

证券简称：豫园股份

证券代码：600655

上海豫园旅游商城（集团）股份有限公司

投资者关系活动记录表

编号：

投资者关系活动类别	☐ 特定对象调研 ☐ 分析师会议 ☐ 媒体采访 ☒ 业绩说明会 ☐ 新闻发布会 ☐ 路演活动 ☐ 现场参观 ☐ 一对一沟通 ☐ 其他（请文字说明其他活动内容）
参与单位名称及人员姓名	
时间	2022年5月13日星期五
地点	线上
上市公司接待人员姓名	豫园股份董事长 黄震 豫园股份联席董事长 王基平 豫园股份联席董事长 石琨 豫园股份独立董事 王哲 豫园股份（轮值）总裁 倪强 豫园股份执行总裁 胡庭洲 豫园股份执行总裁兼 CFO 邹超 豫园股份执行总裁 周波 豫园股份董事长助理（副总裁级）兼董事会秘书 蒋伟 豫园股份副总裁 王瑾 豫园股份副总裁 胡俊杰 豫园股份副总裁 张剑 豫园股份总裁助理 杨志清 豫园股份投资者关系部专业高级总监 徐佳琳 豫园股份投资者关系部专业高级经理 杨昌君
投资者关系活动主要内容介绍	邹超总发言： 一、核心财务数字：

	1、2021 年实现营业收入 510.6 亿元，同比增长 12.2%； 2、实现归属于上市公司股东的净利润 38.6 亿元，同比增长 6.9%； 3、归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润 28.0 亿元，同比增长 13.4%； 4、公司业绩增长主要来自消费产业的高速增长。 5、2022 年一季度实现营业收入 122 亿，同比增长 12%。 二、分板块看，聚焦产业运营显现成果 1、2021 年产业运营板块实现营业收入 330.6 亿元，同比增长 30.7%，占全年营收比例 64.8%； 2、珠宝时尚实现收入 274.5 亿元，在金价 2021 年全年均价略有下滑的情况下，同比增长 23.8%； 3、餐饮业务受益于疫情后复苏及餐饮连锁化获得初步成效，全年收入 7.6 亿，同比增长 56.8%； 4、金徽酒和舍得酒业进入豫园体内后收入利润均录得较好业绩，舍得酒业收入 49.7 亿，同比增长 83.8%，归母净利润 12.5 亿，同比增长 114.4%；金徽酒收入 17.9 亿，同比增长 3.3%，归母净利润 3.2 亿，同比下降 2.0%； 5、食品、化妆品、医药和表业全年均取得了两位数以上的正增长；商业管理与物业租赁服务实现营业收入 13.7 亿元，同比下滑 13.6%，主要是度假村部分受海外疫情影响，收入下滑 29%； 6、物业开发与销售实现营业收入 166.3 亿元，同比下滑 10.8%，占营收比例 32.6%，物业开发与销售波动主要是由于不同房产项目结盘所致。 7、2022 年一季度来自消费产业收入 107 亿元，同比增长 29%，占比近九成（87%），产发业务受到结算周期影响略有下滑； 8、消费产业盈利能力持续提高，消费产业毛利率提升 1.63 个百分点达到 14.21%； 三、现金流充沛 1、公司 2021 年末货币资金 127 亿元，货币资金充沛； 2、实现经营性现金流净额-68.8 亿元，主要由于 21 年公司复合功能地产获取地块，所需支付的土地款较上年有所增加，扣除相关拿地支出，调整后的经营性现金流净额为+64.4 亿元；
--	---

