

提升软实力 焕新老字号

豫园股份的代表委员们在黄浦区“两会”上发声

今年黄浦区“两会”上，豫园股份董事长兼总裁黄震，豫园股份执行总裁、豫园文化商业集团董事长倪强，豫园股份副总裁、新闻发言人胡俊杰，复地产业发展集团高级副总裁、策源股份董事长姚岚，豫园珠宝时尚集团执行总裁、首席产品官陈晓燕，分别作为人大代表和政协委员，围绕关注热点、发声建言。

黄震委员：汇聚文化软实力 夯实经济硬实力



作为快乐时尚领域的旗舰平台，豫园股份在传承中创新，紧跟国潮红利，置顶“东方生活美学”战略，汇聚文化软实力，夯实经济硬实力，推动大豫园文化片区成为上海城市发展新封面。

近几年来，豫园股份将“东方生活美学”作为旗下各品牌发展的重要战略之一，用年轻人喜欢的时尚流行的方式，去演绎、传承经典和文化。期间，推出的“校场”国货国潮快闪街区，联合江南百景图、泡泡玛特、天官赐福、若来等国潮大 IP 推出联名展览、限定产品等，可谓叫好又叫座。

下一步豫园股份将持续做好企业数字化转型，推动消费者、流量、粉丝、会员之间相互赋能，让品牌、渠道、产能进行相互流动，形成从点到线到面的生态效应。

倪强代表：老城厢焕发新生机



豫园老城厢见证了上海 700 年建城历史，在城市更新领域，豫园股份还将引入更多新业态，打造可漫步的豫园慢空间，围绕中华文化、海派文化演绎商业内容，给消费者耳目一新的感觉。

胡俊杰委员：聚焦好产品 讲好海派故事



豫园股份旗下“好产品”亮点颇多，既精致典雅又文艺范儿十足，传统东方生活美学与现代时尚元素完美融合。

下一步，豫园股份将继续围绕“文化复兴、经典时尚”进行全方位的产业升级和老字号焕新，让经典再添时尚魅力，向世界全方位展示中国品牌的文化历史、创意创新以及智能制造，将中国文化向世界表达。

姚岚委员：城区焕新 演绎东方生活美学



大豫园二期开发将在保留延续豫园传统文化的基础上，演绎东方美，打造上海新地标。

陈晓燕代表：振兴老字号



豫园股份旗下有 18 个中华老字号品牌，如何让这些老字号焕发新活力，一直是代表委员关注的热点。

下一步，豫园股份将把这些老字号分为打基础、提效能和升维度三个类别，针对性提出数字化发展规划，探索直播卖货、跨界合作、私域流量运营等新营销模式，把更多新的技术、新的创意跟传统经典文化完美结合。

豫园股份的黄浦区代表委员履职建言（节选）

编辑 | 俞海宝

黄浦区政协委员黄震

关于突破民营企业数字化转型瓶颈,加快黄浦数字核心承载区建设的建议

黄浦区民营企业数字经济发展势头迅猛，但区内民营企业在数字经济转型中同样存在路径依赖、试错成本增加、技术及业务复合人才缺乏以及基础设施建设薄弱等方面的瓶颈。针对加快企业数字化转型有四方面建议：

一是精准帮扶中小企业，利用数字科技手段为中小企业进行全景式扫描，培育推广符合中小企业需求的数字平台。二是加快数字基础设施建设，形成联合推进机制，通过共建、他建等方式鼓励平台经济发展，构建一体化、协作化数字生产资源池。三是完善数字经济监管体系，加强对知识产权的保护，建立健全大数据安全的政策保障机制。四是加快数字经济要素保障，做好组织协调与顶层规划，实施专项资金扶持和专项人才引进，不断优化数字市场经济的企业营商环境。

黄浦区人大代表倪强

关于深入践行人民城市重要理念进一步推动大豫园片区建设提升黄浦核心城区品质的建议

豫园一期、二期、BFC 外滩金融中心及两者之间福佑地块，共同形成的大豫园片区，不仅是上海历史发祥地，更是商业与文化百年来水乳交融共生发展的典范，中心城区整体性最好、规模最大的地域文化特色风貌区。作为黄浦区余留体量最

