

着力优化产业链布局 大力推进首发经济 武商集团为城市发展注入新活力

2024年,“中国商业第一股”武商集团已走过65个年头,交出了一份客流利润双双攀升、商业面积从最初300平方米拓展至近280万平方米、从地方企业成长为长江中游经济区商业巨头、始终屹立于瞬息万变的商业金字塔第一梯队的成绩单。

“如果把武商集团比作部队,应该是一个集团军,讲求多兵种协同作战。我们已有的购物中心和超市业态可以看成是‘装甲部队’和‘步兵’,战绩已名列前茅,接下来需要做的是提高现代化智能化水平,走‘精兵、高效’之路,并要充分利用好资本的力量,壮大制胜于千里之外的‘战略导弹部队’。”武商集团相关负责人指出。

“干则思变,不变不干”,武商集团成功的“法宝”是在秉持长期主义的同时,勇做改革实践的“领跑者”。2024年,武商集团“大象转身”,以短中长期“三步曲”以变谋进,一手抓实业一手抓资本,迈向商业竞速下半场。

武商集团相关负责人表示:“具体来看,集团短期目标是加快集团数智化转型步伐;中期目标是延伸和丰富产业链;长期目标是实现科技赋能商业,向商业科技公司转型。当前,我们一方面向内‘强筋骨、练内功’,加速向现代数智化零售商业转型;另一方面向外‘增曲线’,巧用资本的力量撬动商业模式变革。”



武商MALL 夜景。



武商集团首个黄金珠宝自营品牌“武商金”。



WS梦乐园。



2024年9月29日武商65周年庆“夜上黄鹤楼”。



“中华第一商圈”武商MALL。

产业向“新” 战略布局稳“主业”增“新业”

一直以来,武商集团将“以变谋进”刻入发展基因。2024年,武商集团的“变”不同以往,不再局限于传统零售业的形象,而是系统性“强筋骨、练内功”,打破固有框架,展现出更为开放、时尚和与时俱进的变革魄力,包括构建线上线下一体化营销矩阵、破局自营业务培育新质生产力、进行组织创新重塑“大脑型”总部等,在激活既有实业资产活力的同时,加速向现代数智化零售商业转型。

当前,武商集团在抖音、视频号等平台已形成全天候直播。“我们积极拥抱新业态,加快数字化转型步伐,探索线上线下一体化经营,持续提升经营能力,让集团更好‘走出去’。”武商集团相关负责人指出。

武商集团已完成IP升级,选择将武商网更名为江豚网,创建江豚美妆、江豚美食、江豚金、江豚玩乐四大垂类账号,实现流量和销量的双重爆发,并结合线下实体开设“江豚闪购”,实现专柜商品“即时零售、一键到家”。2024年,江豚网主导开展武商集团活动约50场,江豚网直播近4000场,线上零售商品销售额同比增长120%。

此外,武商集团强化直播电商集聚效应,2024年开展“红五月”“武商65年合作品牌之旅”等直播近30000场,引爆过亿话题量;荣获抖音三星级服务商资质,代运营WS梦乐园项目,39

天GMV破千万元。

为探索打造更多元商业模式,武商集团深度聚焦自营业务,以“新模式”创造“新业绩”。2024年7月,“周末福时尚店”在武商梦时代试营业,这是武商集团与周末福集团携手开出的首家自营店,也是传统商业下场“逐鹿”商品产业链的开端。

“发展的自营业务不但场地是武商集团的,顾客所见的商业空间、货品和营业员也都隶属集团,在选品、销售策略等方面,集团有自主决定权,不仅优化掉中间的租金等环节,还能增厚利润点,这是集团在存量市场中找增量的最优解之一。”武商集团相关负责人指出。据悉,截至目前,“周末福时尚店”营业收入实现了增长8至10倍,利润实现原联营模式3倍以上水平。

武商集团还破局开辟黄金珠宝、美妆、餐饮、娱乐等自营新赛道。2024年11月30日,爷爷不泡茶主题店在武商梦时代开业,这是武商集团首家餐饮自营店。此前,武商集团已在超市端推出“武商优”自有品牌系列;旗下黄金自有品牌“武商金”正式上线;多家“WS梦乐园(mini)”成功打造及美妆自营项目纷纷落地,全面开启自营领域发展新征程。

为了全面赋能武商集团转型升级,2024年10月,其全资子公司武汉江豚数智科技有限公司(以下简称“江豚数科”)成立,主营业务包括人工

智能应用软件开发、物联网技术服务、数字技术服务、信息系统集成服务以及云平台业务外包服务等多方面。

武商集团相关负责人表示,“江豚数科脱胎于集团的资讯信息部门。集团坚守‘长期主义’‘耐心资本’,给了江豚数科三年‘新手保护期’,这三年内我们将全力赋能,在实践中总结经验。”

据介绍,江豚数科将从三方面着手赋能武商集团的数智化转型:一是通过技术化手段为传统主营业务赋能,提高经营效率;二是对集团“沉睡”多年的数据进行“炼金”,最大程度挖掘数字资产商业价值;三是通过智能化技术进一步打造更丰富的应用场景。

