民生上海 百联集团成立10周年特刊

百联十年铸辉煌 万紫千红总是春

■ 第一八佰伴

■ 百联东郊购物中心

■ 东方商厦

■ 百联旗下企业在南京路步行街密集分布

■ 百联又一城

■ 百联青浦奥特莱斯

■ 重庆百联购物中心

本版摄影 吴志明

通讯员 黄岩 曲铭 本报记者 胡晓晶

布局东西南北中 沪上商业地标

翻开2012年沪市百货业单店销售20强排行榜，百联旗下的第一八佰伴以45亿元年零售额的业绩高踞榜首，其他百联门店还包括：上海市第一百货商店、东方商厦、永安百货、东方商厦中环店、东方商厦南东店、虹桥友谊商城、东方商厦奉贤店、东方商厦杨浦店、东方商厦青浦店、永安珠宝、东方商厦嘉定店。而这些为市民熟悉的品牌，也是上海商业地图上的红色大头针。

南京东路步行街素来被称为“中华商业第一街”，“外地客”只要徜徉在这条具有百年历史的著名商业街上，会发现百联旗下店招格外醒目——

新中国成立后的第一家国营百货商店上海市第一百货商店，世界高端品牌的聚集地百联世茂广场，分列左右雄踞步行街龙头；旁边是洋溢青春活力的东方商厦南东店；有百年历史的永安百货、上海时装商店、上海市第一医药商店矗立于步行街中心路口；往下看，有华联商厦；茂昌眼镜、吴良材眼镜、亨得利钟表、亨达利钟表、冠龙照相器材等“老字号”，也星罗棋布散在南京东路步行街上。

其实，百联的“前身”是上海第一商业局和上海物资局。上海构建国际购物天堂，百联作为本土大国企正是占尽天时地利，强势布局：

沪南，徐家汇商圈里有国内首家中外合资企业东方商厦。以东方商厦为统一旗号，百联又布阵东方商厦青浦店、淮海店、南东店、长宁店等，形成了“番号”统一、服务一致的“东方系”大军。

沪西，古北商圈附近有虹桥友谊商城，拿到国家商务部的“金鼎商厦”称号；再往西，还有开放式独特建筑风格的西郊购物中心，社区文化天天演。

沪北，有25万平方米的“血拼茂”——超大型的百联中环购物广场，其中广场侧面的友谊商店多珍奇古玩，上海滩白相古玩的没有不知道的。

沪东，有充满活力的百联又一城，更有大名鼎鼎的第一八佰伴。第一八佰伴是浦东地区商业零售的标杆，也是上海零售业的大哥大，创造出多项中国第一：中国第一家经国务院批准成立的中外合资商业零售企业；创开业当天顾客107万人的吉尼斯世界纪录；创造零售行业日销售6546万元、每秒销售980元的全国纪录。近三年，蝉联百货公司单店销售总额、利润总额全国第一的桂冠。

远郊，奉贤南桥购物中心成为上海市郊零售业领头羊，2012年继续蝉联上海单体百货同比增长第一位。青浦奥特莱斯吸引了来自上海乃至江浙等地的世界品牌拥趸，开业5年来营业额年递增30%以上。金山购物中心开业当年盈利。

前不久，在社会评选的“我最喜欢的上海十大购物中心”当中，百联旗下第一八佰伴、百联又一城、青浦奥特莱斯、百联南桥购物中心皆荣列其中。同时，百联南方购物中心被市民们戴上了“血拼胜地”和“吃货聚集地”两顶桂冠。而开业已15年的南方购物中心通过布局调整，近5年每年利润递增5000万元。

未来，在上海商业图卷上，百联还将“地标式”插旗。百联世博源购物中心（一期）去年底闪亮开业，曾在2010年世博会期间供千万海内外游客休憩通行的世博轴华丽转身，成为上海商业新地标；世博源二期的筹建则如火如荼，二街五区将于年内全面营业。另外，杨浦滨江购物中心，崇明购物中心等项目将于近两年内开业；还有世纪大都会、迪斯尼奥特莱斯等一批项目在积极运作中。