大、密度最高的旧改地块—福佑地块应进一步提升区域能级，走出一条旧区改造、风貌保护和城市更新有机结合、统筹推进的新路，持续助力上海城市软实力的提升。

建议将片区整体定位提炼为：极具东方生活美学神韵魅力的全球时尚文化秀场。对区位优势突出、业态不符合中心城区功能定位的特色市场，建议政府支持、市场运作，多策并举推进：一是从确保安全的角度“除隐患、拔钉子”，确保诚信经营、依法合规；二是“疏堵结合”，腾退转移到其他区位的市场；三是政策扶持，按市场需求的迫切程度，加大对典型项目的政策倾斜力度。

发挥上海数字化优势，重点引进低碳节能技术，积极推进绿色建筑及低碳建筑建设。探索建立全能源管理平台，加强能耗监控。遴选若干典型建筑，开展节能改造试点工程，提高能源利用效率。总结“数字豫园”建设成功经验，让大豫园片区“宜居、宜业、宜游、宜学、宜养”的方方面面成为生活数字化转型解决方案的最佳实践。

黄浦区政协委员胡俊杰

关于加快黄浦“上海国际时尚之都示范区”建设—发展外滩片区时尚产业的建议

上海“十四五”规划和 2035 年远景目标纲要再次强调，要构建多元共赢的创意设计生态圈，同时首次将“时尚高端的现代消费品产业”列为本市六大重点产业集群之一。外滩片区是黄浦建设“上海国际时尚之都示范区”的实力担当和重要基石，如何使片区

激发时尚文化、资源有效联动、软硬件互相赋能互为土壤和培养特色人才，提出以下建议：

一、充分挖掘东方生活美学内涵，以东方底色的幸福生活之美，赋能和贯穿时尚产业发展，吸引不断崛起的中产家庭和年轻人，创造更多的产品和服务，获得更大的市场空间和影响力，使时尚真正融入现代生活，走向全球家庭。

二、通过产业集群相互联系和互补性缩减产业发展成本、将资源和影响力最大化，大力支持时尚贸易主体集聚，推动时尚贸易平台功能建设，促进时尚产业链上下游整合、跨界合作、商业落地及国际拓展，推动形成时尚生态圈。

三、通力打造高定平台，集聚资源优势、打通上下游，建立行业标准、完善认证体系、突破技术壁垒、开展集约式采购、构建高定集聚地，扩大“高定”的内核，将以东方生活美学为核心的中国文化向世界表达。

四、全力支持扎根黄浦的春秋两季高级定制周等重点时尚活动，着力汇聚全球优秀设计人才，树立全球时尚消费品领域的风向标。

五、充分发挥上海国际时尚联合会，扩大时尚产业优势，打通品牌、企业、院校、媒体等人才等通路联通产业、媒体、高校等多方资源，推动产学研研一体化，塑造和培养一批具有全球性影响力的品牌、企业与领军人物和时尚产业高级管理人员。

黄浦区人大代表陈晓燕

关于老字号品牌振兴的若干建议

上海市政府印发《上海市建设国际消费中心城市实施方案》，其中就专门提到“重振老字号品牌”这一章节，深化老字号“一品一策一方案”，支持发布“国潮新品”，支持老字号在重点商圈集聚发展，升级打造旗舰店、品牌店、集成店，推动老字号开展数字化转型。对于老字号品牌如何焕新，提出以下建议：

一是加大对老字号发展的政府资金扶持范围，从空间上来说，老字号国潮新品的时尚发布品牌活动，需要在黄浦区内举办才能够申请到区时尚产业扶持资金，不利于辐射全国。建议将地点可以拓展到全国；从范围上来说，建议政府可以为老字号企业免费共享消费大数据服务，以便老字号企业能够更加精准服务消费者以及提高对市场变化的敏捷度。二是填补对老字号商标特殊保护的空白，给予老字号商标跨品类商标注册一定真空期，在发现老字号企业被侵权时，执法尺度和处罚力度要与普通商标有所区别。三是在新一代消费对象中树立起老字号品牌意识，场景更贴近年轻消费群体的消费方式，宣传形式也更加与时俱进。借助新兴营销手段，传播老字号品牌历史和商业文化，“政、校、企”三方共同推进“老字号品牌”进校园，学生进老字号企业的双循环共创模式，打造老字号企业实践基地建设、促进产教融合模式等方面的不断创新，也为老字号品牌不断输入创新血液。