

十里南京路 百年新世界

百年商海争锋铸就百年商业传奇！百年辉煌伟业彰显百年文化底蕴！上海新世界的前身是始建于1915年的新世界游乐场，今年将迎来她创立100周年的荣耀时刻。新世界见证了南京路的沧桑巨变，是上海近代商业发展的缩影。

新世界改制二十多年来，始终坚持创新驱动、转型发展，取得了显著的经济效益和社会效益。今日的新世界，与改制之初相比，销售、利润和税收均增长了300多倍，净资产增长了3000多倍，创造商业不动产200多亿元。1995年以来，新世界在全国商业系统中率先荣获“全国质量奖”、“全国文明单位”、“全国诚信单位”等市级以上荣誉200余项，已然发展成为上海商业的一面旗帜。

百年商业史，一个新世界！是什么让新世界创下百年长青基业？是什么让一家老字号历经百年风雨依然焕发着光彩和活力？让我们一起探索新世界的百年传奇发展之路！

抓住改革机遇 做大新世界

新世界的前身，虽远远不及今日的规模，但仍有不少的闪光点，比如曾创造了上海滩的“六个最”：

1915年8月4日由黄楚九、经润三合伙创建了新世界游乐场，这就是如今上海新世界城的前身，地方虽小，却有不少的闪光点，创造了上海滩的“六个最”：是当时上海滩规模最大的游乐场所；推出了上海最早的戏曲“月票”；1916年，创刊了《新世界报》，是中国新闻史上最早出现的、由游乐场出资创办的第一份文化报；1923年，越剧最早的诞生地；1926年，“新世界游乐场”举办了中国最早的电影博览会，还评出了中国第一“电影皇后”；解放后，改名为“新世界百货商场”，是最早创立于南京路上的百货公司。

金、自主建设、自己管理，投资10多亿元，于1995年底建成了总建筑面积近75000平方米的新世界城，成为当时上海浦西地区单体建筑面积最大的商厦，为上海“三年大变样”增添了一个现代化的景观。

第三步是2003年的大扩张。经过重新规划、定位和改建，新世界总建筑面积近21万平方米，成为一座集吃、住、行、游、购、娱、商、旅、文于一体的新世界综合消费圈，也是南京路上规模超大、功能齐全、环境上佳，集购物、娱乐、休闲、餐饮、旅游、文化、酒店、商务等多功能于一体的现代化购物中心。引进了一批“国内领先，世界一流”的著名文化娱乐项目：大陆第一家英国杜莎夫人蜡像馆；区属第一家五星级大酒店；浦西最高的45F旋转餐厅；上海最高的47F星空酒吧；上海极其精致豪华的微型电影院之一；上海第一家室内真冰溜冰场。



2005年5月1日21万平方米的新世界综合消费圈建成

第四步是2010年的大拓展。新世界成功拍得南京路163地块，历经5年的精心打造，于2015年5月成功建成了南京路上第一家高端精品百货——新世界大丸百货。这也是上海真正意义上以百货运营模式经营国际顶级奢侈品牌的综合性百货商场。大丸百货致力于为消费者提供环境最美、理念最新、品牌最佳、服务最好、文化最高的百货商场购物新体验。



1915年8月4日，“新世界游乐场”开幕，为当时上海滩规模最大的游乐场所

1988年8月，新世界在国有企业深化改革的大浪潮中脱颖而出，率先实行股份制。改制以来，新世界全体干部职工锐意进取、努力拼搏，使公司从一个区属中小企业成长为全国百货商业十强企业，走过了三条由小变大、由弱变强、由传统向现代跨越的创业之路，实现了四步式的跨越发展：

第一步是1988年的大改制。1988年8月24日，经有关部门联合批准，新世界成为上海商业第二家股份公司、黄浦区第一家定向募集股份制企业。1992年，新世界公开募股成为上市公司。1993年，新世界股票(600628)正式鸣锣上市，成为南京路上第一股。

