



2019

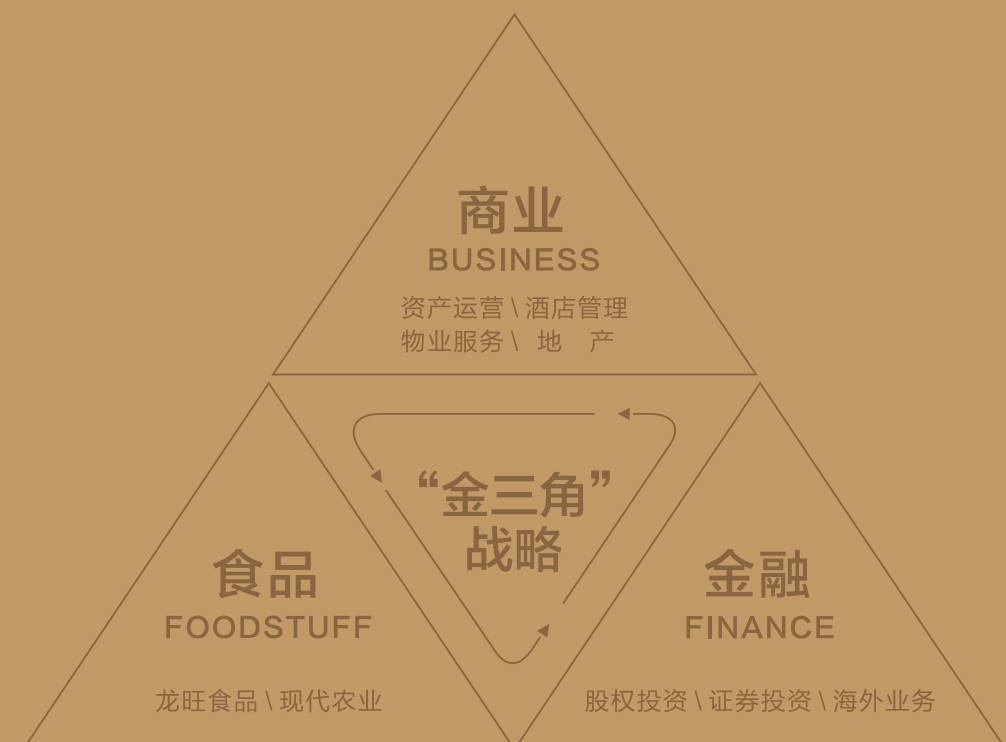
THE STRATEGY AND
CHANGE OF HRHZ

智汇战略 从融变革



028⁺ 8665 8665

中国·四川·成都市锦江区锦华路三段88号
www.hrhzgrp.com



汇融集团全新战略模型

THE STRATEGY AND CHANGE OF HRHZ

智 汇 战 略 从 融 变 革

改变自己

文/本刊编辑部

在烟雾弥漫的山头之间，企业就像是不停攀登巅峰的登山客。我们刚从一座熟悉的山头下来，却又必须朝另一座山头奔去。新山峰若隐若现，我们并不完全清晰登顶的路径，何时能到、如何能到皆无人能知。这时候，登山队伍往往就会在双峰间的山谷中出现激烈争执，有人要留守安逸与熟悉的旧地，有人偏要冒险前行，最后组织分崩离析。这就是在企业管理中著名的“死亡之谷”寓言。

当企业发展到一定规模后，就会面临一个战略转折点。寓言的作者及英特尔公司创始人安迪·格鲁夫曾说：“所有企业都是赢在战略转折点，而不是战略起点上。”而对于许多企业来说，遇到战略转折点，既是机遇又是挑战。关键在于，我们能否意识到自己正处在战略转折点，并且为之做出正确的选择，这考验着一个企业的智慧与勇气。因此，当战略转折点来临的时候，如果不想被摧毁，那就只能快速反应、适应，并且改变。

回顾汇融近40年的发展历程，在改革开放的浪潮中，我们经历了一个又一个颇为重要的转折点。从沿海到内陆，从国内到海外，从单一产业到多元布局……正是一次次果敢抉择，开拓出集团如今跨国界、跨区域、多领域的商业版图。时下，汇融再次面临转型，而这一次，我们来到了攸关企业前途和命运的战略转折点。

