

上海新世界股份有限公司

2013 年度报告摘要

一、重要提示

1.1 本年度报告摘要摘自年度报告全文，投资者欲了解详细内容，应当仔细阅读同时刊载于上海证券交易所网站(www.sse.com.cn)等中国证监会指定网站上的年度报告全文。

1.2 公司简介

股票简称	新世界	股票代码	600628
股票上市交易所		上海证券交易所	
联系人和联系方式		董事会秘书情况	
姓名		马炳芳先生	
电话		(021)63588888*3322	
传真		(021)63583331	
电子信箱		nwuser@sh163.net	

二、主要财务数据和股东变化

2.1 主要财务数据

单位：人民币元

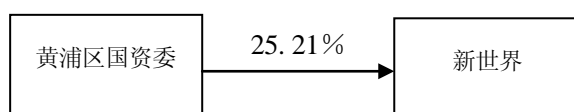
	2013 年(末)	2012 年(末)	本年(末)比上年(末)增减 (%)	2011 年(末)
总资产	5,226,680,956.80	5,198,288,899.74	0.55	5,568,253,348.21
归属于上市公司股东的净资产	2,398,594,395.41	2,234,305,451.00	7.35	2,063,271,841.02
经营活动产生的现金流量净额	414,773,747.69	445,450,042.28	-6.89	383,185,639.46
营业收入	3,450,319,695.88	3,547,821,336.33	-2.75	3,222,764,992.09
归属于上市公司股东的净利润	243,226,581.01	236,818,711.15	2.71	213,684,137.83
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	192,307,972.73	218,026,074.75	-11.80	195,327,183.42
加权平均净资产收益率 (%)	10.43	11.01	减少 0.58 个百分点	10.70
基本每股收益 (元 / 股)	0.46	0.45	2.22	0.40
稀释每股收益 (元 / 股)	0.46	0.45	2.22	0.40

2.2 前 10 名股东持股情况表

单位：股

截止报告期末股东总数(户)	76,617	年度报告披露日前第五个交易日末的股东总数(户)	75,413		
前十名股东持股情况					
股东名称	股东性质	持股比例(%)	持股总数	持有有限售条件股份数量	质押或冻结的股份数量
上海市黄浦区国有资产监督管理委员会	国家	25.21	134,074,446		无
上海新世界(集团)有限公司	国有法人	1.88	10,000,000		无
百联集团有限公司	国有法人	0.82	4,375,994		未知
上海盛大新创投资管理有限公司	其他	0.50	2,664,256		未知
中海信托股份有限公司—海洋之星 10 号	其他	0.43	2,266,277		未知
中海信托股份有限公司—浦江之星 17 号集合资金信托计划	其他	0.26	1,400,000		未知
郑创宏	境内自然人	0.25	1,340,500		未知
陈继国	境内自然人	0.25	1,318,100		未知
张丽华	境内自然人	0.24	1,288,853		未知
莫海	境内自然人	0.22	1,181,611		未知
上述股东关联关系或一致行动的说明	前 10 名无限售条件股东中，第 5、第 6 名股东同属中海信托股份有限公司。此外，未知其他股东间存在关联或一致行动关系。				

2.3 以方框图描述公司与实际控制人之间的产权及控制关系



三、管理层讨论与分析

2013 年，面对错综复杂的国内外形势，我国各族人民在以习近平为总书记的中国共产党领导下，从容应对挑战，奋力攻坚克难，中国经济行进在合理区间。全年 GDP(国内生产总值)同比增长 7.7%，这充分表明：中国经济稳中有进，稳中向好。第三产业占比第一次超过第二产业，占比提高到 46.1%；2013 年最终消费对中国经济增长的贡献率为 50%，显示了产业结构的优化；分产业看，第一产业增长 4%，第二产业增长 7.8%，第三产业增长 8.3%。2013 年内需继续成为增长主动力，社会消费品零售总额 23.78 万亿元，增长 13.1%，一些新的消费模式和领域表现出巨大活力，电子商务市场交易额超过 10 万亿元，增长 25%以上。内需对中国经济增长的贡献率达到 104.4%。