第二步是1993年的大改造。新世界抓住了1993年南京路大调整、大改造的契机，自筹资

至此，新世界形成了西有大众的高端“新世界城”、东有高端的大众“新世界大丸百货”的商业格局，东西呼应、定位互补，打造国际一流都市百货。



2015年5月15日新世界大丸百货正式开业

力推创新举措 做活新世界

新世界一直坚持“四个创

新”理念，即为消费者创造新的生活理念、新的生活方式、新的生活质量、新的生活需求。新世界攻坚克难、推陈出新，在发展中创新，在创新中发展。主要体现在：

(一) 营销创新，拉动消费

新世界通过开展有新世界特色的商旅文联动营销，积极吸引消费、引导消费、驱动消费、创造消费，开创了“十大文化营销”：

- 1、利用蜡像馆、电影院和旅游公司资源的商旅文联动营销
- 2、有节用节、无节造节、以节兴市的“节日文化营销”
- 3、名人进名店、名品进名城的“名人文化营销”
- 4、注重体验，现场互动的“体验文化营销”
- 5、把消费者个人情感差异和需求作为促销重点的“情感文化营销”
- 6、蕴含环保理念和绿色消费的“低碳文化营销”
- 7、现代化、科技化、电子化的“移动文化营销”
- 8、多行业互通共连的“跨界文化营销”
- 9、探寻、发扬老字号所传承的“历史文化营销”
- 10、热心慈善、旅行社会责任的“公益文化营销”

2015年，新世界百年庆营销大幕即将拉开，活动将从今年11月28日一直持续到2016年3月8日，涵盖感恩节、圣诞节、元旦、春节、三八妇女节5个重要的国内外节假日，并贯穿岁末年初的销售旺季，“双十一”之后上海商业主旋律就是新世界！

新世界坚持做市场的领跑者，通过营销活动留住外地人、召唤年轻人、吸引外国人、集聚上海人，增强在全市商业领域的影响力、吸引力和带动力。

(二) 诚信创新，赢得市场

诚信对于新世界而言，对外是一面旗帜，对内是一种向心力。自改制以来，公司始终把诚信体系建设视作企业生命线，从构筑商业诚信体系的高度出发，运用各种形式，深入开展诚信教育，不断为诚信体系注入新的内涵。

作为率先在上海商界成功探索构筑诚信体系建设的企业，新世界在全市商界率先开展了“全国百城万店无假货”活动，先后推出“三真”理念、倡导“卖真品、标真价、送真情”，坚决杜绝假冒伪劣产品在企业中出现，努力把消费者售前质量风险降为零。

新世界严抓质量管理，推动诚信经营，提出诚信新体系建设

“一、二、三、四、五”的目标：一个目标：十里南京路，诚信新世界；两个先：讲诚信力争在全市商业中有先发效应、力争在全区“诚信在黄浦”活动中先行一步；三个不：不做假帐，向股东负责；不卖假货，向顾客负责；不说假话，向社会负责；四个化：诚信体系建设做到全员化、全年化、全面化和全程化。五大诚信：合同诚信、服务诚信、价格诚信、质量诚信和法人诚信。经过不懈努力，2010年，在全国商业单位中率先荣获了“全国质量奖”。

新世界始终视诚信为企业

的安身立命之本，牢固树立

“质量第一，顾客至上”的质量理念，制定了一系列行之有效的诚信管理制度和措施，诚信文化建设不断完善和创新。新世界构筑诚信建设新体系的做法不仅有效地促进了企业的内部管理，在上海和全国引起了巨大的反响，也得到了社会公众的充分肯定。

(三) 服务创新，感召顾客

新世界作为上海窗口服务业的代表之一，多年来致力于创新服务理念，提高企业的服务能力。

新世界在不断追求卓越的过程中，在售后服务领域不断自我加压，在上海商界率先推出了“无须理由退货”，切入了商业行业退换货的“禁区”，超越了“三包”规定的时效、范畴和限度，以不到1%的退货额赢得了顾客绝佳的信任和满意，在上海乃至全国商界引起了轰动。

新世界开业至今，实现了从规范服务——星级服务——诚信服务——礼仪服务——微笑服务——云服务——真情·361°服务——三全服务的持续提升。在即将开始的百年庆第一篇章中，推出“三全服务”，即购物全球送、网络全联通、导购全自助。购物全球送就是，凭当日购物凭证可享受首重免费；网络全联通是指新世界率先结合公共网络资源，与黄浦数字商圈共同使用统一WIFI；导购全自助是新世界开创的“口袋导购”模式，顾客可以通过全新商场导购APP查看商场促销活动和店铺信息。

