



以踏石留印抓铁有痕的劲头

落实工作会议精神 抓好全年各项工作



1月16日下午,豫园商城召开2013年度工作会议,总结了2012年主要工作,提出了2013年要重点抓好六大方面工作,努力提升主业发展的能级效益,进一步发挥商旅文融合的领先特色,积极创新构建新的竞争优势,推动豫园商城在新起点上实现更大的发展。豫园商城工作会议后,所属12家子公司也相继召开了工作会议,对各产业板块的全年工作出计划、订措施。目前,豫园商城上下正以等不起的紧迫感、松不得的危机感、坐不住的责任感,真抓实干、狠抓落实,确保今年各项工作任务开好局、起好步,开创豫园发展新局面。



打赢“商旅文” 地产决胜之战

房产公司总经理茅向华

2012年是房产公司转型发展商旅文地产的开端年,按照房产公司的五年规划步伐,基本完成了既定任务和目标。

商旅文地产

沈阳豫珑城 自2011年9月15日竞得沈阳市沈河区北中街地块后积极投身该项目的建设,沈阳豫珑城项目于2012年4月28日正式开工建设。在工程建设过程中,5月8日发现了地下二处文物遗址。5月18日,文物管理部门进入项目现场开始进行文物勘测,用了一个月的时间文物勘测工作完毕。在政府文物部门进行勘测的同时,公司制定了关于豫珑城项目文物保护方案,此方案在5月22日通过了沈阳市文物局专家的初步评审。文物勘测工作结束后紧接着要开展的是文物挖掘工作,同时上报辽宁省文物局和国家文物局。按照正常的工作流程整个过程至少一年时间,而我们只用了半年时间就得到了国家文物局对文物保护方案的最终批文。

沈阳项目公司在文物方案的申报过程中,没有坐等批文,利用此段时间与区、市两级政府及规划部门经多次协调后,豫珑城项目的各项规划数据指标有了新的变化,在高度、建筑密度和退界等方面获得了重大的调整。同时调整地下部分的设计方案,由原来的地下二层调整为地下三层。

由于各项规划指标的变化,底层面积增加了近20%达4000平米。如此以来大大增加了项目的商业含金量和商业价值,仅此一项规划变化对项目销售利润增加不低于2亿元。此方案已于2012年11月28日由分管副市长主持的市政府规划业务会进行审议后获得了完全的肯定并通过。最终沈阳市市长在规委会上对我们的方案予以全面通过。副市长和市规划局长当场表态可以将豫珑城方案陈列到沈阳市规划馆中,充分的肯定了我们的工作。

机会性项目

洛阳上海滩华府 11年6月份拿地,当年开工。12年6月实现了销售,12月底之前就全面结构封顶,体现了洛阳项目各位同仁的努力。北京御茗苑 公司内审组对该项目从前期购置、一期结构改造、二期精装修工程以及工程招投标、合同、付款等进行了全方位审计,对各项工程成本进行预算、决算评估,并走访了项目合作方及总包施工单位,最终肯定了项目管理的有效性,尤其对项目招投标过程中审计全程参与其中,很好的把控该项目成本给予了很高的评价。金山 在12年严厉的地产调控中,金山项目销售基本已售罄,利润比原来计划大大提高。

代甲方工作

2012年公司代甲方管理也做了一些工作,在工程初期的招投标阶段就介入,做好施工单位投标文件的评标工作,帮助兄弟公司挑选合适的施工单位,节约大量成本。其中老饭店的结构调整使得商业营业面积提升。

公司从创建诚信承诺企业,营造和谐企业环境,续办房产报,关心员工生活等方面进行内部建设。

2013年是公司实施五年发展规划承上启下的重要一年,也是成功开发“商旅文”地产的决胜之年。我们要攻坚克难,脚踏实地步步前进,争取更大成绩。

项目开发 节节推进

2013年开春沈阳项目就要展开全面的工程建设,我们按照商城的指示和工程的实际进度,制定了详细的工程进度计划节点,几个大的节点我们一定要把控住。公司除了此项目外,其他的项目也会向它看齐,制定计划,强化落实,按部就班,完成部署。

