

Parkson Malaysia Di Rangkaian Ke-2 Jenama Runcit Paling Bernilai Di Asia Tenggara
Bernamea
22 Mac, 2013
Oleh Tengku Noor Shamsiah Tengku Abdullah

SINGAPURA, 22 Mac (Bernama) -- Interbrand, satu daripada perunding penjenamaan terbesar dunia mengumumkan Parkson Malaysia berada di rangkaian kedua sebagai jenama runcit paling bernilai di Asia Tenggara.

Rangkaian lima Jenama Runcit Paling Bernilai Asia Tenggara bagi 2013 yang dibangunkan oleh Interbrand itu, menyaksikan FairPrice dari Singapura berada di tempat pertama.

Jenama runcit lain yang berada dalam senarai itu ialah SM Dept Stores (Filipina) di tempat ketiga, Matahari Dept Stores (Indonesia) di tempat keempat dan Big C (Thailand) di kedudukan kelima.

Parkson, jenama Malaysia yang kini terdapat di China, Indonesia dan Vietnam, bermula 25 tahun lepas sebagai jenama bagi 'setiap orang, tidak kira siapa diri anda'.

Hari ini, jenama itu turut meraih kejayaan dalam e-katalog dalam taliannya dan promosi biasa yang melibatkan pembeli.

Industri runcit global menyaksikan keadaan tidak menentu beberapa tahun ini disebabkan penurunan keyakinan pengguna dan Asia Tenggara tiada perbezaan.

Di seluruh rantau dan pasaran utamanya (Singapura, Malaysia, Indonesia, Filipina, Thailand dan Vietnam), industri runcit melihat perubahan amat besar dalam tempoh beberapa tahun lepas.

Dirangsang oleh perbelanjaan daripada pengguna kelas pertengahan, kebanyakan pasaran menyaksikan peningkatan permintaan bagi pelbagai barangan, termasuk runcit, fesyen dan penambakan rumah.

Menurut PricewaterhouseCoopers, kuantiti pertumbuhan jualan runcit Asia Pasifik diunjur berkembang enam peratus pada 2013, lebih rendah berbanding pertumbuhan 9.6 peratus pada 2010.

Meskipun rantau ini kekal sebagai destinasi utama bagi peruncit, laluan di masa depan dijangka berdepan dengan cabaran, dan beberapa peruncit lebih berjaya daripada yang lain.

-- BERNAMA

Copyright © 2013 BERNAMA

Source: <http://www.bernama.com/bernama/v7/bm/bu/newsbusiness.php?id=936565>