

豫园股份总裁高级助理、人力资源中心总经理

诸炜红



在题为《进化共创型组织，成就高增长发展》的报告中，豫园股份总裁高级助理、人力资

源中心总经理诸炜红以人才增厚、全面激励、腰部裂变三大战役为抓手，回顾了上半年豫园组织进化工作进度及亮点，并应对“十年N倍”对组织战斗力的要求，剖析当前战略的不足和升级方向。

下一阶段将从投资+运营思维出发，以人才升级推动业务多元化布局、不断深化产业运营型人才的厚度，加强人力资源数字化管理建设，持续打造共创、共赢、共生的高质量组织。

豫园股份总裁助理

周大勇



豫园股份总裁助理周大勇从基础建设，效能提升，维度拓展三个方面回顾了豫园上半年数字化建设成果和重点业务板块赋能工作，并进一步复盘存在的痛点与难点，明晰下一阶段豫园数字化升级的目标及方向。

他指出，未来豫园数字化建设工作将坚持从终端用户需求出发，以技术为引领，引入更多专业力量，推动业务发展模式持续创新，助力产业发展路线优化升级。

豫园股份副总裁、复豫酒业发展集团董事长兼 CEO

吴毅飞



豫园股份副总裁、复豫酒业发展集团董事长兼 CEO 吴毅飞分析了国内酒饮格局，明确复豫酒业业务发展路径。通过“产业投资+产业运营”双轮驱动，舍得、金徽营收表现远超预期。就国内市场而言，白酒是唯一一个仅靠中国市场支撑的超大品类，因而复豫酒业发展集团将锚定已有的传统白酒、低度潮饮业务，拓展时尚洋酒、国际网络业务板块，以“空军+海军+陆军”的协同作战模式，推进核心战略。

豫园股份总裁高级助理、豫园美丽健康集团董事长兼 CEO

冯莲



豫园股份总裁高级助理、豫园美丽健康集团董事长兼 CEO 冯莲进行了美丽健康集团“1+2+7 战略”发布，分享了豫园上半年在化妆品、中医健康、宠物三个赛道上的创新和突破。针对下阶段的关键战役，冯莲从品牌矩阵布局、产品线深化、渠道拓展等方面探讨了亟待攻克的痛点难点，未来将持续夯实品牌运营基础，加快全渠道布局，推动产业数字化升级转型，致力让全球家庭用户尽享美丽健康的品质生活。

豫园股份副总裁、豫园文化商业集团董事长

倪强



豫园股份副总裁、豫园文化商业集团董事长倪强在《豫园文化商业集团战略迭代及工作

进展汇报》中，针对存量更新、体验为王行业大背景，提出了“文化为本、策划为魂，聚焦特色商业场景运营”的战略进化方向。未来，豫园文商将以文化特色场景和业态为基底，以体验活动策划执行为核心，通过自营联营持续强化产品创新和会员运营能力。下半年集团将坚定的围绕场景进化、活动运营和数字化转型等关键任务，将大豫园片区打造为“上海城市软实力展示的载体”，同时稳步推进豫园二期和苏州、西安、沈阳等地项目的建设运营。

复星蜂巢高级副总裁、策源股份董事长

姚岚



复星蜂巢高级副总裁、策源股份董事长姚

岚在策源专题汇报中表示，自 2020 年策源入“园”之后，新策源重整出发，致力于成为科创驱动的空间交易运营商。姚岚从基因、时代、土壤三个维度来分析策源“1+2+7”战略目标落地的独特优势，针对当前行业趋势和市场机遇，策源将通过布局经纪服务、长租公寓以及重资产投资赛道，以科创数字化赋能，实现业务快速增长。

豫园股份总裁助理、CGO

袁伊



豫园股份总裁助理、CGO 袁伊以《聚焦直面用户的 C2M 管理模式》为主题进行了汇报，豫园

股份上半年结合各产业特性，分别在用户价值，好产品生态 BD 以及整合营销三个方面赋能产业达成增长目标，同时提出亟待攻克的难点与进化方法。

下半年，豫园将进一步坚持“C 端置顶”，建立直面用户的 C2M 管理模式，通过扩大营销触点的布局、促进线上线下经营融通、加强用户的洞察与私域运营等战略措施，真正建立和打造家庭快乐的好产品管理体系。

豫园股份副总裁、豫园珠宝时尚集团联席董事长兼 CEO

张剑



豫园股份副总裁、豫园珠宝时尚集团联席董事长兼 CEO 张剑在《豫园珠宝时尚集团战略汇报》中对当前行业环境及发展趋势进行了深入分析，结合品牌定位和策略，从内生+外延整合式发展，数字化赋能价值链，生态 BD 驱动等方面入手，规划出“十年 N 倍增长，成为千亿级珠宝时尚产业集团”的战略路径，并提出具体实施要点。

豫园股份总裁助理、豫园文化饮食集团总裁

赵诚宁



豫园股份总裁助理、豫园文化饮食集团总裁赵诚宁在汇报中提到，目前国内餐饮行业呈

现出连锁化、新零售化、供应链整合化、餐饮食品化+IP 化等特点，为豫园股份的文化饮食产业发展提供启示也带来挑战。回顾上半年，豫园文化饮食集团在中国餐饮百强中提升 15 位，进入中国前 60 名，但依旧存在缺少大赛道、孵化业务多、中台人效偏低等痛点。接下来将通过“一碗面两个包子”持续连锁化扩张、搭建从农场到餐桌的大食品 FC2M 体系、内圈餐饮美誉度提升等运营手段，打造第二增长曲线。

豫园股份总裁助理、汉辰表业集团总裁

徐创越



豫园股份总裁助理、汉辰表业集团总裁徐创越表示，接下来，汉辰表业将通过用户运营、品牌重塑、渠道建设等工作，力争至 2029 年实现大飞跃。并逐步实现拥有国际影响力、竞争力的机芯研制能力；拥有差异化定位、高美誉度的手表品牌矩阵；打造满足个性化顾客需求的 C2M 高品质产品，成为记录家庭幸福时光的国际一流钟表品牌集团。

豫园股份总裁助理、东家总裁

孟文博



豫园股份总裁助理、东家总裁孟文博针对东家发展和当前行业现状，发布了以互联网思维和助力东方文化产业变革发展的东家战略目标，并提出上半年工作中显现出的痛点。针对现存痛点，东家未来将从基于客户需求的选品、以互联网手段的爆款推动、客户长期价值沉淀和运营、长期内容产出和 IP 打造等多维度进行全面的战略升级规划。

云尚产发集团副总裁

胡彦



云尚产发集团副总裁胡彦从“人货场”和

“研产销”多个维度，全面比较了全国各大标杆市场、武汉汉正街市场的发展现状，并对武汉云尚项目的定位和痛点进行剖析，寻找破局策略。在经历了两轮商业调整后，云尚产业发展集团最终确定了以源头好货自营联营为核心的战略。在上半年顺利完成好货源战役之后，下半年云尚将着力推进流量战役和转化战役，以此实现“产业模式跑通、产业平台实现、规模化复制”的战略目标。