

新世界 新百年 新跨越

十里南京路，百年新世界。新世界走过百年，却历久弥新、活力依旧，书写了零售行业的佳话，缔造了国企改革的神话。让我们一起回首、分享和展望那个你所熟知的或未曾了解的新世界。

一、积极转变观念 创新营销新世界

新世界始终坚持“四个创新”的营销观念，即为消费者创造新的生活理念、创造新的生活方式、创造新的生活质量、创造新的生活需求，通过关注社会热点、打造营销亮点，创新营销引领沪上实体商业。

1. 积点营销，业内首创

2010年新世界突破了“立减”和“送券”的传统促销方式，颠覆性地推出了积点营销，它突破了单柜、单类、单层的限制，可跨类、跨柜、跨层累计，且凑足率高，让顾客更实惠、更划算。顾客对积点营销赞不绝口，形成了良好的口碑效应和雪球效应，各大主流媒体争相报道，正面宣传。积点营销实现了顾客、供应商、商家三得利，既让顾客买到价廉物美的商品，供应商又可以薄利多销，新世界也实现了销售利润大幅增长，影响力和辐射力进一步增强。因此，积点营销获得了2010年上海商业创新大奖。

2. 文化营销，示范带动

新世界坚持有节有节，无节造节，小节大做，积极开拓“节日文化营销”、“名人文化营销”、“体验文化营销”、“情感文化营销”、“低碳文化营销”、“移动文化营销”、“跨界文化营销”、“历史文化营销”、“公益文化营销”等十大文化营销，提高文化软实力，形成“天天是节假日、周周是黄金周”的营销效应，紧紧依托“吃住行、游购娱”多业态集聚优势和商品丰富、环境良好、服务优质来激发消费热情、扩大营销辐射度，在全市商界中铸造了一块“文化营销”的金字招牌。

3. 跨年盛典，邀你共享

新世界百年庆100天营销，已进入第二篇章，此次新世界将连续营业近100小时，新世界城内的上海杜莎夫人蜡像馆、新世界影城、上海歌城、五星级上海丽笙大酒店将配套通宵营业。新世界跨年盛典，除了享受热点商品特惠外，还推出高返利的百年纪念卡，购物满额，新世界城还会有100部iPhone6S、1000根金条、10000份新世界消费卡、100000袋大米等您赢。上海新世界大九百货首次尝试跨楼层品牌联动立减的营销活动，更有满额赠礼活动，为了让顾客安心购物，两店均延长了百货的营业时间，12月31日延长至次日凌晨2点，1月1日和2日延长至次日凌晨1点，陪你欢乐迎新年。

作为2015年百年庆营销的一项重要活动，为向市民倡导健康的生活方式，传递社会正能量，新世界联合五星体育，推出的“五星运动会·走向新世界”百万市民百公里健步走活动也将于12月31日画上完美句号。

新世界将继续以“大营销”带动“大发展”，用“大营销”撬动“大市场”作为工作思路，推动企业销售利润再上新台阶。

二、加快品牌建设 引领时尚新世界

品牌是一个企业存在与发展的灵魂，品牌是一个企业重要的

无形资产，体现着企业的凝聚力，新世界在加快品牌建设方面不遗余力，它已成为新世界参与竞争的载体、创造效益的源泉。

1. 商品品牌，提升档次

新世界坚持“从大众的高端到高端之大众”的品牌定位，按照“重点引进国际知名品牌，鼓励引进国际一般品牌，适度引进港澳台品牌，引进提升内地知名品牌，坚决淘汰细小杂牌”的原则进行品牌调整，通过筑巢引凤清品牌，腾巢养凤护品牌，合巢生凤创品牌，清巢护凤保品牌，不断提升品位档次，力争把新世界建设成为上海及全国一流的精品百货，并带动整条南京路，成为著名品牌的集聚地、流行品牌的发祥地，成为世界著名的商业街。

新世界基本形成了“1.2.3.4”的品牌结构，即国际著名品牌占10%、国际二、三线品牌占20%、港澳台品牌占30%、内地知名品牌占40%，并逐步向“2.2.3.3”品牌结构过渡。新世界大九百货则以“4.3.2.1”为目标，引进了Gucci、Ferragamo、Bottega Veneta、Tiffany & Co.、Burberry、Van Cleef & Arpels、Dolce & Gabbana等七大国际一线奢侈品牌。

新世界确立了“打造精品时尚新世界”的发展战略，通过实施品牌战略实现“优质商品、优质服务、优美环境、优秀形象”的有机统一。

2. 服务品牌，感动顾客

当前的零售业已全面进入消费者为王的时代，消费者行为的改变带来商业的改变，现代营销已经从“量的需求”阶段、“质的需求”阶段转向了“情感需求”阶段。因此，零售业发展必须提升服务软实力。