2013 年，上海商业面临前所未有的复杂环境，宏观经济下行压力没有减轻，家电节能补贴等消费政策接连退出，零售消费分流、外流情况日益严重，餐饮消费遭廉政规定、禽流感 and 食品安全问题等叠加冲击，商业企业用工、租金成本继续攀升，百货等传统行业的生存压力持续加大，创历史记录连续高温和雾霾天大大影响商场客流。然而，城市商业继续在调整与变革、探索和创新中努力前行！

虽然，上海商业的增速有所放缓，但其稳定运行的特点为城市经济和社会发展注入持久的动力。与其他经济产业横向比较，商业仍显相当的活力。一是商业经济指标在全市主要经济指标中处于领先地位；二是消费在规模上高于投资，在增速上快于外贸出口；三是商业税收保持稳定增长，对上海发展的贡献持续加大。2013 年上海实现商品销售总额 6.05 万亿元，同比增长 12.5%，保持了 2003 年以来连续 11 年两位数增长势头，成为全市主要产业经济指标中唯一的两位数增长指标；上海实现社会消费品零售总额 8019.01 亿元，同比增长 8.6%；全年上海商业完成增加值 3847.44 亿元，同比增长 6.7%，实现“三个领先”：增加值规模领先北京 1100 亿元；批发零售业实现增加值 3533.10 亿元，增加值规模在上海各行业中领先，商业对全市和第三产业经济增长的贡献率，分别为 15.6%、28.6%，不仅全市领先，而且拉动全市和第三产业经济增长 1.2 个和 1.7 个百分点。与此同时，我们看到了方兴未艾的网上零售和 O2O 等共同构建的商业新模式，实体百货与网络零售的结合互促已成为上海商业发展的新导向和新趋势；我们看到了上海自贸试验区和迪士尼度假区等大型商业项目即将逐步呈现的发展新利好；我们看到了上海商业的重心在于转变，在于细节，在于突破，其中不乏值得关注和深耕的新亮点。

习近平总书记指示，我们追求的经济发展“必须是实实在在和没有水分的增长”。从这个意义上说，2013 年上海商业零售额的增幅仍是可以欣慰的，因为这是消费市场的真实需求和本真面貌，是绿色、健康和可持续发展的。

2013 年，尽管实体店遭遇“重围”，面临“寒冬”，但我们新世界全体员工凝心聚力，攻坚克难，全力以赴，奋勇拼搏，最终基本完成了全年的各项指标。实践使我们深感零售业的发展，已步入转型的阵痛期、发展的僵持期和创新的瓶颈期。只有转变思路才能立足市场，只有不断创新才能走出困境，只有转型升级才能应对挑战，抓住机遇。

2013 年，公司荣获了“首届中国质量奖提名奖”，被商务部命名为“商贸流通业典型统计调查企业”；中国商业联合会对公司的信用状况进行评价，结果为 AAA，有效期至 2016 年 3 月 15 日；公司还获评 2013 年中国（上海）零售商年度总评榜“年度商业地标奖”和“年度创意营销奖”；被获准成为 2013 年上海市“销售真牌真品保护知识产权”承诺单位；新世界城荣获“2013 年上海购物节营销大赛最炫商业营销大奖”和 2013 年上海市“我最喜爱的购物中心”十大地标奖。另外，公司还获评第十六届“上海市文明单位”、上海市“诚信创建企业”、“上海企业文化成果优胜单位”等十多项荣誉称号。公司总经理徐家平先生荣获“全国优秀诚信企业家”、“上海商业十大杰出人物”、“上海市质量管理优秀领导者”等称号；公司属下蔡同德堂药号、群力草药店获评“上海市文明单位”和“上海市商务诚信建设试点工作先进单位”；三个文明建设再创新成绩。

(一) 主营业务分析

1. 利润表及现金流量表相关科目变动分析表

单位：人民币元

科目	本期数	上年同期数	变动比例 (%)
营业收入	3,450,319,695.88	3,547,821,336.33	-2.75
营业成本	2,517,543,172.66	2,583,870,764.57	-2.57
销售费用	148,763,777.13	144,284,590.48	3.10
管理费用	361,123,616.89	338,125,575.52	6.80
财务费用	88,584,492.78	128,675,633.52	-31.16
经营活动产生的现金流量净额	414,773,747.69	445,450,042.28	-6.89
投资活动产生的现金流量净额	50,912,658.98	118,011,784.46	-56.86
筹资活动产生的现金流量净额	-328,842,870.38	-767,014,067.34	-57.13

