



探索百货企业的自有品牌之路

上海百府利阳商业有限公司

王佳

2019年3月29日

不再新鲜的话题

来源	说明	举例
自创	自行开发，设计，生产。 开发过程 长路漫漫。除要解决许多技术困难，还要投入大量资金时间进行推广。 较多国内外百货公司采用。	见另页
长期授权 / 经销	通过外部品牌公司，跨界开发专供等形式提供予特定零售商，通常年期为“十加十年”或以上。 由于品牌本身已经具有一定知名度或较完整商品，零售商/渠道商能够集中精力促进销售。 较多国外百货公司采用。	<ul style="list-style-type: none">• Material Girl / Macy' s• Cannon / Sears• Simply Vera / Kohl' s• Mossimo / Target• Aigle / 李宁
合资	品牌代理公司转型首选。 多品牌零售商首选。国外品牌趋于接受这一选项。	俊思，华鐙，华敦 拉夏贝尔，百丽，赫基
收购	业内恒常选项。	

部分百货企业自创品牌一览

百货企业	自有品牌名称	自有品牌品类
杭州解百	明顿	服装鞋帽
黄商贸易股份有限公司	阳光女孩；女人故事	服装鞋帽
	好贴心；全家人内衣馆	家居用品
山东潍坊百货	红梧桐	服装鞋帽
	佳家有福	化妆品，家居用品
合肥百货大楼	悦然；徽美；皖秀	服装鞋帽
	合家福	化妆品，家居用品
银泰百货	Just Intime	女装
新世界百货	LOL(Love Original Life)	生活精品
伊藤洋华堂	pbi	服装
	IY&Basic	家纺
	华堂	纸杯，纸巾
王府井百货	FIRST WERT	男装
金鹰百货	Aquila D'oro	男装
	IVREA	男装
	LISALEN	女装
	WONDERFUL LIFE	家纺
	安童惠	童装
百盛百货	Zie Zac	服装
	Zie Zac Junior	童装
	Serena	女装
信誉楼百货	耕耘	男装
	信誉楼衣橱	女装
天河城百货	TEEM QUALITY	男服，童装，日用品，食品
福建新华都百货	CitiesVie	服装
	CitiesBlue	
摩登百货	Mopark	袜子，丝袜

汹涌而来的市场占有者



第17届中国百货零售业年会暨商业创新峰会
THE 17TH CHINA DEPARTMENT STORE AND RETAIL INNOVATION ANNUAL CONVENTION



跨不过去的坎儿



第17届中国百货零售业年会暨商业创新峰会
THE 17th CHINA DEPARTMENT STORE AND RETAIL INNOVATION ANNUAL CONVENTION



缺乏连锁规模

难以形成成本优势

缺乏职能培育

难以突破联营到自营

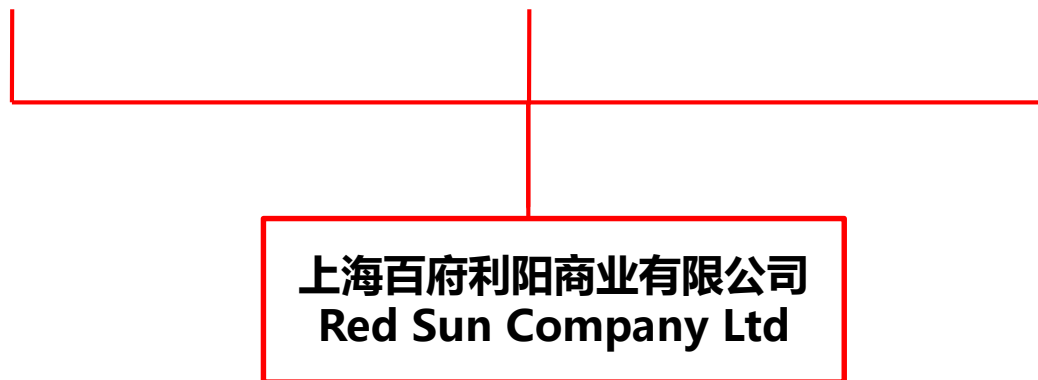
缺乏专业团队

难以获得品牌营运能力

介绍：百府利阳



第17届中国百货零售业年会暨商业创新峰会
THE 17th CHINA DEPARTMENT STORE AND RETAIL INNOVATION ANNUAL CONVENTION



上海百府利阳商业有限公司由中国两大连锁百货集团——百联、王府井集团，以及世界领先的供应链管理集团——冯氏集团共同投资创立的合资公司。

百货企业发展自有品牌的创新模式



新型品牌开发管理公司

- 一流买手团队
- 品牌营销能力
- 全渠道管理能力
- 供应链管理能力和
- 研发设计能力



上海百府利阳商业有限公司
Red Sun Company Ltd



三方协调机构

- 协调及推动品牌战略
- 推荐采购战略

品牌孵化器功能

- 培育品牌发展
- 培育自营能力

分享：有得有失的三年



第17届中国百货零售业年会暨商业创新峰会
THE 17th CHINA DEPARTMENT STORE AND RETAIL INNOVATION ANNUAL CONVENTION



