

在2022年复杂的国际形势和各类突发事件的挑战下，豫园股份(上海豫园旅游商城(集团)股份有限公司，股票代码：600655.SH)展现出了较强的抗风险能力，公司各项主营业务发展积极健康，且呈现出蓬勃的创新活力和扩张潜能。2023年3月23日，豫园股份发布2022年度业绩报告：报告期内，公司实现营业收入501.18亿元，归母净利润38.26亿元，同比增1.52%。公司同时公布分红草案，拟每10股派发现金红利人民币3.50元(含税)，分红总额13.58亿元，实现上市以来年年分红。



2022年7月，豫园旗下珠宝品牌老庙，上市了国潮婚嫁黄金饰品——老庙有鹊系列，该系列邀请高定时装设计师Grace Chen、知名时装设计师Helen Lee、以及新锐珠宝设计师龙梓嘉合作打造，分别从异域风情、江南情调和汉唐盛景三个维度对东方生活美学为代表的中国文化进行深度挖掘，融汇于产品设计中，意在一举赢得以90后、95后为主角的年轻婚嫁消费市场。事实证明，老庙有鹊系列很快获得了市场认可，上市以来全渠道销售额超过2.3亿元。

继老庙有鹊系列之后，2022年12月，老庙古韵推出了第五期“事事金安”系列。这是老庙对于东方生活美学的一次更大胆的探索，邀请国际知名设计师THOMAS.V由西方视觉审美解构中国文化中“平安”的概念。“事事金安”系列同样收到了市场的热切回应，它的成功上市也助推了老庙古韵金在2022年收获突破50亿元的销售佳绩。



此外，本集团还积极践行社会责任，为文化赋能企业高质量发展提供前瞻性建议。

科创赋能，以“智造”助推企业高质量发展

豫园股份所提出的东方生活美学战略不止于对传统文化的发掘与传承，更在于对未来生活方式的引领与创新，正是因此，对科创能力、研发能力、原创能力等“产业大脑”领域的构建，成为了豫园股份2022年各项布局的重中之重。

2022年，豫园股份旗下的津美化妆品科创中心共取得了26项专利成果，其中包括6项发明专利、10项实用新型专利以及10项外观设计专利。这些干货满满的科研成果，除了赋能AHAVA、WEI蔚蓝之美等豫园股份旗下已有的知名化妆品品牌之外，还为豫园孵化新品牌、进军功能级护肤领域等化妆品新赛道提供了源动力。

不止在化妆品产业，豫园文化饮食集团科创中心也于2022年9月投入运营，并由此进一步进军预制菜赛道。豫园文化饮食集团科创中心搭建了一支由“匠人型厨师+食品工程师”的核心工作团队，同时结合先进的分析技术和检测仪器设备，实现非遗技艺及老字号品牌菜品的高度还原和创新，新品开发周期提速30%，2022年9月至12月累计开发新品68个sku，其中54个sku已经上市。通过科创赋能推出的上海德兴馆大汤包、上海老饭店肚肺汤、松鹤楼松鼠桂鱼等老字号预制菜产品，都已成为经过市场验证的爆品。



不仅有高人气的豫园灯会，豫园股份旗下的各消费产业也顺应市场回温大势强势复

苏。创建于1875年的中华老字号上海老饭店豫园店经过大半年装修调改，于2023年1月17日重装开业；真尝家联名豫园餐饮老字号-年夜饭预制菜礼篮系列、松鹤楼-年夜饭预制菜礼篮系列销售创下佳绩。

随着今年中国经济增长目标的公布，多家国际组织和机构都上调了2023年中国经济的增长预期。毫无疑问，未来中国经济的增长将极大提振世界经济复苏的势头，而庞大的中国消费市场则是全球经济增长的重要引擎。

作为一家植根于中国的全球家庭快乐消费产业集团，豫园股份已开始着手进行更深入、长远的布局：在深耕国内消费市场的同时，也致力于将中国的产品带给全球家庭、将中国的文化传播至世界各地。

2022年9月，位于上海市黄浦区核心地段的福佑路地块历史风貌保护项目公示了实施主体为豫园股份，“大豫园片区”建设拉开帷幕，一个总建面超100万平米的超级文化商业综合体将在不久的将来诞生。豫园股份的目标是将“大豫园片区”打造成为一个极具东方生活美学魅力的全球时尚文化秀场，为包括老字号在内的国内优质品牌，来自世界各地的时尚设计师工作室及创意工坊、文化艺术平台、以及国际品牌等构筑其成长、展示、交流的空间，并成为让世界了解上海、了解中国的一张新名片。