	3、2022 年一季度末货币资金增加到 132 亿元。 四、融资渠道通畅，资产负债表稳健 截止 2021 年年末，公司总资产规模超 1310 亿元，资产负债率控制在合理水平（68.2%）。公司是中国最早的上市公司之一，在资本市场形成了良好的声誉，具有融资成本相对较低、融资渠道丰富的优势。预期到市场的不确定性，在新冠疫情的严峻情况下，2022 年一季度成功发行 5.5 亿中长期债券，优化债务久期，维持良好的资金流动性。 五、持续高分红 公司公布了分红草案，每 10 股派发现金红利人民币元 3.5 元（含税），分红总额 13.6 亿元，股利支付率 35.2%，较去年有进一步提升，上市以来年年分红。 六、运营亮点 产业运营持续增长：1）珠宝时尚业务网点持续扩张，2021 年净开店 602 家，2022 年一季度净开门店 140 家；爆款产品古韵金持续热销；线上销售快速增长超 50%；2）餐饮业务连锁化布局加速，截止到 2022 年一季度末，在上海北京深圳等 8 个城市拥有 83 家门店，另有已签约未开业门店 30 家；3）豫园商圈客流逐步恢复，2021 年客流同比增长 19%，总销售超 15 亿元，同比增长 62%。 酒业并购落地：完成沱牌舍得集团交割，并协同完成上市公司舍得酒业摘帽事宜。 产业+地产并购持续增加：嫁接集团优质产业资源，产城融合战略持续推进，土拍市场低溢价取得上海、成都等核心地块。 倪强总发言： 回顾 2021 和 2022 年过去的这几个月，我们能够深切的感受到新冠肺炎对于世界的持续影响，奥密克戎变异毒株给 2022 年的开局带来的新的困难。为了应对更加复杂的外部环境的变化，公司管理层坚持置顶“东方生活美学”战略，紧抓国潮、国风风口，坚持产业运营和产业投资“双轮驱动”，不断升级深化能力建设和机制保障，向着全
--	--

	球一流家庭快乐消费产业集团奋勇迈进。在管理层和全体员工的努力下，公司 2021 年营业收入达到 510.6 亿元，同比增加 12.2%，归属于上市公司股东净利润 38.6 亿元，同比增加 6.9%，归属于上市公司股东扣除非经常性损益的净利润 28.0 亿元，同比增加 13.4%面对疫情反复对经营活动产生的不利影响，公司一季度完成收入 122 亿元，同比增长 12%，营收结构、负债结构及资产结构不断优化，持续以好的业绩回报社会和每位投资者。 公司坚持产业运营和产业投资“双轮驱动”，取得了不错的成绩，下面由我代表管理层汇报公司 2021 年和 2022 年一季度经营情况。 产业运营方面，2021 年珠宝时尚板块继续保持良好增长态势，总收入实现 274.5 亿，同比增长 23.8%；毛利率稳步提高 0.86 个百分点达到 8.69%。终端网点净增 602 家，总数达到 3981 家，同时网点商业模式持续进化，店铺合伙人项目成就首个直营百万年薪店长；持续打造爆款好产品，老庙古韵金年销售近 40 亿元，相比 2020 年的 10 亿销售额大幅提升；品牌矩阵得到很好的夯实，除了持续深化发展经典品牌“老庙”、“亚一”之外，培育发展了 DJULA、Damiani、Salvini 品牌并开出线下门店，成功创新孵化出实验室培育钻品牌露璨 LUSANT。2022 年一季度珠宝时尚收入继续快速增长，板块总体收入 89 亿，同比增长 27%；毛利率稳步提高 0.14 个百分点达到 8.35%；净开门店 140 家，门店总计达 4121 家，持续保持行业领先的开店速度；古韵金产品销售超 17 亿，增长超 100%，占比接近黄金珠宝销售总额 20%。 文化饮食板块 2021 年实现销售收入 7.6 亿元，同比增长 56.8%。2022 年一季度受到疫情冲击较大，但是公司通过线上团购、连锁化经营等手段尽力对冲，完成销售收入 2 亿元，同比增长 19%。最突出的亮点是连锁化探索结出了丰硕成果，连锁模式走上“快车道”。截止 2022 年一季度末，松鹤楼面馆开业达到 83 家，已签约未开业门店 30 家；老饭店、德兴馆新店开业，上海本帮菜知名老字号品牌持续升级，行业影响力快速增加；老城隍庙餐饮行业排名提升 15 位，进入中国餐饮前六十强。
--	---