分享：有得有失的三年



分享：有得有失的三年



第17届中国百货零售业年会暨商业创新峰会
THE 17th CHINA DEPARTMENT STORE AND RETAIL INNOVATION ANNUAL CONVENTION



百 府 童 游
— BAIFUTONGYOU —



分享：有得有失的三年



第17届中国百货零售业年会暨商业创新峰会
THE 17th CHINA DEPARTMENT STORE AND RETAIL INNOVATION ANNUAL CONVENTION



初心

资产模式

理念

运营模式

能力

管理模式



如何定义百货零售业的自有品牌

- 自营品牌面向渠道内部需求，自有品牌面向市场顾客需求？
- ✓ 自有品牌就是百货渠道内部差异化品牌/商品？
- ✓ 全部或部分拥有品牌独家销售权及知识产权，例如自创，收购，控股等？
- ✓ 不拥有品牌知识产权，但是在相当长时间内，拥有特定区域内独家销售权，例如长期代理，授权，经销等？

谁在为自有品牌买单

自有品牌离消费者的距离有多远

自有品牌为消费者创造了哪些价值

挑选商品



服务用户

选品牌



建平台

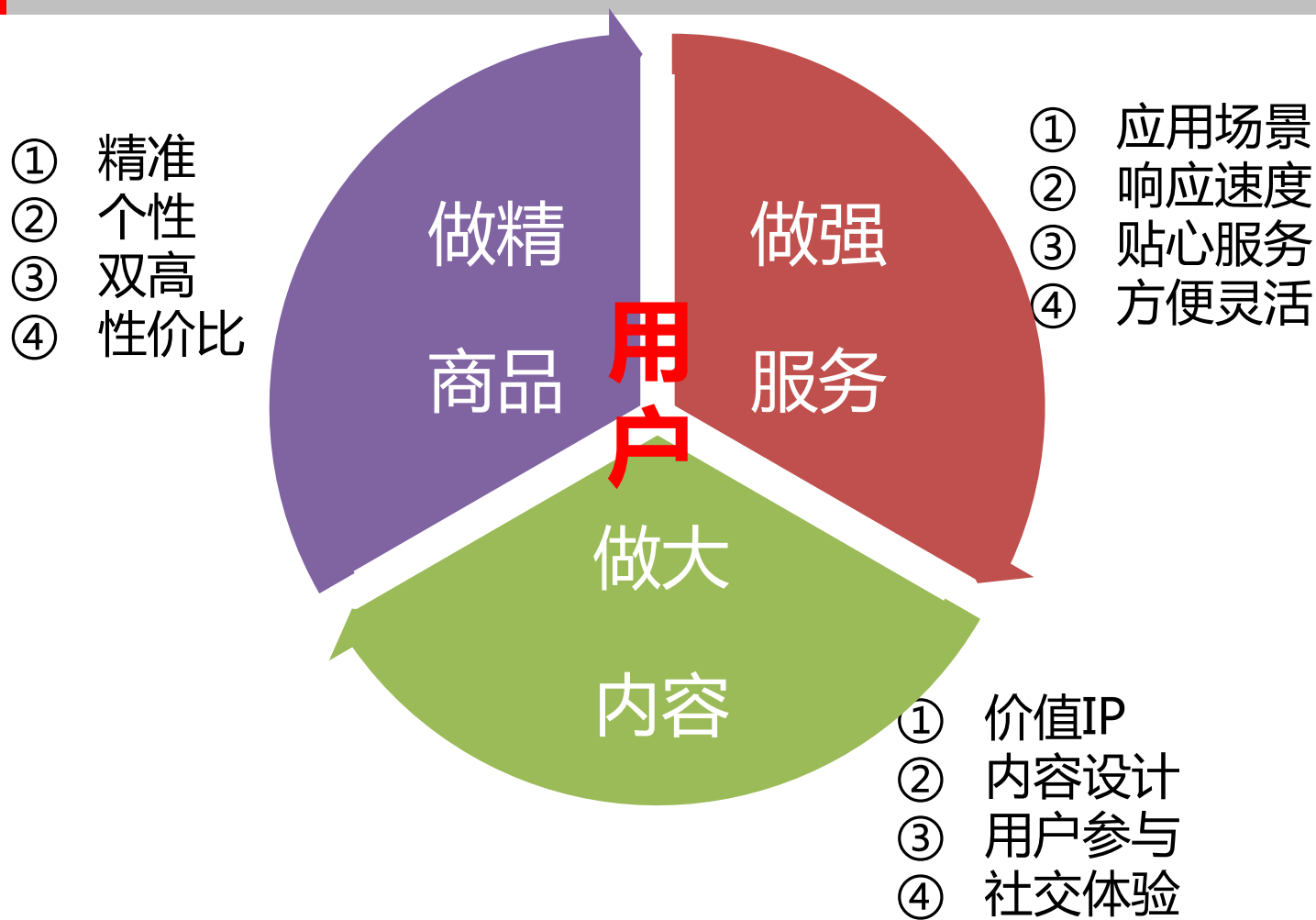
做经营



做管理

从业务到价值的转变

用户是商业的根本



构建基于用户的价值闭环

变的和不变的，都要接受



第17届中国百货零售业年会暨商业创新峰会
THE 17th CHINA DEPARTMENT STORE AND RETAIL INNOVATION ANNUAL CONVENTION