新世界近年来率先提出多项在上海乃至全国都是首创的服务理念和内容。1996年新世界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”，以不到1%的退货额换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。新世界拥有“朱卫新家电工作室”、“烟卷知己”香烟自营柜、羊绒衫知己等服务品牌，还率先提出了“卖真品、标真价、送真情”的三真服务，完成了从规范服务、星级服务、礼仪服务向感恩服务、云服务、“真情361°服务”的提升。百年庆阶段，新世界又推出了以“三个全”即购物全球送、网络全联通、导购全自助为核心的100多项服务。新世界通过特色服务为顾客创造价值，拉近了与顾客的距离。

3. 企业品牌，家喻户晓

“十里南京路，一个新世界”的广告语响彻上海滩，深入人心。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。

上海新世界城的前身是创立于1915年的新世界游乐场，地方虽小，却创造了轰动上海滩的“六个最”：她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，还评出了中国第一位电影皇后。新世界凭借悠久的历史文化底蕴，融合时代精神，将成为新黄浦区商贸文化的新名

片、城市文化的新符号。

新世界通过加快品牌建设，形成独特的品牌号召力。顾客在新世界既可以买到心仪的商品，又可以体验到新世界的特色服务，进而提高了企业的美誉度和知名度。新世界以品牌“质”的提高，带动了销售“量”的提升。

三、商旅文大联动 打造文化新世界

上海新世界城是南京路上集购物、娱乐、休闲、餐饮、文化展示、宾馆、商务为一体的“生活茂”，新世界以文兴商、以节兴市、以旅促销，商旅文联动，使消费者认识到新世界城销售的不仅仅是商品，更是一种文化标志。

1. 商业固本，创造需求

新世界商业地位在江、浙、沪地区有较强的影响力，并向长三角辐射，实现功能综合，引导综合消费，成为引领南京路的龙头企业。除了购物功能外，新世界在布局方面将更加重视餐饮调整，为顾客创造“吃喝玩乐游购娱”一站式体验，创造新的生活方式，形成功能性、娱乐性、体验性、文化性的“超百货”业态。

新世界城随着九楼餐饮楼70后饭吧、小辉哥、赤坂亭、天家等时尚餐饮品牌的引入，大大增加了商场人气。截至目前，又先后引进了拿渡香锅、和府捞面、新石器烤肉、九丸拉面、阿罗新疆餐厅等时尚餐饮品牌。新世界大九百货则将对B2层减少糕点、巧克力类食品比例，增加轻餐饮比例，引进日式自助餐和首次进入上海的日式甜品，ole超市增加日本、韩国等热销的特色商品，增加海鲜、生鲜食品等。新世界餐饮品牌调整成效显著，发挥了聚客作用，助力了营销。

2. 旅游升级，吸引客流

新黄浦区作为上海商业旅游资源最为丰富的区域，是海内外游客观光购物的必经之地。新世界充分运用上海杜莎夫人蜡像馆资源，与旅游局合作，吸引消费者到新世界购物，逛逛南京路，看看新世界。

多年来，上海旅游节期间，江浙沪20辆大巴会齐聚到新世界，江浙沪游客在畅游、畅游、畅玩新世界，明年随着梦工场成立、迪斯尼即将开园，必将带动长三角乃至全国各地客流涌入上海，这将是实体百货千载难逢的良机，我们将积极探索与这些著名品牌的结合点，寻求新的合作机会，尝试推出蜡像馆与其形成互动的旅游组合套票，实现旅游资源大联动。

3. 文化领航，触动体验

新世界在向都市生活茂转型中，更多地从“商品买卖”转变为“休闲娱乐”，从“满足需求”到“创造需求”，从“提供商品”到“提供文化”。综合运用艺术欣赏、人文体验、自然环保等元素来满足消费者的文化体验。为此，我们重点打造了一批“世界著名，国内一流”的文化娱乐项目：有大陆第一家的英国杜莎夫人蜡像馆；有中心城区第一家室内真冰溜冰场；有浦西地区最高的五星级旋转餐厅和望星空酒吧；有精致的新世界影城和上海歌城旗舰店……这些文化娱乐项目的引进，丰富了顾客体验，增加了他们的停留时间。

作为上海商业的排头兵和领先者，新世界在商旅文联动方面，借助个性化、综合化和差异化的功能配套，发挥自己的优

势，形成了自己独特的、难以复制的商业文化特色。

四、履行社会责任 铸就真情新世界

上海新世界股份有限公司是全国商业系统首家“全国质量奖”企业、上海商业系统中唯一一家“全国文明单位”，围绕“以人为本，追求卓越，奉献社会”核心价值观，坚持三个文明同步建设，勇于承担社会责任，持续实现稳健的经济增长回报社会、感恩社会，打造一个社会效益和经济效益持续提升的企业。

