

<<零售创新案例>>

图书基本信息

书名：<<零售创新案例>>

13位ISBN编号：9787504455321

10位ISBN编号：7504455326

出版时间：2005-11

出版时间：中国商业出版社

作者：中国连锁经营协会

页数：232

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问：<http://www.tushu007.com>

## <<零售创新案例>>

### 内容概要

《零售创新案例》所集纳的成功案例，对于拓展零售业的思路，提升零售业的品质，具有极好的示范和借鉴作用。

对于每一位希望提升业绩和竞争力的零售商及其管理者，《零售创新案例》都会带给你启示和帮助。书中的每一个案例都有它的闪光点和独到之处，而且实操性很强，因为这些经验大都来源于我们身边的本土零售企业。

这也是《零售创新案例》与国内其他零售管理书籍最大的不同。

## &lt;&lt;零售创新案例&gt;&gt;

## 书籍目录

业态创新100日元生鲜便利店：挑战传统澳大利亚IGA：三种业态的不同陈列方式均价折扣店的创新  
：1·5·9上海启点超市联华超市：寻找标准超市的新发展“农改超”凸显永辉区域化经营优势SPAR  
十八超市：欧洲高端大卖场的中国化上海城市超市：高端路线铜锣湾广场：新业态，新模式“伍缘折  
扣”：居民身边的大卖场永乐生活电器：家电新概念武汉中百仓储超市：“农改超”的新模式“洋娃  
娃”商店，小女孩的乐园大润发“得来速”：满足快节奏的生活战略管理创新百佳超市：检测新鲜超  
市发：绿色营销理念京客隆：生鲜食品配送中心民润农产品公司：肉菜市场超市化苏果超市：开拓农  
村市场苏宁电器：储备人才Tesco：顾客数据分析的创新j太原金虎便利超市：先图生存再谋发展沃尔  
玛：探索环保超市武商量贩：“管理+经营”实现人才战略Whole Foods Market：专注高端市场兴万家  
：开创“管理联盟”永乐家电：契约发票，约定消费者利益营销创新7-Eleven：创新产品CBD：社会  
营销：上海家得利超市：“稀释大卖场”营销创新G4M：个性化定位商品分类德尔海兹：百年老店，  
与时俱进河北国大超市：“四网并行”海星便利岛：服务提升价值美国S&S食品便利店：速食制胜牛  
街清真：回族特色商品超市屈臣氏超市：营销新模式上海可的便利店：开发鲜食产品Tansas：真正提  
升“顾客忠诚度”武商集团：五彩纷呈创造营销选择忠实顾客Greerl Hills Farms进行重点营销席殊书屋  
：真正服务顾客的会员俱乐部以顾客需求为导向的上海华联超市王府井百货：50周年店庆创辉煌职总  
消费合作社：为顾客提供最便利的服务美素：“前店后院”改变传统模式 技术创新IBM零售创新  
中心：按需应变，创造未来超市全方位监控系统的优越性东莞嘉荣公司：智能机系统实时提供商品信  
息河南思达商业有限公司：供应链管理改革金象大药房：传输方式的创新之路家乐福：收银排队解决  
方案创新冷冻机节能，为便利店带来巨大收效宁波家世界：分析商圈：手机连锁专卖店：信息化管理  
的创新案例Stop & Shop：吸引和保留客户并重上海可的便利店：提高物流效率“谭鱼头”：数码火锅  
物美：基于互联网的供应链系统武汉中商集团平价连锁公司：有效提高补货能力燕莎友谊商城：搭上  
蓝色供应链快车英派斯健身：建立有效信息沟通渠道在店电视：吸引购买者眼球超市冷链创新助力大  
连三洋冷链

## &lt;&lt;零售创新案例&gt;&gt;

## 章节摘录

书摘联华超市：寻找标准超市的新发展 企业简介：联华超市股份有限公司(以下简称联华超市)创建于1991年5月，是上海首家以发展连锁经营为特色的超市公司。

经过14年的发展，联华超市形成了大型综合超市(大卖场)、超级市场、便利店等多元业态联动互补、组合推进的规模发展优势。

在上海、浙江、江苏、北京及广东等22个省市和自治区的100多个城市建立了庞大的连锁经营网络，2004年销售规模达306.85亿元，门店3290家，连续八年蝉联中国连锁业百强首席。

联华超市金汇店地处上海市闵行区金汇路568号，2000年3月开张，门店经营面积550平方米，周边商圈属高档住宅区，港、澳、台、日、韩人士居多，整体消费水平较高。

2004年11月，历时2个月的全面改建后，金汇店被改建打造成了一家崭新的中高端生鲜超市。

创新原因：传统标准超市形态已处于市场成熟期和衰退期，近几年，社会标准超市的整体市场份额不断下降，绩效持续滑坡，标准超市市场细分化的时代已经到来。

联华超市对金汇店周边商圈进行了系统的调研，发现其周边的居民以一海外人士和国内成功人士居多，他们注重生活品味、讲求质量，对于健康、绿色的生鲜食品有很大的需求，所以联华对金汇店进行了重新定位，探索出了一条中高端生鲜门店的改建之路。