飞入上海百姓家 服务贴近人心

和百联结缘，消费者更多是通过百联旗下遍布申城大街小巷的超市门店，联华、华联、快客，罗森、世纪联华、吉买盛等大小卖场超市。比如：前年为了杜绝当时的“问题馒头”事件的再次上演，联华率先在沪宣布对门店内销量大、保质期短的即食商品过期将不再退货，超市将直接自行销毁，同时开建沪上连锁企业内最大的质检中心；去年，针对物价走高给消费者带来的压力，联华又联合良友海狮、光明乳业、乐惠米业、统一食品、李锦记、联合利华、宝洁等海内外重点供应商，对精选的250种涵盖“开门七件事”的民生商品让利，“惠生活”价格牌便宜10%–50%不等。如今，仅24小时营业的快客门店，在沪就有1000多家，让“夜上海”照样有的卖；而世纪联华、吉买盛则成为阿姨爷叔们每日光临之处，包括青浦、奉贤、嘉定、金山、松江的居民也说，倪再不需要跑老远路到市区，郊区和市区买东西呒啥两样。

而作为走在全国潮流前列的世界时尚之都，百联在引领上海的潮流，精明的上海人早就发现百联一直在变新变潮。像浦东第一八佰伴，从传统的百货商厦变身为“瘦身版”的购物中心，既有“百货+食品卖场”的新商业体验引人，又靠不断出新的促销手段人气爆棚。在刚刚过去的“五一”期间，八佰伴就携手马天奴及粉红玛丽两大品牌，在商场的T台上举办了多场“春暖花开”2013春季女装新品发布会，让大牌的T台秀走近普通消费者。

针对申城另一条时尚街淮海路现在正面临着的是否该走奢侈品牌风的“高端阵痛”，像东方商厦淮海店就用服务锁定“回头客”，服饰搭配、瓷器收藏、珠宝鉴赏等主题会员沙龙，以及仅向会员开放的特惠专场，让目标消费群体把这里当作“家”，常会来看看。

还有昔日的华联商厦张杨店，在前年改头换面“变身”为营业面积达6500平方米的永安珠宝，作为百联旗下首个中小型百货的转型试点，如今已是沪上经营面积最大、品类最多的专业金店。乘着最近金价跌抢金热大推金饰特卖，4月下旬以来每天营业额都在12万元左右，尤其“五一”3天实现销售660万元，比去年同期增长127%。

走出上海看全国 百联多点布局

以上海为龙头的长三角，是国内经济社会发展水平最高的城市群，也是国内外商业的兵家必争之地。10年来，百联新增网点85%集中在泛长三角地区。从上海看长三角，这让百联的商业视野更广。从2012年起，百联集团筹资百亿元，在全国投入新一轮发展项目的开发，其力度之大为前所未有。

比如：以2006年4月开业的上海青浦奥莱为“大哥”，百联又先后在杭州下沙和武汉盘龙开出奥莱，在国内率先实现跨区域连锁经营，因而2012年被中国连锁经营协会评为“年度零售创新大奖”。而宁波、南京、广东等地的奥特莱斯项目，现在正紧锣密鼓般地运作，不久又将在当地刮起一股奢侈品折扣集群的时尚旋风。

2013年2月，百联购物中心业态首次“落子”浙江，项目计划今年内在台州开业。

通过加盟、收购等不同方式，百联也在全国加快了对超市、卖场、便利店的落子速度。在沪浙地区近百家加盟商“最具影响力特许品牌”排行榜上，联华、华联和快客连续多年名列前三名。在苏浙皖的二三线城市以及乡镇，联华、华联超市比比皆是，700多家超市门店融入当地居民生活，万千员工与消费者结下深厚情谊。世纪联华在安徽6个城市拥有9家卖场，其中在芜湖、六安、巢湖成为该城业态领头羊。联华在杭州、温州、宁波、义乌、嘉兴等地还有200多家浙江门店，其华商店、庆春店等卖场年销售规模逾10亿元。此外，在广西，联华有大卖场、标超和便利店220家；在大连，百联拥有300多家快客；在北京，百联拥有170家联华快客。