

“实体商业如何‘转’出新空间”系列报道之二

你有“11·11”网络狂欢 我做“1·1”跨年营销

实体店“差异化”应对网购挑战

每年岁末年初的“1·1”“跨年营销”似乎是传统百货商场的主战场。通宵营业、人头攒动，“白热化”的百货店年终购物战总能吸引眼球，新世界、八佰伴是关注度最高的竞争对手；去年，因为2011年11月11日这个“六合一”特殊日子，网络商家打出了“双十一”营销，竟无心插柳，营造了一个新的购物“网络狂欢日”，今年网络商家延续去年的“双十一”热，网上营销已是一片硝烟。

营销时间有“差异”

你有“11·11”网络狂欢，我做“1·1”跨年营销，实体商业、网络购物，似乎都在有意无意地打“差异化”牌，“尽管与网络购物相比，传统百货实体店缺少价格优势，但新世界重在温馨体验，赢在放心购物，争夺在新款、新样”，“双十一”来临，单体百货店的代表新世界商场，一方面在时尚类商品楼面展开促销，与网络争年轻消费者，一方面已在策划2013年跨年营

销、送、减、打折、换点等传统百货拿手的促销手段，将在2013年迎新促销中有新的突破。

做足功课找“差异”

“双十一”网络大战刚启动时，新世界从管理层到楼面经理到各个品牌营业员，人人都自觉地在海量般的网络店里寻找网店与实体店的差异。随着电子商务的发展，新世界经营的百货各个大类的各个品牌，几乎都在网上有旗舰店、代购店，其中有真有假，价格千差万别。但新世界发现一个有趣现象，网上“双十一”促销非常具有吸引力的商品，在新世界并没有，像一款女鞋，网上“双十一”最促销最低价为328元，网上标的市场价为598元，实际上新世界同品牌女鞋中并无此款，还有市场价1380元，网上“双十一”最低价449元的床上用品四件套，也是网络有、新世界无的“网络款”。“双十一”网上也有与实体店相

同的款式的商品，但大多是老款，其中一些网店、实体店价格差得并不多，像某品牌羊毛衫，市场价749元，“双十一”促销价669元，新世界营业员介绍，这款是老款，已上市很长一段时间。网上也有一些参与“双十一”促销的商品，相比于市场价，价格优势很明显，但这个“网上优惠”要拿到，也有一定难度。

打好“差异”牌赢竞争

相比于网络的“11·11”促销热潮，新世界等实体百货店的“双十一”营销力度并不大，只有一些时尚类产品有相应的促销活动，“这其实也是一种差异化竞争的策略”，毕竟，“十一”黄金周促销热刚过不久，传统的迎新促销也近在眼前，与其正面交锋，不如错时、差异竞争。

与日益红火的网络购物相比，实体百货也有不少“差异化”优势，比如，实体店每笔交易都有机打发票，一方面比网络销售增加了税务成本，

但对于消费者来说，换来的是买个放心，售后无忧；实体店看得见，摸得着，消费者购物体验更佳、更温馨；网上服装、鞋帽等，以老款、基本款为主，实体店则是上新款速度快，新世界主动与品牌商家沟通，争取上新速度快点、再快点，做足线上、线下的差异化和时间差文章；同时，新世界地处中华第一街南京路商圈，商家云集，而新世界城本身也已建成商业综合体，餐饮、娱乐一应俱全，“与其说消费者是来购物的，不如说是来休闲的，逛街本身就是购物、休闲、聚会、锻炼身体综合体验”，这样的优势是网络购物无法体验的。

“找到与网络的差异，并做足差异化文章，实体店才能在电子商务发展热潮中保住自身的市场份额，留住自己的客户”，其实，不仅是线上、线下差异化同存是百货业发展趋势，对于消费者来说，网购、逛街也是互不矛盾、按需选择的购物方式。 本报记者 沈敏岚

本报讯（记者 乐梦融）上海博物馆建馆60周年纪念大会昨天举行。中共中央政治局委员、上海市委书记俞正声发来贺信。上海市委常委、宣传部部长杨振武，故宫博物院院长单霁翔，国家文物局副局长宋新潮出席纪念大会并讲话。

作为一家大型的中国古代艺术博物馆，上海博物馆自1952年成立以来，坚持不懈地以收藏、保护、研究中国古代艺术为己任，并将研究的成果通过陈列、展览、讲座等多种形式，让更多的人了解、感受到了中华传统文化的魅力。60年来，上博依托自身的资源优势，围绕爱国主义、民族精神和传统文化，努力做好面向社会的教育普及工作。自改革开放以来，尤其是迈入新世纪以后，该馆有体系、有计划地引进了众多能够反映古今中外不同文明的文物精品展览。

作为上海博物馆建馆60周年系列庆祝活动之一，“翰墨荟萃——美国收藏中国五代宋元书画珍品展”昨天同时开幕。

（相关报道见A21版·文娱新闻）

上海博物馆纪念建馆六十周年
俞正声发贺信，美国收藏五代宋元书画展开幕

深入走转改 喜迎十八大

上海新闻界纪念第13届中国记者节

本报讯（记者 孙云）昨天，以“深入走转改 喜迎十八大”为主题的上海新闻界纪念第13届中国记者节大会在广电大厦举行。市委常委、宣传部部长杨振武出席大会并讲话，向全市新闻工作者致以节日问候，向各类新闻奖项获奖代表表示祝贺。