我们想要从机会型企业转型升级为战略型企业，我们希望持续拥有更加精彩的未来，我们期待成为一个受人尊敬的百年企业。而这一切，都必须以战略为牵引。一家战略型企业，需要同时具备四个条件：一是具有满足某种社会需求功能的内在使命；二是要有独特优秀的企业文化；三是有了企业能够持续经营发展的企业战略；四是必须有进行变革的能力。而在上述四个要点中，最为重要的因素是——变革。

因此，变革刻不容缓！然而变革中最难点是什么？是改变自己，是自我批判，是不断进行自我革新和颠覆。企业变革成功的关键是全员观念的改变！所以，变革必须从改变自己开始，从我们每一个人做起。对企业来说，改变不合时宜的管理方式，改变陈旧的管理制度；而对组织中的个人来说，改变落后的观念，改变固化的思维模式和习惯，才能不断更新完善自我，成为更好的自己。

沉下心来，深耕业务，把当下的事情做好、做专、做精，在此基础上，再通过学习，进行观念转变。让自己找到并保持积极进取的状态，唤醒沉睡的潜能，把自我的能力发挥到极致。在能力提升之后，当企业遇到新的发展机遇时，才能把握先机，真正迈出跨越的一步。

让我们不忘初心，凝聚共识，拥抱变革。在继承和发扬过去优良传统的同时，更以积极崭新的心态，去迎接属于汇融的“新战略时代”！



HRHZ GROUP CUSTOMERS CLUB

总期刊号

NO.8

2019 年刊

总 顾 问 薛水和

顾 问 薛超雄

总 策 划 杨 怡

执行主编 雍璐萍

责任编辑 高 科 杨与会 蒋小青

孙 红 冯 燕 崔 静

张 聪 肖 倩 李 瑶

视觉设计 王 飞

中国·四川·成都市锦江区锦华路三段88号
www.hrhzgrp.com



CONTENTS | 目录

www.hrhzgrp.com

■ 历史回望

P08 汇以共生 相融致远——我与汇融亲历改革开放40年

■ 战略前景

P18 汇融正式发布“金三角”战略 迈入企业转型新征程

P24 群策群力 共创未来

■ 拥抱革新

P32 综管中心蝶变新生：做好集团发展的中枢神经系统

P36 走出去，做全国人的龙旺

P40 深度运营，打造新经济示范性园区

P42 创新+变革=商业物业服务质量提升

P44 技赢未来 发掘物业管理新价值

P48 汇融智选假日酒店：力争树立大丰品牌酒店龙头地位

■ 年度聚焦

P52 远见未来 匠造繁华

P56 汇融MALL全盛开业 城北新中心已然成型

P62 汇集大牌 活力相融——汇融MALL主力商家推介

■ 文化根基

P70 融光，指引我们前进的方向

P76 心中有梦 眼里有光 脚下有力

■ 图记

P82 汇融集团35周年庆暨2018新春年会精彩回顾

■ 附录

P88 汇融集团2018年度十件大事

P92 汇融集团新媒体矩阵



P.26



P.36



P.56



P.70



2019

THE STRATEGY AND
CHANGE OF HRHZ

智汇战略 从融变革

Part ❶ 历史回望

Reviewing history

· 汇以共生 相融致远——我与汇融亲历改革开放40年

汇以共生 相融致远

——我与汇融亲历改革开放40年

文/汇融集团董事长 薛水和

1961年，我出生于福清市西坑村一个普通的农民家庭。迫于家境贫寒，13岁那年，我不得不放弃学业走向社会，靠自己的劳动谋生。初出茅庐的穷小子，没有学历，缺乏经验，只好从最基础的体力活开始干起，从拉板车、收破烂，到卖麦芽糖、卖鱼干，再到后来学手艺做线面……只要能赚钱，能解决温饱问题，我都做。自小受父辈的教导，我坚信勤劳可以致富，只要踏实肯干，敢闯敢拼，就一定会有回报。终于，在我17岁的时候，迎来了人生中最重要的历史机遇——改革开放！在此后的40年里，我和我的企业一直紧随时代步伐，紧扣时代主题，在商海中砥砺奋进，在市场经济中不断壮大……

