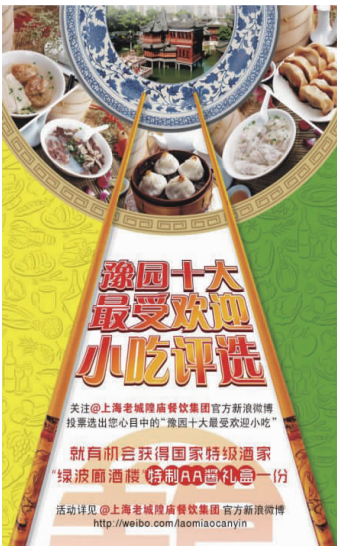




豫园十大最受欢迎小吃出炉

微博报名试吃体验热火朝天

陈佳玮 应立



吃，是上海更是中国的命脉，而作为上海文化的根源之一，豫园，以其丰富的文化底蕴，浓郁的民俗风情，沉淀了上海的百年历史。雕栏玉砌、飞檐翘角、令人赞赏的古建筑之外，更荟萃了豫园各色精致小吃，这里每天吸引着来自世界各地的游客前来。蟹黄小笼、桂花拉糕、鸽蛋圆子……数不尽的上海豫园小吃，曾忆否其中您最喜欢的点心是什么？

本报讯 多少豫园小吃让人心醉神往，更有多少豫园小吃让人陶醉，为寻找上海点心文化的根源，倾力打造豫园商城“上海旅游第一品牌”，传承豫园点心文化的经典，餐饮公司于2月17日（正月初八）-2月21日（正月十二）期间举办“豫园十大最受欢迎小吃评选”，通过网络投票方式甄选，同时采用微博报名的方式，共计邀请80位网民莅临豫园商城旗下的八家企业（老松盛、绿波廊、湖滨美食楼、老饭店、南翔馒头店、松运楼、松月楼、和丰美食楼）参加顾客体验活

动，进一步扩大了企业品牌宣传力度，提升品牌形象，增加企业效益。

同时，网友们只要关注“@豫园灯会”以及“@上海老城隍庙餐饮集团”；上传与灯会灯组的合影照片一张；上传在豫园指定门店，品尝任意一款豫园十大最受欢迎小吃的照片一张；转发活动微博，并@三位好友，就有机会获得由餐饮集团送出的价值8000元五天四晚单人塞班游。

本次“豫园十大小吃顾客体验活动”在网络上的反响强烈，主办方在官方微博“上海老城隍庙餐饮集

团V”上共发布原创活动相关微博19条，转发微博92条，得到网友热评99条，发布与收到私信数分别为604条与587条。活动期间，发博率达91%，被转发与被评论率分别达100%、83%，曝光量为96%。

经过广大网友的评选，豫园商城南翔馒头店所制作的南翔小笼实至名归，荣登“豫园十大最受欢迎的小吃”榜首。此次活动有助于提高豫园商城和餐饮集团的知名度，以期吸引更多新顾客，创造更多回头客，为以后的经营和发展做了一次有益的尝试和铺垫。

品传统灯会 逛时尚百货

豫园百货元宵当日销售额同比增长78%

李琳枫

元宵佳节，来自八方的游客除了会来豫园吃碗热乎乎的汤团外，赏灯会同样也是不容错过的传统项目。但今年来到豫园的游客又有了一个新的选择——逛逛时尚百货。今年豫园百货元宵节当日销售额同比增长78%。永青假发元宵节期间三天销售同比增长36%。近些年来，豫园百货着力于打造“精致豫园，时尚百货”的品牌形象。无论是在品牌结构、宣传渠道还是营销模式上都尽可能做到年轻化、时尚化。

品牌调整，时尚传统混搭风

今年豫园百货引进了众多新品牌，如特色老北京布鞋、时尚品牌快乐玛丽、Happy Tee、回力创意店等，而这些品牌都有一个共同的特点——传统但不失时尚。这些品牌颇受20-35岁的时尚潮人们喜爱。这一年龄段的消费者也具有一定的购买力，因此这些品牌开店后销售额一直保持上升趋势。时尚休闲服饰Happy Tee开业不久销售额便达到了20万元，回力创意店二月销

售也增长了62%。

时尚界每年都会刮起一阵混搭风，豫园百货将混搭风进行到底，时尚、传统一线之差。潮牌店进驻豫园百货，这一幢被传统文化所浸染的明清建筑与时尚碰撞出了别样的火花。

营销宣传，比创意多管齐下

“创意”与“时尚”总是精密相连，哪里有“创意”哪里就有“时尚”。打造时尚百货，怎么能缺少创

意？今年元宵灯会期间，豫园百货开展“金蛇献瑞，福聚豫百”主题营销活动。购物满额赠送传统手工兔子灯。之所以赠送手工兔子灯，是因为如今越来越多的人对于民间传统手工艺的重视。就在元宵灯会前期，还有电视台专门来采访了制作传统手工兔子灯的民间艺人。赠送手工兔子灯，作为营销活动的卖点，也勾起了诸多消费者童年的回忆。对于豫园百货自营品牌永青假发，在此次灯会期间，开展了满1000元赠送灯会门票2张或抵扣相同金额的营销活动，以此回馈更多新老顾客。