2. 收入

主要销售客户的情况

单位：人民币元

客户名称	营业收入总额	占公司全部营业收入的比例
市医保局	80,485,869.68	2.33%
上海复旦医药有限公司	25,744,072.80	0.75%
北京同仁堂健康药业股份有限公司	16,601,873.76	0.48%
上海市胸科医院	16,236,932.24	0.47%
上海医药分销控股有限公司	15,951,776.64	0.46%
合计	155,020,525.12	4.49%

3. 成本

(1) 成本分析表

单位：人民币元

分行业情况						
分行业	成本构成项目	本期金额	本期占总成本比例 (%)	上年同期金额	上年同期占总成本比例 (%)	本期金额较上年同期变动比例 (%)
(1) 商业	商品采购成本	1,856,913,610.73	73.76	1,988,779,255.28	76.97	-6.63
(2) 医药行业		646,262,911.68	25.67	581,262,281.20	22.50	11.18
(3) 酒店服务业	酒店餐饮成本等	10,276,628.62	0.41	10,769,292.73	0.42	-4.57
(4) 其他行业		807,540.00	0.03	1,677,650.00	0.06	-51.86

(2)主要供应商情况

单位：人民币元

供应商名称	采购总额	占公司全部采购比例
上海老凤祥首饰研究所有限公司	187,031,515.00	7.42%
亳州市沪谯药业有限公司	80,965,923.73	3.21%
周大福珠宝金行（苏州）有限公司上海分公司	49,373,761.54	1.96%
海南新老庙黄金有限公司	51,902,438.00	2.06%
中国黄金有限公司	51,483,516.00	2.04%
合计	420,757,154.27	16.69%

4.费用

单位：人民币元

项目	本期金额	上年同期金额	变动比率(%)	变动原因
销售费用	148,763,777.13	144,284,590.48	3.10	
管理费用	361,123,616.89	338,125,575.52	6.80	
财务费用	88,584,492.78	128,675,633.52	-31.16	减少原因系日均借款余额较上年有所下降及借款利率下调所致

5.现金流

单位：人民币元

项目	本期金额	上年同期金额	变动比率(%)	变动原因
经营活动现金净流量	414,773,747.69	445,450,042.28	-6.89	
投资活动现金净流量	50,912,658.98	118,011,784.46	-56.86	主要系上海新南东项目管理有限公司滚动拆借款项现金流量净流入比上年减少所致
筹资活动现金净流量	-328,842,870.38	-767,014,067.34	-57.13	主要系由于本报告期归还银行借款同比减少所致。

6.其它

2013 年，公司主要做了以下几个方面工作：

(1)经济增长基本完成了预定目标。

2013 年，公司实现营业收入 34.50 亿元，同比-2.75%；利润总额 3.42 亿元，同比增长 5.51%；母公司利润总额 3.02 亿元，同比增长 6.65%；净利润 2.52 亿元，同比增长 3.10%。基本完成了 2012 年度股东大会审议通过的主要经济指标。总之，各种困难比预想的要多，企业效益比预期的要好。

(2)坚持营销创新，营销活动出新招。

2013 年实体商店受国内消费市场疲软及网络购物和新兴业态的影响，保增长任务艰巨，但我们仍积极创新营销手段，全年营销活动形成三大特点：一是频率高、力度大。2013 年，公司共组织大

型营销活动 12 次，促销的频率和力度都大于历年。我们于 9 月成功承办了 2013 上海购物节，得到了社会各界的好评，公司荣获了“2013 上海购物节营销大赛最炫商业营销大奖”，主要经营者被评为“2013 年上海商业十大杰出人物”第一名，并作为零售商代表在上海零售商大会上作了题为《创新驱动，实现零售企业转型发展新跨越》的专题发言；二是有亮点、有突破。我们汲取网购的成功经验，在三八妇女节和购物节期间首推了“全国送、全球送”的服务举措；积极倡导科技购物和时尚消费，在沪上首家引入 3D 试衣镜，受到广泛关注，并于购物节期间推出二维码大型抽奖活动，开发了微信、微博等营销推广渠道；三是重联手、有新意。先是三八妇女节与快速消费品合作，购物送女性保健饮料；五一劳动节与电视台合作，开展《中国梦之声》招募路演活动；暑期与上海大众汽车公司合作，推出购物送轿车抽奖活动并上演了一场 3D 灯光秀；11 月份婚庆节向社会征集了 99 对有情人相聚新世界，“节奏大师”千人竞技赛也吸引了全国各地的高手参赛，得到了媒体和年轻群体的青睐；年底举行了以“新世界成立 99 周年感恩大回馈”为主题的店庆大型促销活动，再次展现了实体店年终促销的磁场效应，提振了市场信心。

