乘势而上商海破浪潮头永立 壮志豪情转型发展华章溢彩

豫园商城 2011 年经营管理成就揽胜

2011 年是国家“十二五”规划的开局之年，是上海提出“创新驱动、转型发展”的起始之年，是“两区合并”建立新的黄浦区正式启动之年，也是豫园商城五年发展战略规划的践行之年。创造了世博会优异营销业绩的豫园人，抓住机遇，百尺竿头，以五年规划为引领，以转型发展为根本，伴随着上海建设旅游城市及黄浦区打造黄金珠宝商贸功能区的步伐，商城各项工作蒸蒸日上，主业转型明显突破，管理体制革旧图新，品牌文化硕果累累，营销业绩再攀新高。2011，豫园商城站在新的历史起点上，阔步前行，成就非凡！

沈阳豫园

老城隍庙小吃王国陆家嘴环球金融中心店

四川老庙黄金有限公司重庆百货店

上海特色食品总汇入驻“东方明珠”

南翔馒头日本北海道店

规划篇

规划引领方向

自 2010 年起，公司高屋建瓴，统揽全局，启动《豫园商城 2010–2014 年五年发展战略规划》的编制工作，并于年底形成《纲要》。2011 年上半年，通过组织多场上下互动、坦诚沟通的专题研讨会、交流会，母子公司的规划措施得到进一步深化、细化，使五年规划真正做到有目标、有支撑、有措施、能落地。五年规划的制定，是对公司经营管理经验的全面总结，梳理了公司各方面的资源，研究了消费市场的发展趋势，学习了对标企业的成功经验，了解了竞争对手的经营情况，从而更快地实现观念转变，站在更高的高度上，以更加主动的心态来思考公司发展的未来。 五年规划为公司未来发展描绘了一个跨越式的发展进程，指明了清晰的方向，让公司上下都树立起坚定不移的发展信念和决心。

在五年发展战略规划的实施过程中，公司管理体制和管理工具也在创新性地发展。“对标管理”作为一种常态化的管理工具，正逐步形成长效机制，将贯穿于五年规划实施、落地的全过程，成为企业创新驱动、转型发展的基础；福布斯论坛和古典商业街区中国联盟作为内部研讨会的有益补充，在制定《豫园商圈未来五至十年发展战略规划》的过程中发挥着重要作用，通过中外专家、学者的脑力激荡对“如何做精豫园商圈”提供了极为宝贵的参考意见和实践经验。目前投资发展、人力资源、企业文化建设等五年规划的配套方案也在制定完善过程中，将对公司的未来发展提供强大助推力。

市场篇

黄金版图扩张

黄金珠宝业坚持走品牌扩张之路，截止三季度全国网点总量已达 1400 余家，增加近 200 家，直营连锁店、品牌加盟店和特约经销点等多种经营模式同步得到发展，其中老庙黄金新疆和西藏加盟店为老庙经销、加盟版图上填补了两项空白，新设的四川区域总公司的运营、管理日趋完善；亚一金店徐州及合肥旗舰店为提升区域品牌形象，树立形象规范起到重要的助推作用。此外，经过投资部门的牵线搭桥，黄金珠宝业将进一步加快与国际知名珠宝品牌的合作联姻步伐，力争在国际黄金、钻石以及其他珠宝首饰品牌的兼并收购方面迈出可喜的第一步。

餐饮遍地开花

餐饮业以南翔、小吃王国、正餐和社区餐饮四大形态为抓手，积极探索在成熟旅游景区、高档商务楼和社区购物中心采取多种合作经营的方式，，与大连万达、凯德置业和其他全国知名商业地产商建立战略合作伙伴关系，以实现五年跨越式外拓发展的目标。

2011 年，“南翔 1900”品牌已落实市内和长三角地区共 10 个开店项目，以连锁的经营方式、全新的品牌形象进驻大型商业购物广场，发展“南翔”品牌，“南翔”分店在东南亚门店数升至 15 家；“老城隍庙小吃王国”品牌新拓展开设了陆家嘴环球金融中心、世博园 A 片区以及广东肇庆 3 家美食广场。

房产华丽变身

商业地产业根据五年发展战略规划，将豫园房产公司从住宅类地产开发转型为商旅文地产发展。2011 年，房产公司成功获得沈阳北中街商旅文地产项目的开发使用权。该地块位于沈阳市沈河区的商业中心，拥有绝佳的地理位置及便利的交通。该项目总投资约 15 亿元，规划定位为商业广场，近 7 万平方米商业设施，拟持有经营和部分出售，预计建设周期 2–3 年。沈阳北中街与北京“茗苑”、洛阳“兴豫花苑”三大项目将整合公司多品牌优势和商旅文资源特色，探索并扩大可复制商业经营模式，提高市场影响力。

与此同时，结合党的十七届六中全会明确提出推动文化产业成为国民经济支柱性产业的精神，为抓住历史机遇加快落实战略发展，公司积极筹划豫园“复星豫园商旅文产业基金”的募集工作，为复制拓展豫园特色的商旅文经营模式提供资金上的保障。