创新方式：联华超市金汇店为了迎合周边消费者对于软硬件各方面的需求，在改建中注意创新，特别以最贴近居民的生鲜经营为重点，扩大生鲜经营面积，增加生鲜品种，尽可能做到品种齐全、品质高档，引进适合居民口味的高档生鲜商品，如三文鱼、法式羊排、牛尾等。

门店在商品结构调整的同时，还非常注意顾客的购物心理，对全员进行服务培训，优质的服务赢得了消费者的一致好评。

金汇店的创新方式主要包括以下几点：1、对门店重新进行了CI、VI形象设计 金汇店一改联华超市传统的色调，以明亮的橙色来装饰店招，通过果蔬架、装饰氛围、员工服饰等细节的调整，使之符合中高端生鲜门店的定位，以此吸引顾客视线，使顾客进入卖场容易产生购物的欲望。

金汇店还使用了部分新的货架配件、陈列道具，生动地突出了陈列的效果。

2、强化生鲜功能 超市重点对果蔬、水产、肉制品等品类进行了调整，扩大经营区域，增加经营品种，并制作“每周一菜”向顾客介绍一些当令的菜谱。

顾客对于新品种不是很熟悉的情况下，员工会主动介绍食用效果、烹饪方法，甚至于一些调味料都会在生鲜柜上做相关陈列，顾客在选购时既直观又方便。

3、增加常温货架进口商品的数量 针对周围商圈外籍人士、国内成功人士居多的特点，门店引进了近千种进口商品，使一些外国居民有了回家的感觉，在门店可以选择适合自己口味的商品。

进口商品既可以提高门店商品的档次，又可以增加门店的客单价，起到了一举两得的效果。

4、强化顾客服务 金汇店从一线员工的礼貌用语抓起，推广五大待客用语。

并在后场设立了“服务”专栏，将服务规范、礼貌用语、每月主题都及时公布。

5、改革激励机制 金汇店进行了用人机制的改革，店长实行竞聘上岗，员工实行双向选择，店长与员工都签订集体上岗协议，明确各个岗位的职责。

店长采用年薪考核制，考核内容包括业绩和管理两部分，根据各指标的完成情况，给予最终的奖励；而对员工的考核，是将其劳动所得直接同门店的销售和利润业绩挂钩。

创新成果：联华超市金汇店的生鲜创新已经获得了周边居民的认可，树立了中高端生鲜超市的良好形象，客流、客单的稳步增长，使销售业绩有大幅度提高。

通过实行差异化经营，金汇店成功地确定了目标顾客群与经营重点，在标准超市激烈的市场竞争中脱颖而出，为标准超市今后的改革创新提供了很好的借鉴经验。

案例点评：中国的标准超市业态在大卖场、便利店的的双重挤压下，其发展空间、盈利能力受到严峻挑战。

如何突破围城，寻找新的发展空间，已成为业内关注的焦点。

在这样的带场环境下，联华超市积极探索、勇于创新，在标准超市业态转型方面寻找到新的突破口，金汇店的成功是一个很好的案例。

<<零售创新案例>>

他们借鉴海外超市的成功经验，根据不同商圈选择不同的市场定位，把握现代绿色、健康、温馨、时尚的消费需求，探索了一条高档生活社区的消费需求，探索了一条高档生活社区的标准超市的发展之路。

P14-17

## <<零售创新案例>>

### 媒体关注与评论

书评善于借鉴，积极创新。

商务部 副部长 张志刚 本书所集纳的成功案例，对于拓展零售业的思路，提升零售业的品质，具有极好的示范和借鉴作用。

中国人民大学 校长 纪宝成 对于每一位希望提升业绩和竞争力的零售商及其管理者，《零售创新案例》都会带给你启示和帮助。

书中的每一个案例都有它的闪光点和独到之处，而且实操性很强，因为这些经验人都来源于我们身边的本土零售企业。

这也是本书与国内其他零售管理书籍最大的不同。

中国连锁经营协会秘书长 裴亮 模仿易趋同，创新生差异。

企业只有持续创新，才能基业常青。

《零售创新案例》这本书开卷有益：一是可以启发人们创新的灵感；二是提供了创新可借鉴的资料；三是明确了创新的起点在哪里。

中国日报社副总编辑 朱舫 “居安思危”其实绝非危言耸听，务实创新，铸造中国连锁品牌。

百联集团有限公司总裁兼联华超市股份有限公司董事长 王宗南 致力于满足顾客不断变化的购物需求是创新的根本动力，中国零售业的经典由创新奠定。

沃尔玛(中国)投资有限公司副总裁 李成杰 这本《零售创新案例》汇集的国内外的创新精华，对零售行业的创新进行了全方位、多角度的展示。

希望该书能帮助中国的零售商任经济飞速发展，消费者个性张扬的21世纪，实现“零售按需应变”。

IBM大中华区零售行业解决方案部总经理 陈明华

<<零售创新案例>>

编辑推荐

对于每一位希望提升业绩和竞争力的零售商及其管理者，本书都会带给你启示和帮助。本书汇集国内外的创新精华，对零售行业的创新进行了全方位、多角度的展示。书中的每一个案例都来源于我们身边的本土零售企业，都有它的闪光点和独到之处，对于拓展零售业的思路，提升零售业的品质，具有极好的示范和借鉴作用。

版权说明

本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问:<http://www.tushu007.com>