通过一系列卓有成效的营销活动，为扩销增盈、实现全年主要经济任务奠定了基础。公司于年初成立了新世界网络销售部，在较短的时间内完成了新世界网上商城的设计与开发，并于购物节期间上线运营，通过一系列宣传和推广活动，网上商城的点击率和销售额正在稳步提升中。我们还在一至三楼商场开通了免费 wifi 热点，联手大众点评网推出了积点团购活动，顾客在线上下单，线下提货，初步实现了具有新世界特色的 O2O 营销互动。

(3)实施品牌战略，品牌引进见成效。

根据公司全年度“保四争五”的目标，全年度共引入核心品牌 45 个，这些核心品牌的引进进一步提升了新世界的品牌档次。

(4)创新服务理念，管理水平再提高。

我们积极参与了黄浦区商业窗口行业服务水平和服务质量测评活动，从宣传管理、服务管理、安全管理、环境管理、标识管理等方面进行综合检查 205 次，发现各类问题 103 项，整改率达 100%。我们再次创新服务形式，推出“真情 361°·尊享新世界”新理念，向顾客提供追求卓越、超越完美的服务。购物节期间，又推出了“三、六、E”服务理念，奉献“三份情”，即：专注之情、专心之情、专属之情；温馨“六个一”，即：“多一度服务，多一片真情，多一声问候，多一句关心，多一份考虑，多一点方便”；“体验 E 时代”，即结合网络资源和新兴社交平台，吸引更广泛的消费群体。

(5)追求卓越绩效，综合管理求突破。

公司参加中国质量检验检疫总局举办的首届“中国质量奖”评选，获得全国商业零售业首家“中国质量奖”提名奖。我们加大了综合管理力度，整顿纪律作风，提高工作效率，树立企业形象。6 月份起，公司对传统的考勤制度进行了改革，在企业内部实行“人脸识别”考勤制，从而严肃了工作纪律，增强了员工工作积极性和自我约束力。

(6)营造和谐气氛，三个文明共提高。

在新世界转型发展的关键时期，公司以贯彻落实十八大精神为契机，努力“让中青年员工有奔头、让骨干员工有干头、让一线员工有酬头、让厂方员工有盼头、让困难员工有阳头、让退休员工有想头”。

自4月份起,公司大胆使用,分批提拔了100多名各级骨干到各类岗位进行锻炼,其中70、80后骨干占提拔总数的近70%,使骨干队伍年龄结构更趋年轻化,加强了新世界骨干队伍的建设。

我们根据中央“八项规定”的要求,结合企业实际,自我加压,主动提出开展新世界党政干部“八个自觉带头”活动,充分发挥党支部战斗堡垒作用和党员先锋模范作用,为企业经济发展和稳定工作作出了应有的奉献。党工团组织不断创建和践行企业文化,促进发展、维护稳定、发挥合力。

公司党委配合行政中心工作积极开展金点子活动,组织党支部专题调研“新世界的网购发展”,组织党支部书记学习考察了环球港、环贸IAPM、K11等新建购物中心并提交了调研报告,从而积极为企业的建设发展献计献策。

(二)行业、产品或地区经营情况分析

1.主营业务分行业、分产品情况

单位:人民币元

主营业务分行业情况						
分行业	营业收入	营业成本	毛利率(%)	营业收入比上年增减(%)	营业成本比上年增减(%)	毛利率比上年增减(%)
(1)商业	2,424,286,647.83	1,856,913,610.73	23.40	-5.41	-6.63	增加0.99个百分点
(2)医药行业	792,706,003.42	646,262,911.68	18.47	10.40	11.18	减少0.58个百分点
(3)酒店服务业	154,735,622.41	10,276,628.62	93.36	-5.21	-4.57	减少0.04个百分点
(4)其他行业	63,068,232.78	807,540.00	98.72	-2.01	-51.86	增加1.33个百分点