汇融集团总部办公地

敢为人先：积累“第一桶金”创办实业

1978年，万物复苏。当时也正值唐山大地震灾后重建，对园林景观的需求量陡增。北方气候寒冷干燥，不宜于温室植物初期的培育，而南方植物却生育旺盛，到处枝繁叶茂。在观察到这一市场商机后，我便计划借用乡镇企业果林场的名义，从福建漳州采购花卉植物销往唐山。为保证花卉在运输过程中的损害降至最低，我承包了一个货运车厢，独身一人便踏上了前往唐山的列车。我和这些花卉挤在同一节车厢里，饿了就吃点鱼干充饥，困了就直接睡在地板上。虽然条件艰苦，可我内心却充满着希望，我盼望着此番行动，能够通过市场的检验。经过几天几夜的颠簸，终于将首批绿植顺利送抵唐山园林处。就这样往返了几趟，小有收获，我便开始大范围地将南方的盆景花卉销往全国其他缺乏温室培育环境的城市，由此积累了人生的“第一桶金”。

经历了创业的艰辛与磨炼，我逐步意识到，想要做大做强，仅靠勤劳的双手远远不够，还得动脑筋，开眼界，善于抓住机遇走出去！这是我年少闯荡社会的真切领悟，只有从自发谋生的初级买卖阶段上升到与市场为伍的制造营销阶段，方有可能在商界中占有一席之地。那我应如何通过实体制造业展开事业蓝图，建立属于自己的工厂呢？此时我已在酝酿一场重要转型。

1982年，改革开放的春风已吹遍神州大地，但我却发现绝大多数人依然过着节衣缩食的拮据生活，小有收获的我开始琢磨如何带动村民一起跻身于改革开放的浪潮之中，让村民也感受到改革开放给他们的生活带来的腾飞。于是，凭着一股敢为人先的勇气和改变现状的决心，我用前几年打拼得来的原始积累，在江西抚州钟岭乡开办了第一家建材厂，率先实现了机械化生产。从此，我们有了自己的制造工厂，我们开始发展实业。这一标志性的里程碑事件，成为我们企业的起点，开创了汇融元年。那一年，我刚满20岁。

作为当地第一个吃螃蟹的人，我们敢于突破当地原有的手工青砖市场，转而采用机械设备生产红砖。那是一段激情燃烧的岁月，从铺垫到推广，凡事都亲力亲为。从无到有，从有到扩，5年之内合作连开了4家砖厂，职工达到350多人。

随着对机砖厂行业的涉足愈发深入，其受制于产量有限、市场地域等因素，不利于全国推广的局限性也日益凸显，面临事业瓶颈，是求稳固守还是发展扩张？我陷入了思考，到底如何才能打破行业壁垒呢？我认为必须要选择一个全国人民都有需求，而不用受地域限制的行业。经过长时间的思索与调研，我将目光瞄向了十几亿人口所面临的刚性需求——快消品市场。

不断创新：进军食品行业扩大市场

1989年，我回到家乡福建。此时，改革开放已走过了第一个十年，国民生活水平日益提升。中国有句老话，民以食为天。老百姓最关心的问题，首先还是“吃”的问题。中国人口众多，消费市场庞大，若进军食品行业，定能多维度辐射全国。困扰在我心中的问题，终于找到了突破的方向。

我便马上盘算起来，该从何开始大干一场？由于是第一次涉足食品行业，手里没有现成的、专业的技术储备和人脉资源，我选择代理了当时国内最知名的冷饮品牌，开始做起食品饮料的批发。在鼎盛时期，我们每年的代理收入均逾千万，然而随着市场需求日益旺盛，代理商这个角色开始略显被动。记得有一次我们从福州开了五辆集装箱冷冻车，一路浩浩荡荡驶向广东的生产厂商去提货，当车队都已开到厂区大门口时，却被告知没有现货，需要排队不说甚至都不能确定具体提货时间，这让我十分懊恼。在有过那次经历之后，我意识到代理批发属于食品行业的下游，受牵制性很大，没有主动权，我一定要改变这种被动的局面。



