



中央商场与现代快报 十年风雨 相知相携



十年磨砺 山百与快报共赴新旅程

一个是屹立南京 50 多年之久的老牌百货，一个是一张刚闯进报业十年的新锐报纸，两者看上去似乎并没有太多交集，但同样酝酿着突破变革、走向大发展的创新旅程。

老牌百货不断变革 焕发勃勃生机

作为南京商业团队中较早的一员，南京山西路百货大楼历经 52 年的历史变迁。最近十年，是山百大楼突破变革、走向大发展格局的十年。

2003 年，南京山西路百货大楼成功改制，组建南京山西路百货大楼有限责任公司。同时确立品牌经营战略，化大力气积极引进各类品牌，为山百后续发展开辟了思路和空间。

2004 年，山百公司确立了“百姓精品店”的经营定位和“走出山西路，走出百货业”的战略构想。山百坚持错位经营和差异化竞争策略，对 60% 以上原有品牌进行淘汰更新，全面完成提档升级。山百逐步引入了周大福、屈臣氏、肯德基等国际国内知名品牌。

2004 年开始，山百大楼实践拓展战略，先后向安徽淮北市东方百货，淮北市鼎盛国际购物中心派出管理团队，有力地提升了淮北商业品位和经营档次。山百还涉足安徽芜湖新时代商业街管理及商业地产项目。2005 年，山百积极探索商业资本运作，在江苏泰州购置了商业地产，使企业经营规模扩张了近一倍。2007 年，山百迎来 50 周年庆，并提出建设百年山百的奋斗目标。今年，山

百推出了集打折、积分、储值为一体的电子乐购卡，近期将为山百会员推出港澳游的超值服务，令人期待。

这十年，山百大楼从国有传统中型百货店，发展成为拥有 2 万多平方米经营面积，项目辐射江苏泰州、安徽淮北、芜湖等地的民营现代化百货零售企业。在未来 3 年至 5 年内，山百将加快发展的步伐，力争实现经营面积、经营规模根本性的提升，使山百继续成为南京山西路商圈的领头羊，成为南京百货商业中的重要力量。

山百与快报共赴创新之旅

无独有偶，站在十年的门槛上，快报也同样酝酿着变革和创新。建设网站、媒体融合……快报不断做出尝试，在同城报业中独树一帜。正是有着积极“创新”的共同特质，山百和快报相互携手。两者的合作不仅仅体现在广告投放、新闻报道等方面，更要加深互动活动的开展。快报 10 周岁生日之际，已成长为一个成熟的媒体。“创新”永远是山百与快报共同的话题。



商道·对话

快报:1999 年快报创刊时，中央商场就选择了与快报合作，可以谈一下当时的情形么？

中商:可以说，中央商场当年选择与快报合作，最重要的一点就是处境类似——两家都需要获得新生。对于中央这家当时拥有 60 多年历史的老牌百货来说，1999 年时，面临着接近亏损边缘的尴尬境地，设施老化、环境不尽如人意，不突破就没有发展；当时的现代快报正处于起步期，也需要突破。当时，南京的媒体竞争还不太激烈，我们注意到，新锐的现代快报的新闻报道是最有力度的，有着广泛的影响力，时效性强，对热点问题的把握很到位。这样的媒体对于迫切扩大影响的中央商场来说，是一个非常值得合作的平台。

快报:中央商场首创了与媒体的头版全年合作，并因此与快报结成了“战略合作伙伴”。合作十年以来，有怎样的感触？

中商:在南京的百货商家中，中央商场是第一个有抢占优势报纸头版资源广告位的商场，而在南京的平面媒体中，现代快报也是第一家放开头版资源，采用市场化运作手段的报纸。在南京



的媒体中，现代快报是中央商场尝试“全年合同”合作的第一家媒体。与此同时，作为南京商业的缩影，中央商场的许多信息动态又为现代快报的新闻报道提供了丰富的素材，快报在众多报道中都给予了强力支持。