2.主营业务分地区情况

单位:人民币元

地区	营业收入	营业收入比上年增减(%)
上海地区	3,434,796,506.44	-2.11

(三)资产、负债情况分析

1.资产负债情况分析表

单位:人民币元

项目名称	本期期末数	本期期末数占总资产的比例(%)	上期期末数	上期期末数占总资产的比例(%)	本期期末金额较上期期末变动比例(%)
货币资金	670,406,505.95	12.83	533,524,292.79	10.26	25.05
应收账款	172,244,644.54	3.30	171,337,136.42	3.30	-
其他应收款	363,058,807.30	6.95	369,146,568.64	7.10	-2.11
存货	170,204,979.31	3.26	168,114,655.39	3.23	0.93
长期股权投资	856,117,396.59	16.38	869,671,194.71	16.73	-2.09
固定资产	2,853,608,279.35	54.60	2,944,614,508.85	56.65	-3.62
在建工程	577,896.00	0.01	577,896.00	0.01	-
短期借款	1,770,000,000.00	33.86	2,081,000,000.00	40.03	-15.41
其他应付款	47,089,193.65	0.90	98,672,820.47	1.90	-52.63

其他应付款:减少原因主要系上年收到的专项资金3,600万元本年转入营业外收入。

(四)核心竞争力分析

(1)经营班子团结稳定, 绩效卓越

公司经营班子团结稳定, 总经理徐家平先生自 1988 年起即作为公司主要经营者, 政通人和地带领整个经营团队和全体员工, 一步一个脚印奠定了新世界在上海浦西地区的商业龙头地位。公司坚持科学发展观, 坚持三个文明同步建设, 是上海商业系统中目前唯一一家获得全国文明单位, 中国质量奖提名奖, 全国质量奖和全国实施卓越绩效模式先进企业; 公司具有较独特的企业文化和发展理念。

(2)十分注重结构调整和品牌引进

公司自 2006 年以来, 十分注重结构调整和品牌引进, 迄今新世界城经营着近 20 万种商品, 是一座现代的“生活中心”。公司坚持商旅文联动的经营特色, 在做大做强百货主业的同时, 打造了上海杜莎夫人蜡像馆等一批驰名世界的文化娱乐项目, 购物、宾馆、餐饮娱乐、休闲等各种功能较为齐全, 为上海商业的发展带来了一定的先发效应、品牌效应和集聚效应。

(3)得天独厚的地理位置

新世界坐落在上海南京路、西藏路黄金十字路口, 下有三条地铁线交汇, 旁有上海交通枢纽相邻, 拥有全球最大的客流量, 公司年接待顾客约 4000 万人次, 销售额约占南京东路商业街销售总额的四分之一左右。

(五)投资状况分析

1.对外股权投资总体分析

(1)持有其他上市公司股权情况

单位: 元

证券代码	证券简称	最初投资成本	占该公司股权比例(%)	期末账面价值	报告期损益	报告期所有者权益变动	会计核算科目	股份来源
600638	新黄浦	324,947.20	0.03	1,718,496.00	292,599.42	300,456.00	可供出售金融资产	原法人股
600827	友谊股份	2,811,348.00	0.06	9,601,407.69	14,040.00	1,254,895.23	可供出售金融资产	原法人股
合计		3,136,295.20	/	11,319,903.69	306,639.42	1,555,351.23	/	/

(2)持有非上市金融企业股权情况

所持对象名称	最初投资金额(元)	持有数量(股)	占该公司股权比例(%)	期末账面价值(元)	报告期损益(元)	报告期所有者权益变动(元)	会计核算科目	股份来源
上海银行	217,300.00			217,300.00	101,522.56		长期股权投资	发起设立
合计	217,300.00		/	217,300.00	101,522.56		/	/