人

大众客流

精准客流

货

琳琅满目

按需匹配

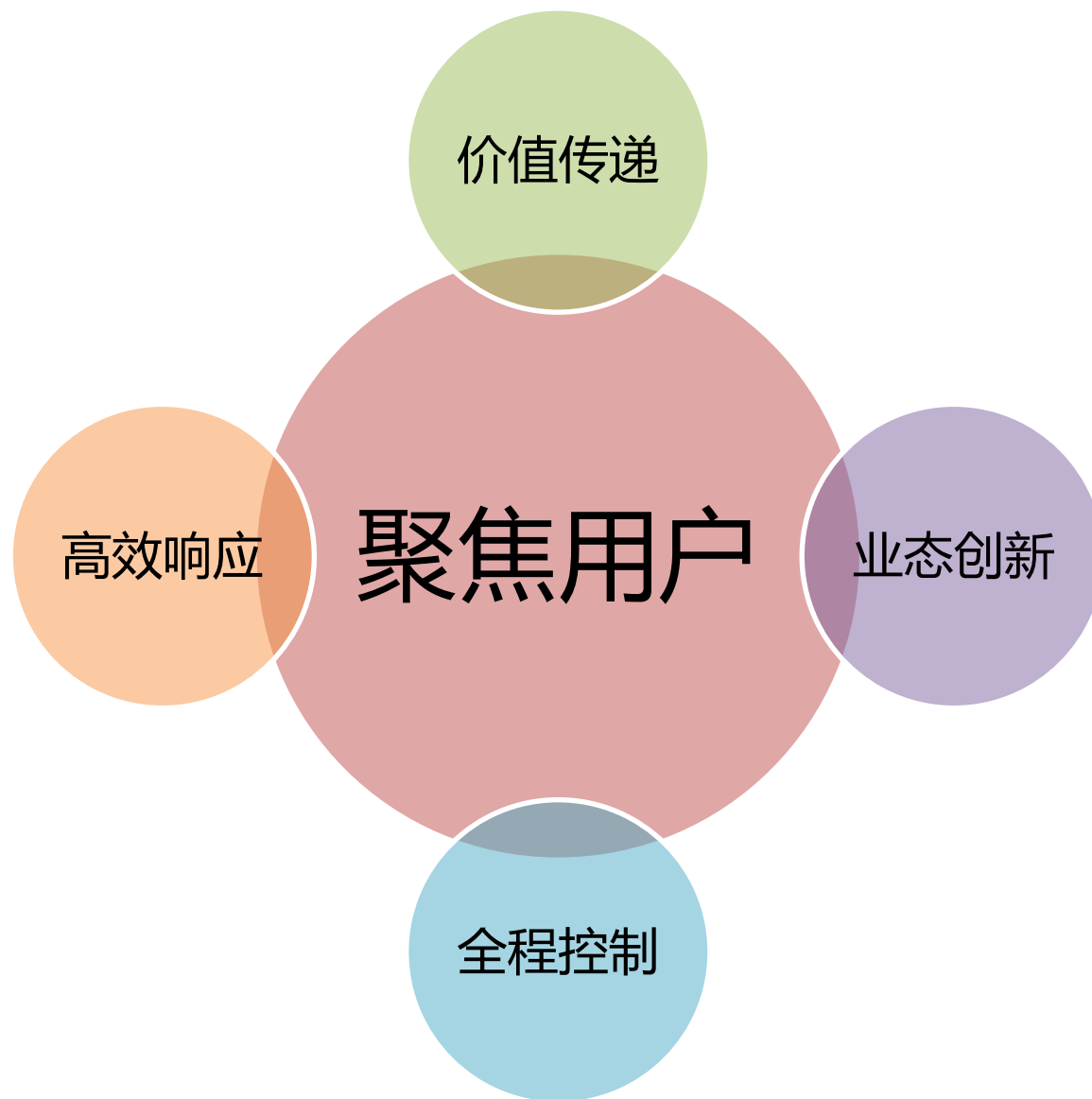
场

位置第一

场景至上

提升底层逻辑的要素

如何定义百货零售业的自有品牌



不能回头的必然之路



第17届中国百货零售业年会暨商业创新峰会
THE 17th CHINA DEPARTMENT STORE AND RETAIL INNOVATION ANNUAL CONVENTION



谢谢！