

上海徐家汇商城股份有限公司

二〇一〇年度董事会工作报告

董事长 高云颂

一、2010 年度董事会工作情况

1、报告期内董事会的会议情况及决议内容

报告期内公司董事会召开了一次年度例会、一次中期例会、一次临时会议：

2010 年 2 月 12 日，董事会召开三届六次会议。会议审议通过了《2009 年度董事会工作报告》、《2009 年度总经理工作报告》、《2009 年度财务决算和 2010 年度财务预算报告》、《2009 年度利润分配方案》、《关于聘请 2010 年度审计机构的议案》、《关于延长首次公开发行人民币普通股股票并上市决议有效期的议案》、《关于公司 2010 年度贷款计划和为子公司担保的议案》、《关于召开 2009 年度股东大会的议案》等十一项议案。

2010 年 7 月 29 日，董事会召开三届七次会议。会议审议通过了《2010 年上半年度工作报告》、《关于对经审计的公司 2007、2008、2009 年度及 2010 年 1-6 月财务报告进行审核的议案》。

2010 年 11 月 19 日，董事会召开三届八次会议，会议审议通过了《关于延长首次公开发行人民币普通股股票并上市决议有效期的议案》、《关于召开 2010 年第一次临时股东大会的议案》。

2、董事会、股东大会决议的执行情况

根据三届六次董事会、2009 年度股东大会审议通过的《2009 年度利润分配方案》，完成了 2009 年度利润分配工作。

根据三届六次董事会、2009 年度股东大会审议通过的《关于聘请 2010 年度审计机构的议案》，聘请了上海众华沪银会计师事务所为本公司审计机构，并完成了 2010 年中期审计和年度审计。

根据三届六次董事会、2009 年度股东大会审议通过的《关于公司 2010 年度贷款计划和为子公司担保的议案》的授权，2010 年期间，经董事会批准，公司分别向交通银行、工商银行、浦东发展银行、上海银行申请流动资金贷款及授信额度总计 3.29 亿元。

3、公司经营管理工作

2010 年，上海喜迎百年难遇的世博盛会，公司的经营管理重点也以立足于世博会大局，着力提高服务水平，优化环境形象，适应世博服务的实际需求开展针对性营销活动为重点，超额完成了全年经营目标。

(1)、配合上海市迎办世博会的要求，今年各企业的商场调整以微调、精调为立足点，致力于提高重点品牌销售坪效，达到细致改善购物环境、有效提升品牌形象的目标，其中重点实施了新开办的汇金百货虹桥店的布局调整，招商引进肯德基、味千拉面等热点品牌，吸引和提高人气。同时，重点做好 2011 年进一步调整、完善商场布局的方案酝酿、框架设计及数据分析等准备工作。

(2)、以“抓住世博契机、促进商品销售”作为各企业营销工作的中心。六百通过参加上海市世博优秀橱窗展示活动，布置世博主题商场吊旗和场馆模型广场造景等，将宣传世博、突出世博的要求融入到营销工作中，并推出了世博门票换领 VIP 单次卡服务措施，吸引流动客流消费力。汇金百货秉承文化营销的传统，在徐汇店和虹桥店分别推出“月光宝盒”六一故事大赛、“春装发布”T 台秀等活动，对公司形象和知名度起到一定的提升作用。汇联商厦发挥食品经营优势，设计了食品组合世博大礼包，受到顾客欢迎，同时，为进一步提高知晓度，汇联商厦还设计制作宣传册，分发到周边宾馆酒店，吸引外地游客前来消费。

(3)、继续坚持以顾客满意为开展所有工作的标准，落实商场管理长效机制。六百从方便顾客出发，梳理完善了总服务台的各项服务措施和商场标识标准化规范。汇金百货进行了付款流程简化试点，以更加方便顾客快速、便捷付款。汇联商厦则于2010年开始全新推出会员卡，以进一步培育顾客忠诚度，稳定消费群体。同时，各企业结合迎博办博的特殊要求，配合有关部门，分别实施了门前广场和外部环境的整修改造，创造文明整洁的经营氛围。

(4)、强化消防、治安安全管理工作，建立由安保人员、商场管理人员等组成的平安志愿者队伍，通过加强培训，提高职工安全意识和应对突发事件的处置技能。2010年期间，各公司还分别开展了多次以反恐、消防等为主题的应急演练活动，以全方位、网络化为目标，加强现场巡视和重点防范，为企业经营管理工作提供安全保障。

二、2011年度董事会主要工作打算

1、继续以商品销售为中心，以提升重点品牌销售坪效为着力点，及时跟踪各品牌销售情况，挖掘重点品牌销售潜力，不断引进符合公司定位、知名度和占有率高、市场业绩好的成熟品牌，进一步完善公司品牌形象，提升整体商品竞争力。同时通过广泛的市场调研，做好品牌储备工作，充实后备品牌库。

2、根据世博后的市场变化，在促销上以稳定销售为着力点，把握好促销节奏，合理规划全年促销频率和力度。继续以贵宾卡为抓手，注重贵宾卡会员发展数量和质量，不断完善贵宾卡的服务内容和服务品质，进一步提高顾客忠诚度及稳定性，提升贵宾卡用户在公司销售总额中的占比。利用计算机智能客流统计系统的数据汇集，对客流与销售关系、顾客购物习惯等进行分析，为经营决策提供有效的参考。

3、坚持“为顾客着想，让顾客满意”的服务理念，以顾客的实际需求为出发

点，从环境设施、举止仪表、工作态度等各方面加强自查自评，跟踪各项服务措施的执行情况和效果，不断挖掘潜力为顾客提供更多便利和服务功能，进一步提高以服务为核心的综合竞争力。

4、继续深化开展后备业务骨干培训，通过职业道德、认识自我与工作对象、岗位核心素养和经营管理与营销等课程的培训，提高骨干职工的管理水平和职业素质。同时，继续建立和完善各岗位的工作手册，逐步形成符合各公司实际需求的岗位工作标准体系，推进整体职工队伍建设工作。

5、加强企业基础管理，提高安全意识，充分发挥各项职能管理在企业运营中的作用，并将企业的相关制度要求与各品牌商的自身管理要求有机结合起来，落实管理责任制，保障良好的经营管理秩序。

6、充分发挥董事会各专门委员会的工作职能，完善公司法人治理结构，深化对投资企业经营指标和管理指标以及预算执行情况的监控与指导。

7、继续在公司股东和各相关部门的支持下，做好公司上市后的各项工作。

本报告尚需提交股东大会审议。

二〇一一年五月二十四日