

黄浦区委书记徐逸波、区长周伟等视察豫园

商城总裁梅红健、党委书记费慧林等陪同介绍



黄浦区委书记徐逸波(右三)、区长周伟(左三)等视察豫园商城

本报讯(王青云)8月4日上午,新的黄浦区委书记徐逸波、区长周伟在黄浦区市政管理委员会书记周繁珉、主任徐文虎等陪同下,考察豫园商业旅游区。约上午9:00多,徐书记一行从百翎路步入商城,等候在旁的总裁梅红健、党委书记费慧林迎上前去,边走边介绍。当徐书记、周区长折入凝晖路,来到中心广场时,梅总裁向徐

书记介绍道,整个商城内圈面积达5.3公顷,由天裕楼、华宝楼、和丰楼等10多幢商业楼宇组成。去年,在上海世博盛会的带动下,销售和利润都创下新高。徐书记听后频频点头,露出满意的笑容。随后,徐书记一行又穿过畅熙楼,来到九曲桥畔。当走上九曲桥时,费书记指着灯杆上“讲文明、树新风、文明旅游在豫园”的幡旗解释说,豫园商业旅游区正在创建“全

国文明风景旅游区”,这在上海是唯一一家,我们发动全体员工投入到创建工作中,为新黄浦区献上了一份厚礼!

徐书记在走到桥中时,特意在湖心亭前驻足,在眺望荷花池盛开的荷花后,还走进湖心亭环顾一下,和正在品茗的茶客们点头问候。

商城副总裁顾栋华等也参加陪同。

本报讯(党群办)7月18日,党委召开半年度党群工作会议,明确创建全国文明风景旅游区工作已进入倒计时阶段,并将此列为下半年度党群重点工作之一,进行全方位推进。会议要求单位以饱满的精神状态做好宣传发动,对照检查等工作,为获评全国文明风景旅游区打下坚实基础。

发出创建号召 提高创建能效

在7月18日召开的党群半年度工作会议暨创建全国文明风景旅游区推进大会上,商城党委发出“为新黄浦区献上厚礼!”的号召,并要求各子公司基层党组织要在市区各级部门的大力支持和指导下,高起点、高标准、高质量地扎实推进创建工作,成功创建全国文明风景旅游区,早日实现成为上海第一旅游品牌的战略目标。

时隔3天,上海市文明办、旅游局、建交委组成联合检查组来到豫园商城实地考察,通过听取创建情况汇报、检查文档材料、召开座谈会、现场考察、抽样测评等多种方式,从专业的角度对创建工作进行检查考评。检查组对考评给予了充分的肯定,认为豫园商旅区“创建工作扎实的,标准是高的,要求是严的”,同时还要求商旅区再接再厉,发挥“共建共担共责共享共荣”的创建联动机制,要在管理、服务中不断创新,将此次考评中发现的问题扎实整改,使其转换为商旅区创建过程中的特色项目。

“紧逼速改”现成果 文明旅游在豫园

从7月下旬到中央文明委来测评验收期间为巩固备查阶段。在听取了市、区考评组意见反馈后,商城立即针对检查中发现的问题进行整改,跟踪问效,促使问题尽快解决,使商旅区内硬件更完善,软件更到位,管理更创新。

创建文档拾遗补缺:在区文明办的指导下,由豫园管理办牵头,四家创建单位严格按照测评体系各项指标要求,进一步梳理、充实、完善、规范各方面资料,认真把握好测评的标准、内容和时

间,并整合和归并创建文档,使文档资料更为充足、有效。

景区软硬件急速改善:根据创建考评小组所指出的问题,商城相关部门积极对接:马上增设厕所指向标注;并根据景区实际情况酌情增加游客休息点与休息点的确切标识;对于影响楼宇景致的户外幡旗进行调整;而针对餐饮油炸类、竹签类外卖产品,商城也在进行适当规划,期望在保持经济效益的同时确保景区环境整洁,真正做到“讲文明、树新风,文明旅游在豫园”。

媒体公示齐监督 创建工作倒计时

据悉,上海市文明办已于7月26日先后在上海文明网以及《新民晚报》等主要媒体对本市申报全国文明城区、文明村镇、文明单位的推荐名单进行为期一周的公示。其中,上海豫园商业旅游风景区是新黄浦区乃至上海唯一一家申报推荐全国文明风景旅游区单位,可以说这既是政治任务,也是对商城打造“上海第一旅游品牌”的有力推动。

