

城人物简介

徐家平,经济学硕士,上海市政协委员,现任上海新世界股份有限公司总经理兼党委书记。同时也是全国新商会会长,中国商业文化研究会副会长。

最新被评为“2013年上海商业十大杰出人物”。此前,曾先后荣获全国“五一”劳动奖章、全国劳动模范、全国质量管理先进工作者、全国优秀商业创业企业家、中国EMBA十大精英人物、全国用户满意杰出管理者、中国零售业年度人物、中华老字号传承创新优秀掌门人等荣誉称号。

城采访印象

作为上海滩上的商界“老法师”,已经执掌了新世界城26年的徐家平谦虚平和,仍然一身上海老派商界当家人的典型气质。但是说到电商的“逼宫”,属羊的他还是忍不住要和外面的观点较劲,“电商吃不掉店商!”“百货公司不会死!”这些个颇具前瞻性和改革性的商业经营新观点,他会在商学院上课时跟那些比他小一辈的年轻企业家讲。



徐家平表示传统百货业“借梯登高” 本报记者 胡晓晶 摄

新世界城掌门人徐家平认为信心比黄金更重要 电商和店商 没有谁吃掉谁

本报记者 胡晓晶

“三八节”前马云高调放言3.8元或3.8折价吸引沪上网购族“下楼”消费,面对电商大佬的首次下线“攻城”,“根据地”原本就在线下的店商大佬又该作何应对?“我们新世界城这次‘三八节’也做

微信抢红包、也做手机商城购,这在上海滩百货圈里还是第一次。你要问我现在给自己打几分?用成绩说话,我打85分没打高!”今年也在O2O上“小试牛刀”的新世界城掌门人徐家平如是说。

1914年兴建的“新世界”,到2014年正好100年。作为申城百货业领头羊和全国单体百货店的十强,新世界城一路写下了众多“第一”:1988年成为南京路上第一家股份制企业,1992年在A股上市成上海商业第一股,2005年在沪率先引入大陆第一家杜莎夫人蜡像馆、黄浦区里第一家五星大酒店新世界丽笙、上海滩上第一家的室内真冰溜冰场……抢“第一”的基因,让新世界城这次又全面“活学”电商手法,在沪

“三八”大战网下不输网上

上商圈里先“吃了螃蟹”。“这次‘三八节’我们第一次尝试打出O2O(从线上到线下)组合拳,“三城联动”的实际效果超出了预期!”徐家平拿出数据说话:3月7日至9日,由于采用实体商城、网上商城、手机商城的“三城联动”新战术,新世界城今年“三八”实现销售额1.49亿元,同去年相比增长了10.9%。

“这已经是我们新世界城连续第6年打‘三八牌’了,谁说传统商业就不能有互联网思维?”徐家平举例今年新世界城的“三八”做法,“三张牌”不输电商:一方面,在实体店里面还是女性商品唱主角,但在全场商品最低3.8折之外,在同一栋楼里还加上了38元尝美食、38元看电影、38元K歌、38元溜真冰、380元住五

星级酒店、380元尝45楼旋转餐厅自助餐等配套的吃喝玩乐“三八价”。另一方面,“新世界城网上商城”的女装、女鞋、女包、母婴和美妆等商品,也同时与线下同步打出3.8折。此外,新世界城第一次尝试拿出38万元给网友微信抢红包,让自己的微信服务号“新世界城”(微信号:xsjcity)的粉丝数量增加到2.5万人,

成为沪上首家推出“微信抢红包”的实体店。

“有节用节、无节造节、小节大做、大节特做——电商喜欢造节,其实那也是向传统商业‘偷师’来的”,徐家平说。实际上,从2009年“三八”连续营业38小时,到2010年在沪首创积分消费促销,再到2012年的送20万股股票、200部iPhone5和200根金条,作为沪上商业营销“点子王”的徐家平,每年都会带着新世界城在假日经济上做出足文章。

“三八”大战不输,接下来怎么战?徐家平说到了这次全国两会,说他感受最深的就是社会各界代表都在热议互联网,包括“影子银行”“互联网金融”“电商规范”等等都是热门关键词,这就显示出如今在中国社会受互联网大潮影响的,绝对不止商业一个领域,他认为,市场经济的前提就是要讲公正公平,政府现阶段应该开始考虑把线下和线上放到同一起跑线上,尤其对后者在税收、规范等方面加大监管力度,而不再是“任小欺大”。

店商和电商亦可“化敌为友”

2012年“双11”后,王健林代表传统零售商曾和马云代表的电商就“十年后电商在零售市场份额能否过半”设下过亿元豪赌。“王健林和马云的赌局,你站哪一边?”“我坚信实体商业永远不会被替代!”徐家平认为,随着未来互联网法制法规逐步完善,传统商业和互联网经济不仅不是“谁吃掉谁”的概念,反而是“谁联手谁”。网上消费永远不可能代替线