2005年，龙旺食品搬迁至国家经济技术开发区——龙泉驿区。



龙旺食品冷饮生产线

代理批发商的这段经历让我对食品行业有了深入的了解，也累积了一定的经验和资源，其中的商机我万般清楚，于是我开始琢磨：我为什么不自己做产品呢？这个想法萌生之后，我就全身心投入去调研，多次走进冷饮工厂的生产车间，从产品生产的源头开始，掌握其核心技术与内在门道。在研究和熟悉了冷饮生产的相关配方、流程、工艺之后，我做出了一个关乎身家性命的决定，拿出当时几乎全部的家当，一次性投入2000余万元建设一个现代化大型冷饮生产基地。谁也不曾想到，正是当初的这个决定，孕育了后来家喻户晓的“龙旺食品”。

在我看来，这次孤注一掷的“豪赌”必将成为十拿九稳，推进事业飞跃的大好机会，我不想错失它。在建厂的那段日子里，我们忙着研究产品配方、请顾问做指导、反复论证打磨产品、开展技术人员培训……我们沉浸在事业中乐此不疲，最艰难的时期连续一个星期都没有回家休息，实在累了就在厂房里打个盹，睡两三个小时就起来又接着忙活。

凭借这份坚强的意志和对事业的追求，1993年，仅用了一年的筹备时间，福建龙旺食品厂就建成投产，并实现所有产品自主研发，自行销售。不久之后，龙旺食品所推出的冷

饮系列，就将原先我们所代理的知名品牌全部替代。“龙旺”牌冰淇淋、雪糕很快得到消费者的认可，后来被评为福建名牌、福建著名商标，还被全国十部委、国家工商总局授予全国首批百家“重合同守信用”企业的光荣称号。

在福建沿海获得成功后，我们又将目光转向更具发展潜力的内陆市场。纵观全国几个人口大省，四川成为不二之选，西南地区庞大的人口基数，巨大的市场消费潜力，包容的从商环境以及川人积极的消费理念，都促使我决定在省会成都，投资建设新厂，而且越快越好。

1995年，我们在成都沙河堡河畔租下了3000余平米的厂房，平场地、买设备、招人马、摸市场，用了仅仅不到150天的时间建成了一个标准生产厂房，同时也宣告龙旺食品正式进入巴蜀大地！第二年的春天，在众多国内外品牌交织的成都市场，龙旺品牌首次亮相。在成都的大街小巷，出现了“龙旺”牌冰淇淋、雪糕、棒冰……

二十多年来，虽厂址几经迁移，产能不断扩大，产品不停迭代，然而始终不变的是，我们一直坚守“民以食为天，食以安为先，做食品就是做人品”的经营理念，带着一份敬畏之心和对行业的情怀，踏踏实实、认认真真做食品。我深信，产品决定出路，渠道成就未来，共赢才能长久。德汇天下，情融万家。我们以真诚的心对待合作伙伴，用真材实料的健康产品打动消费者，经过多年不懈地努力，四川龙旺食品有限公司已发展成为西南地区食品行业的龙头企业，装备能力达到国内一流水平，产品畅销全国多个省市和地区，受到各地消费者的一致好评。

与时俱进：从开发商到产业运营商

上世纪九十年代末，企业羽翼逐渐丰满，加之全球化浪潮方兴未艾，让我们的眼光不再局限于国内，而转向聚焦于更为高远的国际化舞台。1998年，我们走出国门，在澳



2007年9月23日，汇融集团正式成立，实现集团化管控。

洲悉尼成立了澳洲龙旺集团，主营房地产和国际贸易。

千禧年初期，国内形势已发生重大变化，全面推进住房制度改革，并鼓励民营企业快速进入房产行业。这一政策信号释放了巨大的市场需求，我们又一次迎来了重大的转型发展机遇。基于此前十多年的实体经济基础、汲取海外地产开发经验，我们顺势而为，于2001年迈入房地产行业，凭借国际化视野、专业化管理运作，开启了住宅、写字楼、商业综合体等多业态的开发建设。