杨振武说，在“走转改”活动开展的一年多时间里，上海广大新闻

工作者用实际行动践行媒体责任，为新闻宣传工作注入新的活力，带来可喜变化。无论重大主题宣传报道，还是突发事件和社会热点的舆论引导，都以自己的辛勤付出和出色表现，证明了上海的新闻队伍是一支能打大战、敢打硬战的队伍。当前和今后一个时期，要把迎接十八大、宣传十八大、贯彻十八大作为首

要政治任务，高质量高水平地完成各项宣传报道工作。要大力发扬“走转改”精神，深入落实“三贴近”要求，使新闻宣传工作更好地为党和政府工作大局服务、为人民服务。

大会表彰了第21届上海新闻奖、第22届中国新闻奖上海获奖作品和第11届上海长江韬奋奖获奖个人。其中，本报《上海好心人》栏目

荣获第22届中国新闻奖一等奖，本报记者乐梦融撰写的《小读者横穿大半个上海来还书》获第22届中国新闻奖二等奖，本报记者叶晶和林木杰荣获第11届上海长江韬奋奖。

市委宣传部副部长朱咏雷向一线新闻工作者代表赠送《高举责任的火把——上海“走转改”一年间》画册。市新闻工作者协会主席、市新闻学会会长朱超致辞。

昨天，市新闻工作者协会女记者工作委员会还举办了“她眼中的都市之美——上海女记者摄影作品展”，并开通上海女记者网站，成立“未来女记者”志愿团。

为人民代言 为时代放歌

——上海新闻界纪念记者节大会侧记

的纪念。电视纪录片回放了电视台记者手握话筒在狂风暴雨中坚持直播的场景，也讲述了报社摄影记者肩头二三十公斤重的摄影包“像风筝一样在空中飞”的惊险，更以近1000篇（条）重点报道、100余小时电视和网络直播、800余张图片以及新媒体连续通报最新灾情和交通情况的工作成绩，证明了上海新闻媒体与这座城市脉搏一起跳动。

随后，各新闻单位代表一一讲述了自己的工作体会。本报《上海好

心人》专栏荣获第22届中国新闻奖一等奖，记者金曼介绍了专栏开办11年来，以平面报道以及微电影、微视频等新形式立体化报道300余位“上海好心人”的经历，也介绍了本报与市文明办联合举办两届“上海好心人节”，成立13支公益服务队为“好心人”解决实际困难的情况，呼吁大家胸怀大爱，从小事做起，人人争做“上海好心人”。

上海广播电视台《直通990》主持人海滨带来一段视频与同

行分享，不少观众看到老山战士在听众帮助下找到牺牲战友父母兑现27年前承诺的画面，感动地拿出纸巾擦泪，海滨在台上也是哽咽难语。

“走转改”的实践只有开始，没有终结。正如青年新闻工作者自己创作并演唱的歌曲《在路上》所抒发的情怀，广大上海新闻工作者表示，将继续深入“走转改”，进一步提升为大局服务、为人民服务的能力，为人民代言，为时代放歌。

本报记者 孙云

《现代服务业“五新”一百例》首发
俞正声致贺信

本报讯（记者 胡晓晶）11年前8个“草根”创业起家，现如今“黏”住2亿用户，初创业面上没几块钱的沪江网，是如何拒绝百万风投、坚决不离沪，终于“炼”成全国最大的在线学堂的？昨天下午，《上海现代服务业“五新”100例（第一辑）》首发式暨现代服务业商业模式理论研讨会

本报评选“30年30名金牌读者”

当选者将获特制金牌和免费订报单

本报讯 如果您曾读着新民晚报一天天长大的，如果您与晚报有一段不得不说的故事，那么，现在就把想说的都说出来吧！即日起至12月底，本报推出“30年30名金牌读者评选活动”，诚邀海内外热心读者参与。

新民晚报创刊于1929年9月，“文革”期间被迫停刊，于1982年复刊，今年是复刊30周年。目前，新民晚报在全国及海外华人圈共发行100多万份，旗下拥有新民网、《新民周刊》《新民地铁报》《新民晚报社区版》《新民晚报大学版》等。去年，经国家工商总局认定，新民晚报获评“中

国驰名商标”，这是上海第一个入选“中国驰名商标”的新闻媒体。

参加活动的读者，请填写下您和新民晚报的情缘故事，与姓名、性别、职业等基本信息一起，在11月30日前发送至电子邮箱 xmhdbz@163.com。我们将按照广泛性、代表性、知名度与影响力等标准，评选出30名金牌读者和30名金牌入围奖获得者，并于12月底召开颁奖典礼。金牌读者们将获本报特制金牌，同时将免费获得5年和3年的晚报订报单。欢迎广大海内外读者与我们一起分享复刊30周年的喜悦！（马晓蕊）



邻里牵手行

搬入新家令人欣喜，但尚未成熟的社区环境却让很多居民生活有烦恼。在杨浦区新江湾城街道尚景园居民区，每月一次街道派出便民服务队，为居民提供免费理发、修伞、配钥匙、修车等服务。

由市福利彩票公益金、杨浦区福利彩票公益金出资，上海阳光青少年网络矫治社工师事务所承接的“邻里牵手行”公益项目旨在通过专业的社工网络与丰富的项目经验，帮居民一起早日适应新环境。

本报记者 陆梓华 孙中钦 摄影报道