下,因为逛商城、走实体店,消费者在埋单的同时还能解决文化、体验、情感、环境等多方面的软性消费需求;而且店商通过触网及与电商合作,也能拉来网购族。

实际上,虽然美国电子商务发展领先中国10年以上,但美国的网络购物在社会零售总额的占比还只有15%,而中国目前则仅占6.3%左右。从这一数据看,徐家平认为对于

国内实体零售业而言,未来10年将是攻代守、合纵连横的关键期,新商业模式不断在生成、演变、革命。现在传统零售企业感觉周边群狼环伺,电商也未必就能高枕无忧。电商固然占尽了网上“天时”,但传统零售仍有线下“地利”。其实,店商和电商的PK并非单纯你死我活,O2O大趋势下更体现了电商与店商的合作,像美国有梅西百货触网,国内有

北京王府井、杭州银泰触“电”,这次“三八节”沪上也有大悦城、巴黎春天和手机淘宝合作,这让新世界城也意识到必须快和线上拥抱力度。

“信心比黄金更重要!现阶段,店商不该再被电商打得节节败退,而是应考虑如何在互联网时代‘借船出海’‘借梯登高’。零售业已进入全渠道零售的新纪元,店商和电商将进入互相融合发展的新阶段,实体店将发展电商,电商也会逐步创建实体店,双方相向而行能让线上交易和线下配送更便捷更优化。”

百年南京路将再添一个新世界

从当年的一个年销售额只2千多万元、利润只有1百多万元、税收只几十万元的细、杂、小百货,变身为上海滩上数一数二的百货公司,新世纪城去年的销售、利润和税收均比1988年改制之初增长了200多倍,净资产增长了4000多倍。接下来,新世界城该怎么再往前走?

“一个是大众的高端,另一个是高端的大众!”据徐家平透露,在现有的新世界城之外,南京路步行街的另一端明年还将再造一个全新项目的新世界,但在商品品牌定位上会形成错位和互补,即现有的新世界城是“国际知名品牌”10%,偏向更大众化;而新项目则是“国际知名品牌”40%,同时另外还有一个“70%”,即70%的产品网上没卖,70%的

产品现有的新世界城没卖,70%的服务品牌上海滩首创,偏向于更高端。

2013年上海传统百货零售业遭遇了近年来罕见的最低增速,此时再造一个新世界城胜算在哪?对此,徐家平承认,中国的百货业在经历了十年黄金期后确实面临着各种巨大的压力。目前全球的城市商业业态都在伴随时代和城市的转型而转型。百货公司的大蛋糕是在缩小,但是不能就此判断城市综合体等“大块头”就能完全取代百货公司。

“我认为,城市综合体会在城乡接合部等城市边缘板块更有人气,而中心城区还是离不开精品百货。在中心城区做百货,如今一般性的百货公司生命力是不会长,因为在体量上毕竟比不过

‘销品茂’、城市综合体,但可以越做越细分、越做越精细,尤其是在核心商圈和地标地段,在百货经营上应把高端消费和中端消费相结合,把奢侈品和家居日用结合起来,把百货和吃喝玩乐结合起来,因为买LV、阿玛尼的朋友也不会天天想吃鲍鱼,逛着百货公司饿了就在楼里吃一次豆浆油条说不定也很开心;而中端消费者逢年过节偶尔也会想来次‘大出血’买个万宝龙、蒂凡尼。”

“百货公司不会死!因为没有不变的市场,只有僵化的头脑。都市百货还是大有做头,上海要建成国际经济中心、国际金融中心、国际贸易中心、国际航运中心‘四大中心’,核心商圈上必须有叫得响、走得快的都市百货名牌。”

诺伊曼公司郑重声明

苏州诺伊曼(NOYOKE)实业有限公司,是专业生产健康寝具的知名企业。随着我司品牌影响力的不断扩大,近期在市场上发现有假冒伪劣我司记忆棉的产品,严重影响我司的品牌形象,危害消费者利益。

故我司郑重声明:只有经我司授权许可的诺伊曼全国各大专营店、东方购物频道、诺伊曼天猫旗舰店、京东商城出售的诺伊曼产品为原装正品。凡未经我司许可,以任何形式制造、销售或使用与“NOYOKE 诺伊曼”注册商标相同或近似的产品或标志,以及各项专利,均属侵犯我司知识产权行为,对上述侵权行为,我司将依法保留追究其法律责任的权利。

特此声明

苏州诺伊曼实业有限公司
2014年3月14日