1. 经营之道，诚信为本

新世界是第一个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，推出零号工程，努力把消费者售前质量风险、售中购物不便、售后服务之忧都将为零，率先落实了“新世界无假货”的承诺，坚决杜绝假冒伪劣产品在企业中出现。

新世界为了推动诚信经营，还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：不做假账，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。新世界通过诚信经营，服务了顾客，赢得了市场。

2. 回报社会，热心公益

新世界为回报社会，主动开展资助捐助活动。2008年“5.12”特大地震后，向灾区捐款物达230余万元。2009年12月，通过上海市慈善基金会向四川都江堰地区捐赠532台电视机，为百位社区孤老送上节日慰问金。2010年，以68万元竞拍“新三毛”雕塑，拍卖款项用以支持残疾人复明事业。2013年，又向老年仁慈基金会捐款35万元。2013、2014年新年，倡导并带动一万多家商业单位共同参加蓝天下至爱“姐妹情千店义卖”活动，用于帮助上海特困孤老以及新疆地区贫困妇女。新世界在取得良好经营业绩的同时，竭尽全力回报社会，在公司形成了“公益在我心中、行动在我手中”的优良风气。

3. 奉献爱心，志愿服务

学雷锋为民服务志愿者队，坚持为民服务，至今已走过了31个年头，服务了近10万人次，从最初的2人发展到近百人规模，每月20日为来往路人和附近居民提供便民服务，项目从单一的修伞，发展到了十个便民项目。坚守服务承诺，用心传承。服务项目也从最早单一的“修伞”，发展为现有“修拉链、羊毛衫织补、小家电维修、理发”等十个便民服务项目。新世界还每季度一次为社区居民提供志愿服务，每年两次为社区敬老院服务，通过志愿者的持续奉献，向社会传递了正能量，展示了上海国际大都市的良好形象。

新世界作为一家具有社会责任感的上市公司，将一如既往地秉承“追求卓越质量，倡导现代理念，满足时尚需求，创造杰出成效”的企业宗旨，为营造和谐的消费环境，改善人们的生活环境，保护人

类的生存环境而持续努力!

五、拓宽战略布局 构建美丽新世界

新世界一直坚持在发展中创新、在创新中发展的经营策略，不断推陈出新，战略定位由最初的单一百货型向百货业特强、多业并举型转变，运营模式也由商品经营型向商品、资产、资本综合运作型转变，从而实现了销售业绩的大幅增长和市场竞争能力的持续提升。

1. 全新格局，多业并举

新世界作为国企改革的先行者和践行者，沐浴着改革的春风，抓住了机遇实现了四步式的跨越发展：1988年大改制、1993年的大改造、2003年的大扩张、2010年的大拓展。2015年5月15日历经5年的精心打造的上海新世界大九百货正式开业，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“新世界大九百货”的商业新格局，也实现了由单体经营向连锁经营的跨越。

未来，新世界将进一步做大以“蔡同德”、“群力”、“胡庆余堂”为主体的中药业，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。新世界努力打造主力百货、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”的全新版图。

2. 四大平台，互补发展

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“实网一体、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，形成“PC（网上商城）+手机APP（手机商城）+线下渠道（实体商城）”的构架，实现“线上线下同联动，实体虚拟齐发展”的O2O模式，如今新世界形成了网上商城、移动商城、大健康线上平台、跨境电商平台四位一体的新模式，进一步加强线上与线下的融合，开创了全渠道零售的新时代。

他山之石，可以攻玉。在大数据时代，作为实体商业的代表的新世界，通过互联网+实体百货的模式，自我革新、独辟蹊径，静待实体百货店的春天。

3. 把握机遇，再创佳绩

新世界面对新机遇，积极转变观念，提出了三个对接的战略思路。主动对接自贸区，开辟新渠道，利用政策优势，加强多领域合作；主动对接迪斯尼，展开新合作，通过一票通、直通车等形式，实现新世界杜莎夫人蜡像馆和迪斯尼两大著名文化项目的互动互动；主动对接长三角，实现新拓展，我们要立足上海，走向长三角，实施项目连锁，与长三角地区旅游局牵手开辟都市旅游购物的联动。

传统百货不转型就没有出路，不改变就等于死路。新世界坚持走创新之路、发展之路、转型之路、提升之路，要在激烈的市场竞争中闯出一条活路。

回首百年征程，新世界人倍感欣慰，展望未来发展，新世界人意气风发。新世界将站在新的更高的起点上，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作出新贡献！（文：姚璐、崔红玉、宋鑫）