在营销宣传方面，豫园百货不仅提前了营销活动的宣传时间，还开通了新营销渠道——网。通过语音广播，推送给更多周边消费者，让进入豫园商圈的游客能第一时间收到豫园百货的打折信息。

如今豫园百货已经开通了上海打折网、爱折客、新浪微博、亲网这四条网上宣传渠道。今年豫园百货还准备建立微信群，将打折信息更有针对性得发给消费者。

主题营销，借力豫园灯会

天时地利人和具备方能成事。豫园灯会为整个豫园商圈带来了人气。来到豫园，很多人都会想到来上点小吃，赏一赏花灯会。在豫园灯会期间，豫园百货在营销活动，店内布置可谓是下足了功夫，从赠品到活动海报，从门店装饰到大堂布置都结贴元宵主题。希望能让游客来到豫园想到：品元宵、赏灯会、逛百货。

“精致豫园，时尚百货”这不是一句口号，是一个理念，是豫园百货前进的驱动力。不仅是吃在豫园，玩在豫园，购也同样可以在豫园！

笔墨传神 意境之美

叶雄中国画“三国演义主题展”圆满落幕

顾琼文



本报讯 2月25日，为期半个月的叶雄中国画——三国演义主题展在华宝楼三楼艺术馆圆满落幕。在此次活动中，参展者与参观者互动积极，取得了良好的社

会效益与经济效益，在迎春纳福的新春佳节之际，为工艺品公司赢得了蛇年开门红。

2月12日上午，叶雄中国画——三国演义主题展的开幕仪

式在华宝楼中心广场隆重举行。特邀出席此次活动的嘉宾都是耳熟能详的著名中国画、连环画画家——叶雄、徐有武、杨秋宝、吴大成、钟基鸣、黄全昌、周鸣秋等。活动当日，七位大师还携手完成了一幅长6米宽70厘米的《竹林七贤图》。

本次活动的主角、著名人物画家叶雄对三国演义很有研究，在他的画传中，前半部分为人物写照，后半部分则是叙事之图。“火烧赤壁”、“草船借箭”、“三顾茅庐”等脍炙人口的演义故事都有画传。举“三顾茅庐图”为例，画中的景致是文人画意，刘备与诸葛亮也是文人造型，介于陈老莲与任伯年之风。而关羽与张飞则是民间工笔开相，一张一弛，一雅一俗，加之敷色满彩，景致满幅满画，情节生枝，画幅生辉。

叶雄毕业于上海大学美术学院国画系，现是中国美术家协会

员、中国美术家协会连环画艺术委员会委员、上海美术家协会常务理事。他于1976年开始从事连环画、插图、中国水墨画创作，其作品三次获全国连环画奖、两次获中宣部全国精神文明建设“五个一工程奖”、第九届全国美展铜奖。中国画强调“外师造化，中得心源”，要求笔墨相携，线条互生，融化物我，创造意境，以达到以形写神，形神兼备气韵生动的艺术效果。而叶雄正是遵循这样的艺术思想和手法进行创作的。叶雄的连环画风格写实细腻，构图饱满，充满情趣，为连环画收藏圈所追捧，西泠印社出版社、百家出版社相继出版了中国画《水浒一百零八将》、《三国演义人物画传》、《西游记神怪、人物画传》、《红楼梦人物画传》等。韩国金土出版社出版其中国画《三国演义》189图。其中国画作品被上海美术馆、上海图书馆、上海美术家协会收藏。

信息窗

老城隍庙拍卖行 获得中国拍卖行业 AAA级企业殊荣



本报讯 2月1日，全国拍卖企业等级评估结果发布会在北京人民大会堂宾馆隆重召开。会上，中国拍卖行业协会授予老城隍庙拍卖行2012年度中国拍卖行业AAA级企业殊荣。该资质的获得，既是对我行近年取得成绩的一次肯定，更是为我行在今后持续、稳定、健康的发展奠定了坚实的基础。

由中国拍卖行业协会举办、全国5000余家拍卖企业参加的2012年中国拍卖行业等级评估活动，历时半年时间，经过初审、复审到终审等多个环节，最终，全国共有1625家拍卖企业获得了2012年度的等级企业，其中象征行业最高等级的AAA级企业103家，AA级企业575家，A级企业947家，而上海仅有11家企业被认定为AAA级企业。

此次评审活动，共分为三个阶段，第一、二阶段采用的是企业自评打分方式，由企业自行通过网络，向中拍协评审办公室提交前3年度的经济数据和相关资质等材料，经评审办公室对上传材料进行审核确认数据真实无误且达到评定标准后，才能进入第三阶段的实地考评，而只有自评分到达86分以上的企业，才会接受到中拍协的实地考评，（低于86分的，均有地方拍协自行进行考评）。

在经过第一、二阶段的自评后，老城隍庙拍卖行于2012年10月底接受了中拍协的实地考评，从当天早上9点开始，由中拍协从北京带来的审计公司开始了对我行的考评，从司法拍卖到艺术品拍卖，从企业三年度的财务报表到百余场的拍卖数据，从企业人事管理到场地条件等等，直至晚上22点整，评审小组完成了现场考评，并在第一时间将考评表格进行打分后装入了信封进行封存。2012年12月，在通过中拍协官网为期一周的公示后，老城隍庙拍卖行最终被中国拍卖行业协会认定为2012年度中国拍卖行业AAA级企业。

邹琦