四、董事会关于公司未来发展的讨论与分析

(一)行业竞争和发展趋势

李克强总理在《政府工作报告》中指出，“扩大内需是经济增长的主要动力，也是重大的结构调整”。要“从需求方面施策，从供给方面发力，构建扩大内需长效机制”。李总理还指出，要“把消费作为扩大内需的主要着力点。通过增加居民收入提高消费能力，完善消费政策，培育消费热点”。要“充分释放十几亿人口蕴藏的巨大消费潜力”。

2014年1月23日，商务部副部长房爱卿在国务院新闻办举办的发布会上表示，2013年国内消费市场总体呈缓中趋稳，稳中加快的趋势；2014年，消费市场将继续保持稳定增长。国家发改委在《关于2013年国民经济和社会发展计划执行情况与2014年国民经济和社会发展计划草案的报告》中披露，“2014年社会消费品零售总额预期增长14.5%”。为着力扩大内需，充分发掘消费潜力，一要增强居民消费能力，二要大力培育和发展新的消费热点，三要优化消费环境，完善城乡流通网络，加快发展城市共同配送和农村配送，促进快递服务与网络零售协同发展。

消费需求是拉动经济增长最稳定、最持久、最基础的动力。2014年，居民收入继续增加，社会保障进一步完善，城镇化进程明显加快，大众化消费比重上升，养老健康消费需求潜力开始释放，这都有利于扩大消费和结构升级。

商务部新闻发言人沈丹阳在3月8日举行的商务部例行发布会上表示，2014年国内消费市场仍将延续2013年以来平稳较快发展的态势，消费形势呈现出潜力巨大，压力犹存的特征。更重要的是，党的十八届三中全会部署的各项改革将进一步释放改革红利和市场活力，国家工业化、信息化、城镇化、农业现代化的进程加快，以及信息技术发展带动流通创新。这些都将进一步释放消费潜力并激发新的消费需求。

如今，一方面，O2O已成为商业发展的新导向和新趋势，O2O即Online To Offline，是指线上到线下，核心是将线上消费者带到线下实体店中，让消费者在线支付购买线下的商品服务，然后到线下享受、体验服务。其表现形式日益丰富，行业渗透面逐渐拓宽。不仅电商竞相发展O2O，新模式掘金战无人缺席；实体店加速“触网”，全力拥抱O2O；线上线下优势完美结合，购销双方多方位获利。显然，电子商务的纵深发展，实体商业与电子商务的融合促进正当其时。

另一方面，“千店一面”现象明显，实体商企亟待走个性化之路。商业企业亟需快速调整经营策略，捕捉独特卖点，营造个性化、特色化购物氛围，从而吸引更多客流。至2013年末，上海新开购物中心达13家，总面积193万平方米；预计2014年~2015年还将新开业购物中心100多万平方米。目前，上海购物中心数量大约是百货店的两倍，平均每个区约有6家购物中心，部分中心城区甚至接近20家。购物中心缺乏总体规划的大肆建造、扎堆开业，破坏了原本较和谐的竞争环境，分流了原有购物中心和百货店的有效客流，对购物中心和都市百货业态的有序健康发展形成了强烈的冲击。

面对不断蚕食零售市场的电商，以及日益狭隘的市场，“体验式消费”理应成为购物中心和都市百货的核心竞争力。商业企业要在增加餐饮娱乐类体验业态比重的同时，更着眼于拓展体验式消费的深度与广度，通过全渠道零售、全方位服务，提供更优质的购物环境，更完备的服务体制。零售业不外乎要做好三件事：第一是客流量，第二是转化率，第三是回头率；换言之，要让看客变顾客，顾

客变常客；真正从细节上抓住顾客的心，赢得消费者的青睐。

线上快捷便利，线下体验丰富，对消费者来说，二者各有所长。事实上，实体商店和网络零售并非油水互不相容的关系，店商可借助无线互联之力量，增强线上与线下产品和服务的互补性，综合提升消费者的购物体验，实践已证明，店商和电商联袂，能走出一条“双线融合”，互利、互惠、互补的改革创新之路来，共同撬动我国 13 亿人口的消费“大金矿”。可以这么说，在未来 O2O 的卡位战中，真正占据主导地位的主角，应该是既拥有互联网思维，又有强大供应链整合能力的实体商业。

