



学雷锋在行动 志愿者常态化

金佳艳 邹琦 青 云 邹琦



美丽上海看豫园 学习雷锋在行动

3月2日,公司党委组织来自各子公司的20余名志愿者,在豫城时尚参加了由市文明办、市社会工作党委、市级机关工作党委、黄浦区文明委举办的“‘美丽上海 学雷锋在行动’——上海豫园地区纪念学雷锋

为民服务30周年暨上海‘两新’组织志愿者学雷锋公益行”活动。

活动中,一批来自豫园商城的为民服务先进集体和个人受到表彰,童涵春堂药学服务志愿队被命名为“黄浦区第二批学雷锋服务基地”,同时豫园旅游服务咨询中心被命名为“首批雷锋驿站”(全区5

个)。市文明办巡视员陈振民、市社会工作党委书记崔明华、市市级机关工作党委常务副书记吴尧鑫,黄浦区委常委、区人武部政委、区文明委副主任陈俊明,黄浦区副区长、区文明委副主任吕南停出席活动并慰问参与现场服务的志愿者。自1983年豫园商城开展学雷锋

今年是纪念毛泽东等老一辈革命家为雷锋同志题词发表50周年,也是豫园商城每月15日开展学雷锋为民服务活动的第30个年头。公司党委响应上级机关的号召,组织志愿者队伍积极参与市区级服务活动,发挥豫园志愿者队伍的有效作为。

为民服务活动以来,豫园地区参与服务的志愿者达2.83万人次,服务市民31.5万,为群众做好事1.36万件。如今,在雷锋身上体现出来的奉献精神、敬业精神和艰苦奋斗的创业精神,已经融入到豫园商城的企业文化中去,便民、利民、为民服务和诚信经营的理念已经转化为广大员工的自觉行动。

青年文明号表率 青年志愿者齐响应

2月20日一早,南京路步行街世纪广场,由黄浦区团委组织的纪念毛泽东“向雷锋同志学习”题词发表50周年——黄浦青年南京路志愿服务活动正式拉开帷幕,虽然当天的气温降到了冰点,但是来自各区机关、商业、金融、卫生等系统和行业的30家单位、100余名青年志愿者仍然顶着瑟瑟的寒风,为广大市民提供特色鲜明、内容丰富的便民服务活动。

豫园商城团委积极响应此次

活动,分别派出了来自豫园旅游服务咨询中心、老庙黄金珠宝检测中心、工艺品公司华宝楼艺术馆3家最新荣获“2011-2012年度上海市青年文明号”集体,共6名青年志愿者,服务项目包括了旅游目的地介绍、珠宝鉴定、艺术品拍卖咨询、指路服务等,青年志愿者们以自己的专业和特长为市民、游客提供一份实实在在的便捷。公司党委副书记、工会主席蒋明,纪委书记、工会副主席范志韵来到活动现场,亲切慰问了青年志愿者。

通过参与此次活动,进一步展示了豫园青年服务社会、服务发展的良好形象,为营造文明和谐的城区环境和纪念毛泽东“向雷锋同志学习”题词发表50周年的热烈氛围贡献了力量,并以此为契机推动豫园商城青年志愿服务向专业化、公益化、长效化方向发展,进一步倡导“奉献、友爱、互助、进步”的志愿者精神。



公司总裁、党委书记梅红健与市文明办领导亲切握手



公司党委副书记、工会主席蒋明等在南京东路步行街世纪广场



全国劳模陈黎静在豫园商团豫城时尚广场



老庙黄金青年志愿者在南京东路步行街世纪广场

(上接第1版)

7天累计销售中(整体):金饰品销售同比上升31%(其中:老庙黄金同比上升30%,亚一同位上升34%),餐饮销售同比上升28%,百货公司销售同比上升11%,老街公司销售同比上升28%,食品公司销售同比上升24%,工艺品公司销售同比上升10%,文化传播销售同比上升7%。

金饰品板块:

7天销售同比上升31%,占商城整体销售比重达85%,是整体销售同比增长的主要因素。其中:城内销售同比上升14%,城外销售同比上升46%。

老庙黄金:节日7天销售同比上升30%。其中:景容楼同比上升13%、新银楼同比上升41%、庙外连锁店同比上升37%、南京路店同比上升24%。

亚一:节日7天销售同比上升34%,其中:银楼销售同比上升4%,连锁店销售同比上升90%。

餐饮板块

7天累计实现销售同比上升28%,其中:城内餐饮实现销售同比上升27%;城外餐饮销售同比上升32%。

城内正餐板块:老饭店、绿波廊受益于散客增加,销售稳中有升,老饭店销售同比上升37%;绿波廊销售同比上升9%。两店

年夜饭销售同比分别增长35%和11%。

城内小吃板块:客流是小吃板块销售的有利保障,节日期间的大客流使得小吃板块销售保持了稳定增长。节日7天小吃板块销售同比上升28%,其中:和丰楼同比上升38%,小吃人家同比上升18%、松运楼同比上升8%,南翔同比上升18%,松月楼同比上升34%。

