





亚细亚大规模改革：把顾客当成上帝 业绩攀升迈入全国行列

总经理王遂舟管理商场，进行了大规模的改革，把德化商场改名亚细亚（Asia），

名字听着比较洋气，有太阳升起的美好之意，预示着商场能够欣欣向荣。

在报纸媒体上刊登招聘信息，高于同行业的薪酬，当时的报名超过几千人，最终淘汰了一半人的人数，除了基层和管理岗位，大部分都是年轻漂亮的女孩。

王遂舟是军人出身，利用三个月的时间，把这些新员工进行军事化的培训，并且选拔气质不错的女孩，成立了升旗队，进行礼仪训练，每天升旗的时候，成为了亚细亚广场一道靓丽的风景线。

亚细亚商场服务至上，真正把顾客当成了上帝，商场对每个岗位的服务员，要求也比较高，不但要熟悉货品的种类，还要知道它的价格，并且首次推出无理由退货，无论什么情况下，面对顾客都必须保持微笑服务。

去亚细亚商场，当时成为一种时髦的购物体验，每天逛商场的人都特别多，简直是万人空巷。那时候商场经常搞抽奖活动，一等奖奥迪车一辆，放到现在都是不小的诱惑。

有些小伙子去亚细亚，就是为了目睹服务员的风采，谁家要是有人在亚细亚上班，也是一件让人骄傲的事儿，记得上小学跟父母去亚细亚，最想吃门口的快餐车的孜然羊肉串。

亚细亚辉煌的时候，销售额达到九千多万，开业仅仅一年时间，销售额不断攀增，排名全国商场的第35位，成为河南第一商场，全国很多商场都派人过来参观学习。



曾经轰动一时的亚细亚 最后是如何衰败的

随着亚细亚的生意越做越火，很快引起了其它商场的嫉妒和不满，郑州商业大厦、百货大楼、商城大厦、华联商厦，开始联合抵制亚细亚，拉开了“中原商战”的序幕。他们想相关部门有素亚细亚商场，不遵守市场秩序，要求给予相应的惩罚，而且还要求供应商不给它发货。

面对同行的排挤和打压，亚细亚并没有畏惧，反而是迎难而上，推出各种优惠活动，吸引消费者的眼球，其它商场见状，也纷纷进行价格调整，最后商战硝烟弥漫，愈演愈烈，最终受益的是消费者，顾客消费还是会首选去亚细亚。

随着时代的不断发展，商业化的进步与改革，郑州亚细亚逐渐进入了衰退期，在盲目夸张和巨额投资的同时，并没有获得很好的效益，供货渠道和资金链条，消费模式和理念，出现了很大的问题，加上商场内部管理也逐渐混乱，曾经辉煌升起的亚细亚，也正式宣布破产，被年轻人慢慢遗忘。

如今郑州发展日新月异，城市的商业变得更加繁荣，丹尼斯大卫城、正弘城、国贸360的崛起，让郑州二七商圈不再有往日的花样年华。

但是，郑州亚细亚推动了郑州商业的发展，代表了商业时代的一个成功典范。