(二)公司发展战略

1.面对新兴业态的突起、社区百货的兴起、网络销售的崛起，在经济疲软以及电商冲击、成本不断上升的情况下，传统百货正越来越受到中心商业空心化、经营商品同质化、同业竞争白热化的考验。因此 2014 年将是新世界增速换挡期、转型升级期、经营调整期、管理关键期。

2.我们必须努力把握企业转型过程中的阶段性特点，积极寻求百货业突围“寒冬”的方式方法，继续保持经济效益持续平稳增长，努力做到稳中有进、进中有升、升中有效，进一步提高经济增长的质量、效益和效率。

3.创新驱动，稳中求进，增收节支，走精细化发展之路。战略上要“稳中求进”，战术上要“稳扎稳打”。一手抓扩销，积极寻找新的经济增长点，力争市场营销再有新建树；一手抓节支，全面控制成本费用，千方百计打好精细化管理“攻坚战”。未来，百货业的发展在于进一步优化商品种类、品牌，提升产品和服务附加值，更多地着眼于满足消费者个性化和体验式的消费需求，打造自身特色，走差异化发展道路，通过开设分店或连锁化，实现规模经营也将是我们进一步整合、提升行业竞争力的一个重要发展方向。

4.以“科学发展观”为指导，以“实现十大转变”为主线，以“稳中求进，稳速建设、稳步调整、稳固管理”为重点，坚持“文化领先、科技领航、四轮驱动、两翼助力”，即：以企业文化为核心、以科技领航消费新模式、以新世界城、新南东 163 项目和新世界丽笙大酒店、蔡同德药业四轮驱动，以新世界网上商城、增收节支和资本融资两翼助力，坚持三个文明建设毫不松懈，努力实现新世界全面、卓越、可持续发展。

(三)经营计划

(1)营业收入增长 5%，为 36.23 亿元；

(2)利润增长 3%，为 3.52 亿元；

(3)品牌引进数量保 40 争 50。

2014 年，公司着重做好以下几方面工作：

四轮驱动之一——新世界城稳中求进再创佳绩

(一)市场经营

2014 年要集中精力抓促销，围绕“精细化”做文章，具体做到：

1.市场分析精细化

一要认真研究学习国企改革的相关政策法规，把握市场经济规律。

二要积极开展市场调研，从销售渠道、竞争对手、经营业态等多个方面对市场做出精确细分。

三要及时掌握最新的市场动态、供求变化和消费动向，为公司的经营决策提供依据。

2.经营定位精细化

我们要坚持“打造精品时尚新世界”的发展战略，进一步提升新世界城大众高端的品牌定位。

3.目标顾客精细化

一是巩固好主力消费群。要通过真情 361° 服务、VIP 体系建设等对其采取精准营销。

二是拓展好目标顾客群。要根据居住地、年龄层、职业、收入、消费喜好等多方面对目标顾客进行梳理细分，逐步向年轻人和都市家庭转变。

三是服务好潜在消费群。提高潜在顾客的转化率。

4.促销活动精细化

创新营销是新世界经济工作的核心，我们要进一步发挥新世界营销的引领和带动作用，全年统筹，突出重点，有序推进。做到“天天是节假日，周周是黄金周”，实现四个结合：一是线上与线下结合，二是公司与楼面结合，三是科技与消费结合，四是内部与外部结合。

2014 年将继续强强联手，与上海大众汽车、中国银联、雷达表、上影集团等大牌企业和机构保持密切联系与合作，共同推动市场、拓展品牌客户。

5.品牌管理精细化

确保品牌商品的新货上柜率和新品铺货率，不断扩大新世界店铺达到 A 级店标准的数量。

6.价格管理精细化

确保新世界 20 万种商品的定价更趋合理。

7.VIP 管理精细化

培养一批对新世界有忠诚度和购买力的白金 VIP 顾客群，积极提高 VIP 顾客的到店率和对销售的贡献率。

(二)布局调整精心化

新世界城全年布局调整以微调为主，突出重点楼层和重点大类。

1.楼层调整

一楼、二楼、三楼低区楼层要在提升品味档次的同时扩大销售，确保效益。四楼、五楼、六楼中区楼层要做好承上启下的桥梁作用，吸流不断流。七楼、八楼高区楼层要进一步做强特色，不断增强吸引力、集聚力和购买力。B1 楼、九楼及娱乐楼层要进一步发挥功能性、娱乐性、体验性、文化性，不断引进和充实年轻时尚的餐饮娱乐项目，以餐饮娱乐项目集聚并带旺人气。