提升管理效能亦是转型升级、激发活力的必要措施之一。据介绍,武商集团已构建高效运转的“大脑型”总部,围绕“强总部、强中台、强管控、强执行”的总体思路,重新组建17个职能部室,其中包括创新事业部(投资部)。“围绕‘只有消费者没想到,没有武商人办不到’的服务理念进行组织创新,全面提升消费者的满意度。”武商集团相关负责人指出。

武商集团在坚持“炼内功”路径下,实现了客流净利双增长,截至2024年前三季度,净利润1.24亿元,同比增长4.74%;仅2023年武商梦时代客流量就超4000万人次,并入选省级夜间消费集聚区。

体验向“新” 品质首店从“火爆”到“长红”

卡地标,带动周边商业的繁荣。同时首发经济强调创新性和引领性,要求大家在各自领域内要积极创新,通过新的技术、新的产品、新的场景、新的服务等迅速吸引目标消费者,引领消费潮流,提振消费信心。”武商集团相关负责人指出。

不过,仅强调“首”的特质并不足以支撑经济长期稳定运行,而更应该做好顶层设计,着眼于创造长期价值,包括提升品牌价值、培养消费者忠诚度以及促进企业对整个产业生态形成正向影响。

武商集团正从两方面发力,将“尝鲜消费”转化成“长线消费”,一方面强化“商文旅体”融合式发展,另一方面多线延展高端商业旗舰。

在65周年之际,武商集团着重培养消费者“黏度”,持续放大“商文旅体”融合经济效应,举办“夜上黄鹤楼”武商专场活动,邀请3000师生、5000VIP会员登楼深度感受楚文化;筹办“中秋江上月宴赏美食、赏两江四岸灯光秀;在武汉五环体育中心体育场举行两江四岸‘追梦·逐浪·星光闪耀演唱会’,观众总人数2.4万人,专程乘坐

高铁来听演唱会的外埠观众1.1万人,将企业形象与音乐、文化元素结合,打造出独特消费场景和专属营销活动,演唱会期间拉动零售消费3.5亿元。

值得一提的是,2024年4月19日,湖北省优质农产品展销中心正式营业,优选湖北省17个州市83个涉农县优质农产品,围绕“10+16+N”的品牌体系,构建起10个国家级、16个省级区域公共品牌和N个地标农产品为主的湖北优质农产品“精华矩阵”,汇集全省2400余种优质农产品。作为武商集团产业发展重要板块,湖北农展将在湖北省农业农村厅全力支持下,依托武汉投控集团旗下零售网点、物流运输、供应链整合、数字赋能等资源优势,通过联动武商梦时代等形式,打造聚合全国经销商资源的“首秀首展首发地”,成为湖北农产品和品牌重要的展示平台。

当前,武商超市26家门店已设立“湖北农展”专区,通过集团官方抖音号、江豚网直播等渠道,开展“柿归脐橙”“洪湖莲藕”等产地直播10余场,深化“湖北农展”品牌定位,打造湖北“永不落幕的农博会”。

市场向“新” “内涵式”增长与“外延式”发展并举

“武商集团自1992年上市以来,32年间主要做的事情是重资产扩张,若要再开启新篇章,必须要擅用轻资产运作穿越重资产经营行业周期,用资本的触角寻找好的标的企业,扩充‘集团军作战’的其他兵种。”武商集团相关负责人指出,“轻资产运作模式的核心在于优化资产结构,降低固定资产投入,不仅能提升公司的资金周转率,还能快速响应市场需求变化。”

2024年上半年,武商集团全资子公司武汉武商集团商业运营管理有限公司成立,聚焦武商零售核心优势,以轻资产运营模式提供品牌输出、供应链系统输出和核心管理团队输出,通过黄梅、武穴等项目打造“武商轻资产标杆样板店”,拓展商业版图。

在立足武汉之外,南昌武商MALL进一步强化“江西首座轻奢购物中心”市场地位,LOUIS VUITTON精品店、GUCCI精品店、Cartier精品店等标志性顶奢品牌相继亮相,充分践行武商集团湖北江西全域协同发展的战略布局理念。

同时,武商集团加大力度发掘并参与开发具有增长潜力的商业项目,除低空经济赛道外,还

积极探索即时零售、跨境电商等新赛道,不断赋能公司多元化发展。

在跨境电商方面,武商集团成立了离岸公司,通过内采,进一步拓展了海外市场,力争实现“买全球、卖全球”的经营发展之路。

“我们考虑两方面着手,一是用好集团丰富的供应商资源和强大的整合能力,为出海企业提供代运营平台服务;二是用资本的力量做好跨境电商全产业链。”武商集团与王府井集团股份有限公司共同投资设立了王府井武商免税品经营管理有限责任公司,合作经营项目为武汉市内免税店项目,其中武商出资3920万元,持股占比49%。

在65年的发展历程中,武商集团坚持着敢为人先的勇气与魄力及把握社会发展大势的智慧,引领着武汉乃至中国中部商贸业发展的潮流。“接下来,集团仍将立足发展大局,推进企业改革转型,力争创造更多的经济价值和社会效益,为奋力推进中国式现代化湖北实践、武汉实践贡献更多武商力量。”武商集团相关负责人指出。