抱团觅得商机

旅游零售业小商品公司携手湖心亭茶楼和老城隍庙食品等品牌共同入驻“东方明珠”底层游客集散大厅，开设约 800 平方米的上海风情街、特色食品专卖商场，老字号永青假发新增市内专柜 2 家，湖心亭茶楼和民间艺人品牌入驻滨江欣景酒店开设专柜，一大批老字号品牌相继走出商圈，在市场竞争中寻找新的生机。

现代商业竞争更多的是商业模式的竞争，通过集结公司旗下众多老字号自有品牌以及补充优势外部品牌，以品牌集成商的模式组团向成熟旅游区、繁华商业圈和连锁酒店业拓展，不失为豫园旅游特色零售业的一次有益探索。

品牌篇

庆造市人气旺

2011 豫园新春民俗艺术灯会以“瑞兔祥和闹新春”为主题，延续世博精神，将传统民俗技艺和高科技多媒体有机的融合，使声、光、电、影等多元素集成，展现了极为盛大的艺术场面。元宵节当日客流达 45 万，创下非双休日人数最高；媒体报道数也创下了历史新高，并且首次被上视新闻航拍直播灯会盛况。夏令商旅文活动之“云南怒江大峡谷原生态民俗风情展演”和“豫园老上海弄里风情夜市”均凸显浓郁文化气息、吸引大量客流，为拉动夜市消费起到不可忽视的作用。

此外，“豫园非遗文化节暨中华老字号品牌文化展”，作为上海旅游节、购物节的重要活动之一，将公司自主拥有的 13 个“非遗”项目和 13 个老字号品牌汇聚一堂，通过技艺展示、文化宣传、产品介绍等方式，进一步推广和传承优秀的中华文化和传统技艺，引来各大媒体争相报道，图文并茂，主题突出，成为近年来媒体宣传报道影响力最大的一次商旅文活动。

荣膺国家级文明景区

2011 年，公司在获得“上海市文明单位”荣誉的基础上，荣膺上海首家“全国文明风景旅游区”，登上精神文明荣誉之巅。

在创建过程中，以豫园商城为核心的“四位一体”创建单位间无缝对接，围绕公民道德建设、管理监督机制、文明服务质量、环境资源保护、安全保障体系、文明创建措施6大类70项“全国文明风景旅游区”的创建标准，通过完善管理机制、规范运作流程、健全内控制度，在履行员工责任、经济责任、诚信责任、社区责任和环境责任等社会责任方面成效显著。

作为黄浦区“五大功能区”之一的“豫园商业旅游文化功能区”，以商业为根、以文化为魂，同时也需要以旅游为载体，由 3700 万以上的游客量支持起公司不可忽视的庞大消费群体。“全国文明风景旅游区”的争创成功将意味着这一数字还将不断扩大，为企业提升商业利润奠定坚实的基础。

载誉而归品牌扬

2011 年上海市旅游节期间，一辆以美轮美奂的九曲桥、湖心亭为主体，四周环绕高雅秀丽的荷花，并打出“倾力打造上海第一旅游品牌”口号的豫园商城企业形象展示花车巡游全市 14 个区县，据组委会不完全统计，近 300 万市民和游客观赏了花车巡游，豫园商城还喜获组委会颁发的“最佳组织奖”。首次参与市旅游节的花车巡游，公司既展示了企业品牌形象，同时也为新黄浦区打造“豫园商业旅游文化功能区”打响了宣传的第一炮。

今年，公司旗下老庙黄金荣获“中华老字号第一金号”，华宝楼、湖心亭茶楼、老城隍庙五香豆、豫园梨膏糖、童涵春堂等 9 大品牌喜获“第二批国家商务部认定的中华老字号”命名；继豫园新春民俗艺术灯会获得“国家级非物质文化遗产”称号以后，上海老饭店本帮菜烹饪技艺也获得了“上海市非物质文化遗产”称号，至此公司拥有中华老字号品牌和“非遗”项目各跃升为 13 个。豫园商城母品牌荣膺“中国 500 最具价值品牌”第 83 位，排名持续提升，令全体豫园人欣喜鼓舞。

回眸 2011 年，豫园商城在五年发展战略规划指引下，围绕“四大战略”、“五大目标”，取得了经济效益和社会效益的双丰收，创造了股份公司正式挂牌以来最好的经营业绩，实现了五年发展战略规划的良好开局。豫园人精神振奋，豪情满怀。

展望 2012 年，豫园商城将迎来股份公司正式成立 20 周年纪念，让我们团结一心、乘风破浪，以更加开拓创新、奋发有为的精神风貌，瞄准标杆、争先创优，开始拓展大产业、推进大项目、实施大管理的新征程，以更高、更加优异的成绩迎接党的十八大的胜利召开！

2012，豫园商城继续发力，再续征程！

豫园中国日(节)丰富多彩

豫园花车大巡游华彩亮相

豫园灯会