新世界始终围绕顾客满意，坚持“以人为本”，把最大限度地满足顾客需求作为检验服务质量的唯一标准。卓越的服务既提高了新世界的知名度、信誉度，更提高了顾客满意度，为新世界赢得了良好口碑，消费者近悦远来。

加快战略转型 做强新世界

如今，中心城区实体商业面临着高端消费外流、外地消费回流、本地消费横流、网购消费截流、多元消费分流“五个流”的严峻形势。实体零售业不转型就没有出路，不转变就等于死路。新世界作为实体百货的领头羊，理应在这样的变革中迎难而上，驱动转型。

(一) 转变观念，走创新之路

自2012年起，新世界就把创新驱动，转型发展作为企业发展的第一要务，通过实现

“十大转变”来提升企业的核心竞争力：经营理念创新，由商品销售型向商品销售服务型转变；营销思路创新，由市场趋动型向趋动市场型转变；经营定位创新，由中老年为主向现代家庭和年轻人为主转变；商品品质创新，由大众型向大众高端型转变；功能格局创新，由销品茂型向生活茂型转变；消费交易方式创新，由传统支付型向网络便捷型转变；促销方式创新，由单一价格型向商旅文联动型转变；效益模式创新，由数量廉价型向品牌品质型转变；战略定位创新，由单一百货型向百货业特强、多业并举型转变；运营模式创

新，由商品经营型向商品、资产、资本综合运作型转变。

新世界面对新机遇，积极转变观念，进一步提出了“三个对接”的构想，即主动对接自贸区，开辟新渠道；主动对接迪斯尼，展开新合作；主动对接长三角，实现新拓展。传统百货业在转型发展的关键时刻，唯有扬长避短，错位经营，创新驱动，才能在激烈的市场竞争中求得生存与发展。

(二) 转变业态，走升级之路

随着居民生活水平的不断提高，消费需求呈现多样化发展，传统百货单一的购物功能已不能满足现代都市人不断变化的消费需求。新世界率先将单一的百货业态向都市生活茂转变，实施业态转型。

新世界进一步做大以“蔡同德”、“群力”、“胡庆余堂”为主体的中医药业，走产供销、科工贸一体化的大健康之路，从而实现多形式、多功能、多业态的跨界联动，提供以精品购物为核心，集餐饮、娱乐、休闲、文化于一体的全方位、高品质生活体验。

新世界将打造主力百货、药业连锁、五星级宾馆、食品超市、进口商品专卖、教育培训机构等包含各种功能业态的“一业为主，多业并举”的新版图，使新世界成为消费购物的场所、时尚体验的场所、社交聚会的场所、休闲娱乐的场所、优质健康、教育资源汇集的场所。

(三) 转变技术，走联动之路

在“互联网+”的大背景下，新世界正确面对电子商务带来的冲击与机遇，借鉴互联网思维，大胆采用新技术、新手段，形成新思路。通过内部外部联动，打造智慧商业。

从内部联动来看，新世界从2013年开始了线上到线下、线下到线上的商业模式探索，提出了“网银一体、三城联动”三城联动的发展思路，通过做强实体商城，做优网上商城，做精手机商城，实现“线上线下联动，实体虚拟齐发展”的新世界O2O模式，实体商城、网上商城、手机商城三店合璧、三轮驱动、三城联动，开创全渠道零售新时代。

从外部联动来看，新世界借船出海，借梯登高，与腾讯、大众点评网、名品导购网等线上资源合作，实现了大数据联动；与银联、建行、上海大众等合作，实现了大企业联动；将团购、秒杀、微信红包等新颖的营销方式引入营销，实现了大平台联动；与妇联、慈善基金会等合作，开展慈善活动，实现了大机构联动。新世界全面推动大数据、大平台、大企业的全面联手，开启1+N模式。

通过内部和外部的联动，提升了新世界的品牌形象，增强了市场竞争力，扩大了社会影响力，推动企业可持续发展。

十里南京路，百年新世界！站在新的、更高的起点上，新世界瞄准建造国际一流都市百货的目标，努力运用新技术，探索新模式，形成新思路，为上海加快“四个中心”建设，为黄浦商业和南京路的繁荣繁华，为零售企业实现转型发展新跨越，作出我们新的贡献！（文：姚璐、崔红玉、宋森）