和丰楼装修调整后效果明显,销售同比上升38%。和丰楼二楼自选模式客流接待能力大幅上升,销售同比增长271%,在弥补调整后外卖销售明显下降的同时,成为了和丰楼主要的增量。

松月楼相比去年增加了净素八宝饭的品种,节日期间八宝饭日均销售2-3千元,形成销售的增量。

城外板块:节日期间南翔1900销售同比上升76%。其中:正大店除除夕以外日均销售超过5万元;节前新开的南京东路店,也同样态势良好,7天完成销售16万余元,以较小的经营面积获得较好的经济效益,其以食品一店中老年客群为主要消费对象,人均消费30元左右,小笼销售占其总体销售的50%以上,与其他门店存在显著差异。

医药板块

童涵春堂节日中的消费单价走低,以亲戚送礼为主,单价在500-1500元之间的枫斗、西洋参

更受欢迎。同时,政府出台“八项规定”,对一些原有送健康礼补品的公关需求和团购消费有较大的冲击,最为明显的就是庙童节日中团购减少,单笔大生意少,都是一些较为零碎的千元左右的销售,鲜有出现5000元以上的生意。

旅游板块

该板块充分依托商城内圈在节日期间所吸引的巨大客流和充分捕捉商机、开展各种促销活动做足生意。

食品公司销售增长明显,7天销售同比上升24%。节日期间长三角自驾游的游客不少,消费主要以老庙传统特色商品、上海特色的休闲商品(礼盒)、品牌食品为消费主流。休闲商品中比较热销的商品有上海特色字样的礼盒包装糕点、新包装大白兔奶糖和品牌糖果巧克力食品。

工艺品公司7天销售同比上升10%。其金饰品板块销售增长7%,是其增长的主要因素。初三和初六在华宝楼艺术馆分别举办了叶雄中国画——三国演义主题展及蛇年新春书画笔会。活动邀请了丁申阳、叶雄、戴小京等著名书画家和书法家现场挥毫泼墨,书画爱好者纷纷前来购买,各个案台前都集满了顾客。

老街公司7天销售同比上升28%。王大隆销售同比上升37%,汤婆子热销,宏音乐器店高档乐器

销售火爆,同比上升123%。老庙香烛店销售也增长80%。

百货公司节日7天销售同比上升11%,其中:天裕楼同比上升14%,礼品同比上升6%,国购同比上升4%。豫园百货公司紧抓春节前后的购物高峰节点,在小年夜当天推出“新年换新衣、打折最划算”主题营销活动,随后在春节长假期间,继续以“折扣、满额减”形式来迎合游客消费习惯,均取得了较佳效果,同比是三楼运动品牌销售增幅较大。

文化传播公司7天销售同比上升7%。其中:湖心亭销售同比上升15%,民间艺人销售同比下降4%。

虽然春节市场整体的增长态势较好,但我们看到了一些不足之处。比如一些店铺的销售是下降的,究其原因主要是营销措施跟不上时代前进的步伐,商品结构陈旧没有变化,经营者缺少调整、引进新品的决心和信心,墨守成规缺乏创新意识。

元宵节三天客流及销售情况

封城三天商城内圈销售同比更是激增89%,其中:内圈黄金板块增长125%,餐饮增长37%,食品增长20%,工艺品增长40%,百货增长21%,老街公司增长14%。元宵节日当天的夜市销售占比也达到了17%。

今年元宵佳节恰逢周日,出于对安全的考虑,根据市区相关职能

部门的要求,本次灯会在2月22日、23日、24日3天采取了售票限流的方式来控制赏灯人数,自下午14时起进行封城售票。据保守估计,封城3天豫园至少迎来了150万的观灯客,而元宵当日60万以上的观众人数几乎相当于2010年上海世博会时平日一天的观众数。

与此同时,豫园的各个小吃窗口同样生意红火,宁波汤圆、南翔馒头等传统美食自然排起了蛇形长队,棉花糖、冰激凌等常见的小吃也同样引来了大批食客。仅宁波汤圆店的汤圆日销量就能达到十余万颗,师傅们凌晨两点就到店堂里开工包汤圆,元宵当天的销量更大,大约在11万-12万颗。

整个春节灯会期间销售数据

除夕——元宵节16天商城累计实现销售同比上升32%。

由于春节长假7天的销售同比是增长了30%,除夕——元宵节的整体增长是32%,一定程度上说明此次春节期间的销售增长是一种持续性的增长,销售增长和商城内圈持续的大客流是成正比例关系,灯会所带来的效应是显而易见的。

今年灯会亮灯共27天:2月1日亮灯至2月27日(正月十八)共27天。2月1日-2月24日(元宵节)商城累计实现销售同比上升31%,其中27天城内同比上升30%,封城3天城内同比上升89%,春节长假7天城内同比上升16%。