随着推荐名单的公示,创建全国文明风景旅游区的工作已进入了冲刺阶段,豫园商城作为“四位一体”的创建主体之一,必须继续抓好查漏补缺工作,巩固提高创建成效,全面确保各项备查项目、实地考察内容达到测评标准,以迎接中央考评组的实地测评。

商城召开党群半年度工作会议明确下半年度重点工作

创建全国文明风景旅游区工作进入倒计时

怒江风情舞动邑城

本报讯(王霏)“怒江在等你”——怒江大峡谷原生态民俗风情展演活动日前在商城启动,为游客带来怒江原生态歌舞表演,并把怒江大峡谷里最具吸引力的民族特色文化进行演绎和互动。云南省旅游局、怒江州人民政府、怒江州旅游局、上海市黄浦区旅游局和商城领导吴仲庆、吕颂宪、孔繁河、顾栋华等参加了开幕仪式。



豫园商城吹响奋进集结号 “实施四大战略 跨越五年梦想”系列报道

□张伟

2011年7月15日,这是一个南翔品牌发展史上应该被记住的日子。这一天,中国上海莘庄龙之梦“南翔1900”首家店、日本北海道新千岁机场“南翔馒头店”同日开张,创造了南翔品牌对外拓展的又一个辉煌时刻。豫园商城总裁梅红健,分别于7月15日和18日赴两店对开业情况进行了视察,对两家店铺的顺利开张给予了充分的肯定,并对餐饮集团和日本创造餐饮公司提出了共同合作,更快更好地发展“南翔”品牌的要求和希望。

两店同开业 力求新活力

中国上海莘庄龙之梦“南翔1900”首家店,位于上海莘庄龙之梦商城三楼,面积约250平方米,餐位数80个,以南翔小笼、精美点心和菜肴为经营特色。该店最大的特点是在“南翔”品牌的基础上,推陈出新,首次启用“南翔1900”作为店铺对外运营招牌,既反映出“南翔”品牌的悠久历史,同时,结合专业品牌公司所编制的品牌手册,以及日本设计团队对“南翔”这个百年品牌在表现形式、店铺的设计装潢、营运系统的

餐饮集团外拓发展创辉煌时刻

南翔品牌同时在日本北海道、上海莘庄开出新店

规划设置等方面所进行的全新演绎,给人以耳目一新,充满活力的感觉。

而在同一天开张的日本北海道新千岁机场“南翔馒头店”,位于日本北海道札幌市新千岁机场三楼,营业面积约为150平方米,餐位数68个。该店秉承“南翔”品牌海外开店一贯的原则,坚持体现“南翔”品牌百年文化底蕴,同时通过店铺的装潢、菜单的设计等方面反映百年品牌新的活力。

两店同开业 宣传讲联动

“南翔”两国新店同开,品牌宣传上采用跨国联动,起到了巨大的轰动效应,开业当天,上海莘庄龙之梦店营业额即达到2万元,而后的周末、周日营业额更是超过3万元;而日本北海道新千岁机场店开张以来,营业额更是一举突破65万日元(约合人民币5万元),两国新店均实现了“南翔”新店开张的品牌效应。

对于日本北海道新千岁机场店,其中还有一个细节更令人惊叹。由于日本北海道札幌市新千岁机场在北海道地区是最繁忙的空中枢纽系统,但同时它也是札幌

市一个重要的商业中心,其本身就人流如织,南翔店铺开业之前,进行了充分的宣传,引发了当地消费者对百年品牌的浓厚兴趣。因此,在店铺开业当天,大量的人流慕名前来,一度甚至引发了机场该营业区域的人流拥堵,日本媒体也纷纷宣传。这从一个侧面反映出“南翔”品牌在日本消费者中所受到的欢迎程度。

两店同开业 创造新辉煌

“南翔”品牌两国新店同开,取得了良



上海莘庄龙之梦店

好的品牌效应和销售业绩,更重要的是让餐饮公司坚定了品牌对外拓展的决心,树立了品牌对外拓展的信心。2011年,餐饮集团计划在中国大陆境内的上海、宁波、苏州、常州、杭州、成都等城市,开设出“南翔1900”品牌店10家(包括签约),同时,在中国以外,除对日本、新加坡等“南翔”品牌已经进入的国家予以进一步拓展的同时,积极开发澳洲、台湾等新的国家和地区市场,力争使“南翔”品牌能在更多的国家和地区被消费者所接受,从而成为代表豫园、代表上海、代表中国的世界餐饮品牌。

餐饮集团将以豫园商城五年战略规划和餐饮集团自身五年发展战略规划为主线,积极加快对外拓展步伐,创造“南翔”百年中华老字号新的辉煌!



日本北海道新千岁机场店