	美丽健康板块也在不断探索、不断积累。化妆品方面，WEI 沁莲莹润在丝芙兰全渠道上市，AHAVA 打造多款千万级单品，XWAY 发展初具规模；此外随着产品研究的深入、科创人员的引入，科创中心已经走出了一套可以自我研发提速、满足消费者洞察的产品研发机制，为未来的发展提供了很好的基石。童涵春堂持续组织优化迭代，深化建设激励机制，推出新产品二十四节气茶，豫园商圈内的庙童店和华宝楼店开业，探索单店模型。 商业管理集团在 2021 年完成了架构整体升级，包含了原有的文化商业集团和智慧零售产业集团。商业管理集团总销售额超过 50 亿元，总客流量达到 1.2 亿，整体及重点项目自联营达成年度目标；会员累计存量达到约 335 万，同比增长 90%左右，会员年活跃度 35%、销售占比 22%；成功打造一系列新 IP，如“豫里廿肆”、“豫园新春灯会”、“校场快闪街区”、“豫见好运”、“豫享空间”等，媒体曝光量约 6.2 亿次；商业内容焕新，商业调整面积超 1.3 万 m²，华宝楼重新亮相并实现 100%自联营，引入老铺黄金上海首店，中国李宁、奈尔宝、巧克巧蔻博物馆等旗舰店。豫园商城荣登上海市商务委发布的“最受欢迎的消费地标”榜单。今年春节豫园商圈的灯会作为上海春节的标志活动，门票销售创历史新高。 汉辰表业集团销售收入创新高；持续完善品牌组织建设，赋能旗下海鸥表和上海表，并签约郎平女士代言海鸥表；产品持续创新，推出海鸥海洋之星、上海穹镜系列等新品；机芯质量提升达到阶段性目标，海鸥表机芯荣获“2020 年度中国轻工业联合会科学技术进步奖”。 复地产发集团在整个房地产形势不容乐观的大前提下，实现了稳健良性发展，主要财务指标、签约销售额、投资、利润等方面都基本完成目标。2021 年在上海、成都等核心城市获取了优质项目。 除了上述的产业运营成果之外，产业投资方面也取得了不俗的成绩。公司于 2020 年收购金徽酒，2021 年初完成舍得集团并购交易，初步完成酒业赛道布局。两家酒企 21 年都有不错的表现，舍得酒业收入 49.7 亿，同比增长 83.8%，归母净利润 12.5 亿，同比增长 114.4%；金徽酒 4 季度虽受甘肃、陕西疫情影响，但全年经营稳健，实现收入
--	--

	17.9 亿，归母净利润 3.2 亿，与上年大体持平。公司目前持有金徽酒 38%的股权，持有舍得集团 70%股权，舍得集团持有舍得酒业 30.23%的股权；2021 年公司完成了舍得集团的股权交割，通过赋能及协作，帮助舍得酒业解决了资金占用问题，完成了摘帽；借助复星豫园生态优势，帮助金徽酒设立上海、江苏销售公司开拓华东市场，并针对华东市场推出金徽老窖系列；两家酒企与复星豫园生态体系积极融合，金徽酒为复星、南钢、万邦提供定制酒；舍得酒业与东家、亚特兰蒂斯等复星生态共创，推出 2 款新产品。2022 年一季度，酒业在疫情影响下仍然录得不错的业绩。舍得酒业一季度收入增长 83.25%至 18.84 亿元，归母净利润增长 75.75%至 5.31 亿元；金徽酒一季度收入增长 38.79%至 7.06 亿元，归母净利润增长 42.78%至 1.65 亿元。 公司经营的同时也非常重视履行自身社会责任，积极参与 ESG 评级工作。公司 2020 年来持续发布环境、社会及管治报告，在 wind 的 ESG 评级中获得可选消费行业第一。 在今年上海疫情的严峻形势下，豫园股份上下齐心，从高管团队到一线员工，纷纷投身战“疫”，为上海防疫和城市保供竭尽全力。一方面努力做好稳经营保生产工作，另一方面积极开展员工的关怀慰问工作，同时协调各方力量为服务于抗疫一线的工作人员捐献物资、保驾护航。 自 3 月疫情发生以来，豫园股份各产业纷纷为上海防疫和城市保供出力。疫情伊始起，豫园股份就通过复星公益基金会，紧急捐赠驰援中药汤剂、防护服、口罩、手套、消毒水、折叠床、牛奶、面包等各类抗疫及生活物资数十万件，全部服务于一线人员、志愿者、社区居民的抗疫工作。与此同时，豫园股份动员企业员工也积极加入志愿服务队伍中，截至目前，已有两百余人参与社区疫情防控工作，累计服务时长超过 1 万小时。 同时，豫园股份也成为疫情期间首批物资保障供应重点企业。旗下老字号品牌童涵春堂专门推出“远程咨询”服务，通过云问诊的方式满足市民的寻医配药需求。豫园文化饮食集团始终保持战时状态主动出
--	--