快报:共同成长十年，现代快报改变了南京媒体格局，中央商场则在转变南京商业百货形象上起到了不可替代的作用，中央商场有怎样的理解？

中商:长期以来，南京商业百货给人的印象是以价格取胜，而对综合竞争力的打造不够。经过多年的发展，中央商场将商业形象的塑造渗透到各个方面，打造品牌聚集的购物中心，在品牌、环境、价格诚信、质量保证以及延伸服务等方面进行组合，

并在促销策略上进行不断创新。环境上，中央商场自 1992 年开始历经四次改造，不断提升购物环境水平；明码标价、明折明扣让消费者为中商产生信赖，赢得了 50 万 VIP 客户；“标准化退换货服务”以及设立第一家出租车停靠点，都是南京百货业的创新。

快报:风雨同舟十载，对中央商场和快报的未来有怎样的期待？

中商:中央商场目前拥有 7 家百货和 3 家超市以及一定规模商业地产项目，初具规模，已走上了集团化、连锁化发展的快车道，快报在经历十年的发展后也成为南京媒体举足轻重的一分子。未来，中央商场有信心打造成为百货连锁巨头，做百年老店，也希望快报面对新的媒体变化，成长为传媒巨子。

中央商场 十年大事记

1999 年告别老楼两日突破 2000 万元历史纪录，日均人流量达 40 万人次；“维权特快专列”正式启用。

2000 年新楼重张开业；中央商场 A 股上市；中央金城“金润发”超市正式开业；中央商场经营管理体系全面改革，告别旧的经营体制，迎接“中央购物中心”新的理念机制；中国劳模网站（中央网上购物商城）正式运营。

2004 年中央开始连锁之路，太平洋百货、淮安新安相继开业。

2005 年中央涉足商业地产。

2006 年开始进行四期扩建，营业面积由不到 3 万平方米扩大到 6 万平方米。

2007 年“新中央”概念提出，中央商场迈出集团化、连锁化步伐。

热烈祝贺现代快报创刊 10 周年

基业常青 百年“中央”

南京中央商场（集团）股份有限公司始建于 1936 年 1 月 12 日，现已由一家老字号单体店，发展成为一个多业态并存、跨地域经营的现代商业集团、A 股上市公司（股票代码：600280）。公司拥有 7 家连锁百货店、3 家仓储超市以及超过 50 万平方米的房地产开发项目等，是全国大型综合性商业企业和江苏省最大的商业企业之一。其中位于新街口 CBD 商业圈核心位置的南京中心店，营业面积 6 万平方米，经营商品超过 10 万种，围绕“时尚生活、温馨欢乐”的市场定位，努力实现“顾客满意是我们永恒追求”的服务目标，与 3000 多家国内外知名品牌缔结联盟，共同打造现代化的时尚潮流购物场所。

创行业一流连锁品牌，做基业常青百年“中央”。公司确立并实施“一体两翼”的发展战略，以百货零售为核心，以连锁百货为重点，以商业地产、仓储超市等为延伸业务，重点构筑城市综合体连锁项目，全力推进企业集团化、连锁化、社会化建设的进程。

围绕“明确目标，调整结构，整合资源，优化流程，融通文化”的工作思路，不断提高连锁百货的专业化、标准化、信息化程度；积极稳妥地发展商业地产项目，营造企业新的利润增长点；进一步深化技术创新，构建集团信息化管理平台；同时不断加快调整步伐，优化结构，提升形象，保持公司经济指标健康、稳定、持续增长，力争达到全国同行先进水平。

荣誉

中国零售百强企业
全国重合同守信用企业
全国商业诚信企业
中华老字号

中国商业名牌企业
全国百城万店无假货示范店
全国用户满意服务企业
金鼎百货店

全国五一劳动奖章
全国商业信誉企业
江苏省商品质量信得过企业