企业管理 全方位提高

在项目建设上,建立一套行之有效的目标体系。在项目建设配套上,加强审计监督、技术保障、资金支持、法务防控、档案管理、人才后盾的作用。

其他建设 保驾护航

要大大增强专业技术人才的培养;及时了解商旅文地产资讯;全面推动企业的精神文明、文化建设,塑造和谐一流的环境。

促转型调方式 提高盈利能力

童涵春堂总经理卢国生

发展思路

3个突破:突破塑造可持续拓展的新业态增长模式,做强做优核心业务;突破调整优化产品结构,提高“促转型、调方式”运营能力;突破聚焦开发总代理新产品分销网络,提升市场领先份额。4个创新:实践新机制、重塑新模式、发掘新特色、提升新增长。5个重点做:做特色、做门诊、做精品、做转型、做团队。

经营目标

主营业务、净利润增长不低于行业平均增长水平;努力达成五年战略规划的预期增长目标

2013年开展的重点工作

聚焦深耕开发精制饮片参茸滋补产品线市场特色营销 深耕开发和传承创新精制优质饮片、参茸滋补产品是童涵春堂百年基业品牌发展的特色之道、品牌之源、传家之本。抓牢主打特色品种为基础,不断主动调整优化生产经营产品结构、业务结构、组织结构,抓牢专业开发新特色新产品、专注新自主营销网络渠道、嫁接拥抱互联网营销为主线,用心推进营销产品方式新增长点,用心开发品牌产品新制高地,深化落实“定目标、定措施、定责任”的产品线工艺技能挖掘和建设,加快打造童涵春堂品牌产品的核心竞争力和市场覆盖力。

聚焦集成优势工商知名品牌上下供应链新增长合作模式 加快产业资源集中度整合,创新工商资源集成知名品牌联动增长模式。健全童涵春堂同类重点产品、大宗药材集中采购平台、主渠道集中分销平台。优化集中统一采购招商,协同操作运行,不断提高扩大创效盈利能力,切实把公司的资源优势真正转化为企业增长优势和发展优势。有了工业的支持,商业才能做大;有了商业的支持,工业的产品才能做强,不断以市场为坐标,寻找最适合的集约增长经营模式。

聚焦开拓集成新总代理产品分销纯销渠道市场 药企做的成功的,都是赢在独家或特色产品上,都是赢在产品营销上。加快开拓新优势新增长总代理产品分销纯销渠道市场,注重医疗机构实施“统方”管控制度影响和医药分开模式的挑战,在主动合作落实中不断完善并制订阶段性目标与实施举措等具体路径。

发掘传承创新童涵春堂中医药商旅文特色领先

持续创新中医药文化特色和商旅文养生健康品牌营销,要注重体现传统特色元素,体验营销服务。用忠诚和智慧担当创新领先发展的责任使命。做特色、做领先、做成长、做人,就是对生活的表达,我们今天所有的感受、努力、付出,决定着奉献人生价值的表达。

有效实施改造建设投入,迎接新版GMP、GSP认证验收

企业主要负责人和质量负责人要牢固树立质量规范管理第一责任人的岗位职责,严控生产经营的底线和高压线,要注重深入药品生产经营各环节的全过程品质监控和服务指导,主动发现消除质量隐患,第一时间健全增强应对突发事件机制的措施和能力。2013-2015年是各企业接受新版GSP、GMP认证验收的大考,必须抓早安排、抓早落实、抓早培训,在软硬件设施改造更新投入上有效预算、有效实施、有效达标。

注重持续改进优化风险控制管理

深化确立财务、审计管理创新理念,主动加强成本核算,细化财务分析,强化审计监察,针对品种结构、毛利率、经营利润率、成本费用率,优化存货结构、应收帐款管理过程监管率和函证对帐催交率、客户信用评估和资信额度的控制管理服务指导。完善信息网络运行精确性、操作性、规范性管控,注重提升消防安全、风险管理执行能力。

加快优秀专业人才培养引进梯队建设

要用好各年龄段干部,特别是要注重培养年轻干部,更要坚持德才兼备、以德为先。品德不好,再有才能也不能用。对那些踏踏实实干事的,经过艰苦复杂环境磨练的,被实践证明优秀的年轻人才,要敢于打破常规,提拔培养使用。注重内部培养和引进优秀专业人才,要有开阔的眼界、用人的胸怀、识才的智慧,选对了人就成功了一半。

