展示交易会