	击，向全市 500 多个社区超两万家庭提供团购服务，为保供应稳民生贡献力量。 此外，严格落实遵守上海市防疫政策的前提下，公司也积极有序推进复工复产。豫园文化饮食集团除了开通社群配送服务以外，德兴菜馆昌里路店率先恢复社区外卖服务，每日为周边邻里供应老字号的平价美食。松鹤楼和春风松月楼近期也将陆续恢复外卖服务。 为了更好地保障社区居民用药、购买防疫物资，童涵春堂目前已有 6 家门店恢复营业，其中 4 家门店为毗邻居民区的社区门店，以点对点服务满足居民用药需求。 此外，公司在疫情期间已着手对各产业赛道进行精准分析，提前布局。随着当前复工复产相关工作的有序开展，豫园股份将紧抓机遇、迎难而上，在多维赛道持续发力。通过落地东方生活美学置顶理念，推动品牌、文化 IP、消费场景的融会贯通，打造大豫园以及更多文化地标集群。珠宝时尚板块将加快线下拓店步伐，打造品牌爆款，探索新商业模式；文化饮食板块抓住消费复苏时机，搭建线上平台入口，推动老字号焕新；在产城融合方面，继续聚焦核心城市和优势产业，打造精品蜂巢项目；同时围绕 C 端置顶战略，构建线上线下一体化的数字化会员生态系统；推动珠宝、化妆品、酒业等产业的全球化布局及协同，为公司带来持续的利润增长点。 投资人提问 1：公司年报中介绍了轮值总裁制度，能不能详细介绍一下这个制度的具体情况？以及公司人才建设的理念？ 回答：为持续完善公司治理结构，优化股份经营管理与决策机制，更好的发展核心经营层全面管理能力，经公司研究决定，在 4 月推出了轮值总裁机制。每一任轮值总裁任期初步定为 6 个月，由公司
--	--

	内部推选的核心高管轮流担任，并在公司董事会领导下，协助董事长主持公司日常经营管理工作。 同时我们在相应的议事机制和权责流程方面，也做了一系列的制度性安排，包括优化经营会议机制与分级授权，落实任期管理目标与考评，以助力轮值总裁能较为全面充分的参与到股份整体经营管理和决策过程，担当起具体的经营管理职责。公司长期以来高度重视人才梯队建设，并将持续通过一系列组织与人才发展机制，激发各级管理团队活力，有力推动公司长期稳健的快速成长。 投资人提问 2：珠宝行业各大头部企业 2021 年都加快了发展，推出类似“城镇计划”“省代模式”等，这些是否会对公司的珠宝业务带来压力？结合行业发展趋势及业务发展需求，珠宝板块有没有具体的运营举措及规划？ 回答：经营成果：2021 年豫园珠宝时尚集团营收 274 亿元，同比增长 23.9%，业绩表现良好，近三年复合增长达 18%。 运营举措 豫园珠宝时尚集团目前市占率列行业前列，公司以老庙、亚一为旗舰核心，快速开店拓展市场；IGI、DJULA、Damiani、Salvini 的加入，填补了公司在行业细分市场上的空白点，促进构建品牌矩阵、形成品牌金字塔，2021 年外延品牌收入同比涨幅超 70%；孵化培育钻石项目 LUSANT 品牌落地，也将在未来更加拓宽公司的收入增长、进一步打开产业深度；在打造产业链生态方面，投资镶嵌工厂星豫珠宝，为控本增效、赋能多品牌产品结构优化提
--	---