2.品牌调整

(1)继续加大核心品牌的引进力度

重点引进有市场知名度、美誉度的国际大牌、熟牌和名牌。

(2)进一步加大对现有品牌的培育扶植力度。

重点培育一批年销售 1000 万、3000 万、5000 万、7000 万的销售大户，力争培养 1-2 家亿元销售大户，以品牌“质”的提高，带动销售“量”的提升。

(三)科学管理

全面推行精细化管理，突出重点、兼顾日常，在管理中发现及时整改。

1.突出重点抓管理

主要抓十个方面：

制度管理，收银管理，内控管理，质量管理，价格管理，安全管理，设备管理，细节管理，广告管理，出租楼面管理。

2.打造亮点抓服务

持续深化真情 361°服务，继续打造新世界在服务上的续亮点和特色。

3.把握特点抓队伍

一是党员干部队伍，二是青年骨干队伍，三是一线员工队伍。

同时，采取多种形式、多种方法，根据不同岗位职务的需要，进行多内容、多层次、多规格的教育培训，以适应企业持续发展的需要。

4.突破难点抓环境

把新世界城打造成大众的购物场所、高端的购物环境。

四轮驱动之二——新南东 163 项目稳速建设再跨大步

根据上海新南东项目管理有限公司其他股东的授权委托，新世界负责开发经营新南东 163 项目，为维护新南东全体股东的权益，在该项目 2013 年 12 月 8 日结构封顶后，特制订：

一个目标：把新南东 163 项目建设成为上海一流的高端百货，力争 2014 年底、确保 2015 年初建成开业。

两个同步：工程建设装潢与品牌招商引进同步。

三个 70%：即 70%的线上产品不卖、70%的产品新世界城不卖、70%的服务品牌上海创新。

四个新高：品牌、形象、效益、影响再创上海新高。

四轮驱动之三——新世界丽笙大酒店稳步调整再上台阶

新世界丽笙大酒店要研究战略合作意向，开辟新的营销渠道，引进新的管理人才，提升新的经济效益，确保全年 GOP 达到 7000 万元。

四轮驱动之四——蔡同德药业稳固管理再有作为

蔡同德要在新一届董事会带领下，体现新面貌、展现新气象、表现新作为，销售保 8 争 10，利润确保两位数增长。

两翼助力之一——以新世界网上商城拓市场

2014 年网上商城要增加经营大类、经营品种，力争上半年品种翻番，下半年商品过万。新世界城要在年内实现 wifi 全覆盖，积极开发手机商城，陆续开展推送促销信息、进行手机支付等增值服务，真正实现实体商城、网上商城、手机商城的三城联动。

两翼助力之二——以增收节支和资本融资保增长

今年要集中精力一手抓扩销增盈，挖掘潜力保增长，一手抓节能减排，严格控制各项费用支出。
增收：积极争取成为上海 12 家进口产品绿色通道的企业之一，通过开展进口食品业务扩大销售。

节支做到：班子带头，制度保障，内部控制，节约成本，改革创新。

改革创新：要善于抓住国资国企改革的机遇，充分发挥上市公司的平台优势，敢于克服重重困难，创造条件，通过收购、兼并、扩资、融资、投资等市场化手段，加速“造血”，实现混合制，特别是国有资产保值增值的新跨越。

2014年，还要进一步加强学习型企业创建，继续为员工办好十件实事。通过各种形式的劳动竞赛、岗位技能比武、星级员工考核等形式，树立典型，弘扬正气；继续发扬新世界人团结拼搏、锐意进取、开拓创新的精神，齐心协力，勇毅笃行，为实现新世界第五次大发展，为繁荣黄浦经济、振兴上海实体百货业作出积极贡献！

五、涉及财务报告的相关事项

5.1 与上年度财务报告相比，会计政策、会计估计和核算方法未发生变化。

5.2 报告期内未发生重大会计差错更正。

5.3 与上年度财务报告相比，财务报表合并范围未发生变化。

上海新世界股份有限公司董事会

董事长：徐若海

二零一四年四月十四日