围绕“五化”目标 稳中求进保业绩

百货公司总经理徐震山

管理扁平化,完善组织架构

2013年,我们将对现有管理模式进行分析和研究,通过对标管理,结合自身特色,找到真正适合自身的管理模式。

随着公司老员工的退休人数的增加,各部门都出现人手紧张的现象。因此,公司将在2012年管理的基础上进行调整,设想将目前竖向管理的两个卖场进行资源整合,形成卖场管理机制,并设一名卖场经理主持工作,同时下设多名副经理,分管不同工作,例如品控管理、营业员管理、值班经理管理、后勤管理等,明确管理范围。这样一方面能够缓解人员紧张问题,另一方面简化组织架构,有利于上下沟通。

通过组织架构的进一步完善,提高企业的管理效率,使企业真正达到扁平化、精细化,实现管理出效益的目的。

调整深入化,打造时尚百货

2013年,公司将继续狠抓调整工作,围绕“打造时尚百货”的原则,加大招商力度,深挖资源,做到调整有亮点。

从2012年的销售情况分析,公司下降点主要是在天裕地室、天裕一楼和国购二楼,因此,今年调整的重点就是这三个楼面;目前天裕地室主要经营休闲品牌,与三楼的运动品牌同类化,为此,计划地室引进牛仔休闲类品牌,减少现有低效休闲品牌,并与三楼进行错位。针对天裕一楼,将继续引进少女装品牌,并在部分低效场地尝试引进化妆类商品,以租赁的形式提升公司效益,或者可尝试引进时尚女鞋大类,如“百丽”系列品牌女鞋,从而增加我们的商品大类。针对国购二楼,由于国购二楼业主铺位较多,调整比较困难,因此主要还是以租赁形式进行招商,同时将利用天裕二楼男装区域的特色,继续引进男装品牌,并向国购二楼扩大,逐步减少中老年装。同时,在国购区域,我们还设想尝试引进皮具或床上用品区域,引进羽绒被现场充绒、蚕丝被现场加工等体验式营销,增加商品大类,提升经济效益。

另一个调整重点就是礼品商厦。我们将调整品类结构,增加主打商品的经营宽度,整合现有供应商在商品重复上的缺陷,避免商品雷同化。在保证业绩基础上,引进新品牌入驻。同时,还设想在明年淡季期间,对礼品商厦经营环境装修改造,提升形象,促进销售。

活动多样化,深挖营销热点

2013年,我们将继续对纯百货的营销思路进行分析,吸收案例运用到旅游百货营销工作中,不断拓展视野。

我们将依托劳动竞赛,深挖节庆资源,在通过节庆营销、主题营销营造氛围的同时,还将公司整体营销与楼面个性促销相结合,做到有的放矢、创新创效。针对永青假发品牌,我们将更加突出文化营销模式,利用品牌文化做文章,突出品牌情感,吸引顾客,培养顾客的忠诚度。有好的营销方案就要有合适的传播途径把信息送达消费者。通过运用媒体、软广告效应,对豫园百货特色活动进行报导、宣传,以进一步提升品牌影响力和品牌形象。

品牌市场化,塑造品牌形象

2013年,我们将继续发挥永青的增长优势,做好永青品牌建设工作。永青假发要做大做专,销售渠道的扩大是必不可少的。如今,在百货购物中心开设专柜还需要一定时间的培育期,为此,我们必须想法设想寻找新的扩销补充渠道。经过公司对消费层次的分析,对消费对象的讨论,计划在明年新增医院板块的业务,由专职人员去医院进行宣传和代销,从而扩充病理性消费者的人群。

由于新业务的增加,明年我们相应地在人才配备上也要改变。永青假发新的自营柜采用的是市场化的经营方式和薪资,从实际操作来看,确实一定程度上提升了销售。因此,明年我们也将以市场化的形式,招聘医院代销人员,为这一业务的起步做好准备。

品控标准化,提升服务质量

品控标准化的基础就是制度建设。因此,我们将就有关政策与市场需求,对制度及时更新,根据新形势树立危机公关意识,建立处理投诉应急预案,使日常营运突发事件化解在萌芽中。从制度建设,到日常记录,再到后续跟踪,将形成一体化的品控管理标准系统,做到品控管理有依有据。