	供产能支持；设计师平台“珠宝创意之家”的打造更好地整合设计资源、为好产品赋能；未来公司将全力推进全球化布局及协同。 渠道：持续保持行业领先的开店速度，连续三年的年度净增网点数均超 600 家，截至一季度，珠宝营业网点达 4121 家。公司基于全国网点快速增加，从提升终端管控的角度出发，开始新业务模式的试点，未来会逐步加强地方管理力量，通过逐步设立超大特大城市总部、输出运营标准辐射加盟。 产品：持续推动产品升级：1）老庙古韵金系列持续成为珠宝板块销售爆款，老庙古韵金 4.0 鸿运升升系列与西安大明宫合作，2021 年销售近 40 亿元。此外，老庙邀请著名演员张若昀先生作为“老庙古韵品牌代言人”，市场反馈热烈，进一步推动产品销量。2）培育钻石品牌露璨 LUSANT 的推出进一步完善产品线，满足消费者差异化需求。3 线上设计师合作平台拥有注册国内外设计师超 900 人，将集合海内外资源实现好产品稳定输出。 2022 年，产品不断推陈出新，老庙在母亲节之际推出原创亲子 IP 小象呼禄系列，下半年还将推出全新婚嫁概念系列，古韵金系列也将进行产品升级推出 5.0 版本；亚一也将于下半年推出古法情逸金新品。 供应链：针对加盟商服务的“好运宝”业务平台已上线“极速及速达专区”并持续进化运营机制，通过数字化手段促进管理能级提升，对热销、推广产品进行预判并实现前置备仓，有效降低到货周期，赋能客户提升销售竞争力；通过协调整合产业链多层级资源打
--	---

	造常态化的业务通路 ,保障客户拿货和销售 ,为终端销售保驾护航 ,供应链管理处于行业先进水平。 投资人提问 3：公司餐饮板块有什么发展计划，尤其是连锁餐饮和预制菜。疫情冲击下公司餐饮板块有哪些应对措施？ 回答：文化饮食的战略使命是“为家庭提供到店、店家、到人的全周期餐饮体验”，其中背后是通过餐饮在到店、到家的服务，及预制菜、烘焙类等食品在到家、到人的战略布局 今年在疫情的影响下 ,我们一方面持续推动连锁餐饮在非疫情地区的新店拓展及运营提升，同时借助文化饮食的百年老字号品牌禀赋，重点加大力度真尝家在预制菜、烘焙类的新品开发。 连锁餐饮方面松鹤楼：截止一季度，松鹤楼已接近百家门店。一季度期间，我们在天津、武汉开设了新店。今年整体我们计划开设 80 家店；同时，我们也在积极开展外卖、会员、产品、服务、营销五大提升举措，已初具效果。例如，我们部分门店受疫情影响无法堂食，通过外卖产品的优化，有效补足了产能的缺口。 松月楼与南翔：松月楼与南翔是文化饮食“一碗面+两个包子”连锁战略的重要组成部分。我们再积极探索两个品牌连锁化的战略布局，今年疫情后预计会陆陆续续看到一些落地成果。 食品方面继去年真尝家品牌发布后 ,公司今年加大其品牌下包装食品的布局。真尝家面今年已陆续上市 6 个口味，疫情期间通过社区团购和私域渠道进行销售，今年的销量已经超过去年 4 个月的总和。目前正在积极推动新产品上新，包括预制面的拌面系，包括小
--	--

	龙虾、藤椒鸡丝拌面，蟹粉拌面。除此之外，真尝家与德兴菜馆、绿波廊重磅合作，正在开发 10 余款预制菜。这些新品预计均在二季度内上线 投资人提问 4：今年地产的监管政策发生了一定的转向，请教一下公司地产的整体发展战略？ 回答：2021 年公司继续坚持蜂巢模式，通过蜂巢打法新获取了上海、成都青岛等地的核心区位项目。实现签约销售约 174.54 亿元，签约销售面积约 75.05 万方，实现结转收入 166.34 亿元；同时存量项目稳步推进，业务毛利率仍然保持行业较高水平。 公司的核心业务模式是通过“一城一产一园一基金一蜂巢”的打法，实现蜂巢产品在各核心城市的核心地段落位，我们针对健康、金融、科创、文化、旅游等多个方向进行蜂巢产品的设计及封装。具体而言，通过深入挖掘目标城市的产业诉求，打通复星和豫园的产业资源，定制并落位契合城市产城目标的生态产品，实现产业和蜂巢业务的共赢。 公司近两年的项目获取节奏在监管合规的前提下有序稳定，具备一定体量的储备项目确保未来多年的持续发展。后续持续通过蜂巢模式，打造高品质、好口碑、高利润的蜂巢项目。我们也会继续重点关注一线和强二线城市，以及重点核心城市经济圈，包括长三角区域、华中两湖区域、粤港澳区域和中西部成渝等。 投资人提问 5：公司下属几十个品牌和几百家子公司，包括国内与国外，财务上是如何管控与赋能的？
--	--

	回答：公司近年加大了对财务管理数字化和财务一体化平台的建设，支持集团化运作，业务财务的相融合，满足上市公司财务管控和信息披露要求，实现财务数据的共享整合，并且配合公司的战略，由核算型财务向决策支持型财务转型。 公司在 2018 年建立了财务共享中心，经过 3 年多的建设，已经初步实现了多产业费用、资金、总账、财报等业务的共享，借助财务共享服务中心的建设，提高交易处理的核算效率和质量，释放更多的财务资源用于集团管控、支持业务决策，从而全面促进企业财务管理水平的提升。 公司施行产业 1+2+7 战略规划和全产业全面预算管理，同时通过月度经营分析会、周度 EMC 和 TC 会议等方式使总部与各产业充分交流融通，发现和解决各个业务发展的痛点，做好组织和机制的保障，及时做到管控与赋能； 目前整个财务条线更加强调要积极拥抱业务，赋能业务。举例：公司资金管理部通过总部与浙商银行的战略合作关系，为公司黄金珠宝业务的全国加盟商提供银行授信渠道，赋能珠宝加盟的业务扩张，帮助加盟商解决融资痛点，降低加盟商资金成本，做大做强业务。 投资人提问 6：公司作为消费品平台，请问有什么具体的中长期的措施去保障持续性的发展？ 回答：2021 年豫园股份置顶推进成立了海外运营、科创、生态及
--	--

	FES 四大委员会，进一步明确我们的战略定力，未来也将持续通过这四个核心驱动力，为发展保驾护航。 具体来说：全球化方面，结合国内、海外消费者的需求，豫园股份一方面从海外引入更多满足国内消费需求的品牌，持续带动销售增量，另一层面也积极探索把国内好资源带出海。以珠宝时尚为例，通过将 Damiani 与 DJULA 带入中国，构建珠宝时尚品牌矩阵，满足中高端消费升级的需求。与此同时，新孵化的合成钻石品牌 LUSANT 也在积极探索北美市场的发展机遇。通过全球化手段，驱动消费产业增长。 科创方面，我们认为消费品核心护城河的建立离不开持续的科创投入。豫园股份不遗余力地推动各产业在科创领域的投入，包括建立化妆品科创中心、饮食科创中心、酒业科创中心等。以化妆品为例，去年重点推进位于漕河泾的上海化妆品科创中心，重点支持国内消费者研究，与以色列美国的科创中心联动。目前已经储备研发 93SKU，上市 15SKU，上市产品中 WEI 沁莲莹润系列成为超销售爆款。 FES 方面，消费品的新品销售占比从来都是重要增长驱动力，在豫园股份层面建立了新品管理体系，通过新品四大门关评审，有效确保新品从概念上市后评估都有科学体系保障，提升新品上市成功率。具体来说，包括预制菜的菜品、黄金的小象呼噜等产品，都是通过新品流程的 4 个门关的审核，从消费者洞察、市场营销角度、包装设计、供应链等各个维度进行评定之后，推出上市。
--	--

	生态方面，是豫园体系下特有的消费增长驱动力，通过跨界产品、渠道等的合作，提供市场上不具有得创新的商业模式跟产品。具体来说，东家通过跟玉石匠人的合作推进金镶玉产品，利用老庙的渠道，打造出了我们有又懂和田玉、又懂消费者的新的商业模式。我们也提前预告一下，今年在做“中国新娘”生态战役，在整个豫园生态里，包括舍得酒、黄金珠宝等婚庆产品、餐饮文化的婚庆宴席，以及与复星其他生态的产业联动，打造出针对中国婚庆市场的新产业模式。这个是我们独特的生态优势。 这四大内容顺承我们四大制定委员会的设置，能够从中长期来保障我们的消费品产业的可持续发展，持续打造豫园股份消费产业的差异化竞争力。 投资人提问 7：公司的 ESG 评级情况很不错，能不能介绍一下本次上海疫情公司履行社会责任方便有什么举措？ 当前正值上海抗疫的关键时期，作为扎根上海的家庭快乐消费产业集团，豫园股份始终不忘践行企业社会责任，公司一方面积极助力打赢疫情防控阻击战，为上海保供应尽企业之力，同时也竭力思考并推进业务发展，为新一轮增长积蓄力量。 疫情伊始，豫园股份就通过复星公益基金会，向上海志愿者服务公益基金会、仁济医院、瑞金医院、黄浦区疾控中心、青浦区红十字会、上海外国语大学等数十家单位、高校捐赠防疫物资，紧急驰援中药汤剂、防护服、口罩、手套、消毒水、折叠床、牛奶、面包等
--	--

	各类抗疫及生活物资数十万件，全部服务于一线人员、志愿者、社区居民的抗疫工作。 与此同时，豫园股份也动员员工积极加入志愿服务队伍中。根据不完全统计，截止目前已有 349 名员工实际参与各类防疫支持工作，其中党团员占比 45%，累计服务时长超过 1.58 万小时。有的员工还将公司里的企业管理模式运用到了志愿者服务工作上，用数字化方式统计居民需求，分门别类建立社群，提高志愿者服务效率，并被本市多家主流媒体报道。 疫情发生后，豫园股份也成为疫情期间首批物资保障供应重点企业。旗下老字号品牌童涵春堂专门推出“远程咨询”服务，通过云问诊的方式满足市民的寻医配药需求。豫园股份还积极通过团购等方式来满足居民们在饮食方面的需求。截止 5 月 8 日，豫园股份旗下的豫园文化饮食集团社区团购服务 722 个社区、3.12 万家庭、销售额达 688 万。同时，还通过产品复工销售券、内部服务等模式深入触达消费群体，总计销售金额达 1528 万元。 在严格落实遵守上海市防疫政策的前提下，公司一直积极有序推进复工复产。豫园文化饮食集团除了开通社群配送服务以外，德兴菜馆昌里路店率先恢复社区外卖服务，每日为周边邻里供应老字号的平价美食。德兴菜馆复兴荟店 4 月份也已恢复外卖服务。 为了更好地保障社区居民用药、购买防疫物资，童涵春堂目前已有 6 家门店恢复营业，其中 5 家门店为毗邻居民区的社区门店，以点对点服务满足居民用药需求。
--	---

	面对上海疫情的严峻形势，豫园股份上下齐心，从高管团队到一线员工，纷纷投身战“疫”，为上海防疫和城市保供竭尽全力，同时也在为下一步全面复工复产、提升业绩做好充足准备。 投资人提问 8：公司的业务板块较多，公司董事会及董事如何参与日常和重大的决策管理？ 董事会主要负责重大决策，主要决议选聘或者解聘公司管理层，决定公司管理层报酬；审议和批准管理层的战略计划、经营计划和投资方案；制定财务预算决算方案、利润分配方案等； 董事会的多位董事还在公司的各个产业任职，参与日常管理； 作为独立董事，个人在任期内积极了解监管政策变化，不断更新相关信息和知识储备，提高履职专业能力。 积极参加公司董事会外，还实地考察了解公司经营管理情况，通过电子邮件或者电话形式与公司保持日常联系，并结合自身专业特长及时提出有关问题、要求提供相关资料，积极为公司的经营战略出谋划策；同时积极推动完善、提升公司法人治理，充分发挥独立董事在公司治理方面的约束制衡职能，有效保证了公司的合法权益，特别是中小股东的合法权益。
--	--