十多年间，我们本着精益求精的负责态度，以“创享人居作品，远见城市未来”的开发理念，致力于打造客户心中的好产品。相继在澳洲、成都、福州等多地打造出新的居住和商业中心，总开发量逾400万平米。为了完善地产开发价值链，提升和保障项目品质，2006年，我们成立了汇融物业服

务有限公司，以客户的视角，持续改善业主和租户的居住和工作环境，向客户提供高质量、全方位、多层面的超值服务。汇融物业现已拥有国家一级物业管理资质，并通过ISO9001国际质量体系认证。我们以优质的产品和服务赢得了股东、客户、合作伙伴、业内同行的尊重和赞誉。

2007年，当企业各版块发展到一定规模的时候，为了适应企业多元化的发展战略，我有效地整合了各业务模块，正式组建成都汇融实业集团有限公司，实现集团化管控。至今，汇融集团已成为集地产开发、商业运营、创新投资、物业服务、酒店管理、食品生产、现代农业等多产业为一体的综合性集团。

其实没有所谓的传统行业，也没有绝对的新兴产业，有的只是你能否跟上这个时代的步伐，不断进行自我变革。面



汇融MALL引领社区消费新风尚

对市场太多不确定因素，我们想探求一条长远而稳健的发展之路。于是，汇融再一次审时度势，开始积极思考和寻求企业转型升级之道。顶着市场“去库存”的巨大压力，我们选择了一条不同寻常的路，针对集团旗下所有商业地产项目，采用整体自持、统一规划、统一招商、统一管理的运营管理模式。事实证明，尽管我们放弃了许多“赚快钱”的投资机会，但我们紧紧握住了从传统地产开发商到产业运营商这一“稳准远”的转换升级历史机遇。

目前，汇融集团自持商业物业共近60万平米，汇融广场（锦华）经过我们几年的悉心运营，另辟新型业态，现已成为成都市园区示范载体项目，入驻率逾90%，物业正加速升值。汇融广场（大丰）项目打造的所属区域内唯一一个全能商业综合体——汇融MALL也已于2018年底开业，进一步扩大集团商业版图，引领社区消费新风尚。

与此同时，我们积极布局创新投资业务板块，除了参与境外投资及运营管理之外，还为国内多家以高科技为基础的创新公司提供融资，为创业团队的成长和发展提供多项扶助，作为现下最具潜力的成长版块之一，未来集团还将进一步加大对该版块的支持力度。

勇于担当：凝心聚力缔造百年企业

回顾几十年的从商经历，实在令人感慨万千。这40年，我十分幸运地成为了改革开放全程的践行者，也成为了改革开放的受益人。从自食其力的艰辛到投资建厂的收获，从单一产业经营到多元化布局，从沿海到内陆，从国内到海外……我们所走的每一步，都带有明显的时代烙印。汇融的发展史，不仅是一部创新创业史，更是一部自我革新和颠覆的历史。

感谢国家好政策，让我在人生中的每一个十年，都遇见了发展的大好机遇。如果没有改革开放，我可能还是穷山村里一个普通农民；如果没有改革开放，我们的子女不会受到良好的教育；如果没有改革开放，中国也不会取得今天这般令人如此骄傲和自豪的成就。中国40年改革开放，让世界瞩目！

这些年我时常问自己，我们努力做企业，究竟是为了什么？如果说创业的初衷是为了被迫谋生存，那么在满足了个人物质需求，实现了自我价值之后，还能一直支撑我们走下去的那股精神动力，我认为则是源自内心的这份责任与担当。



汇融集团捐资数千万元兴建福建省西坑村文化中心



汇融集团积极参与雅安芦山地震恢复重建

首先是对家庭负责，让家人过上更好的生活，为子孙后代留存一份产业。其次是对企业负责，企业与员工相互成就，我们将秉持与时俱进的经营理念，尽心尽力将企业做大做强，为员工搭建广阔的发展平台，帮助员工快速提升与成长，这也是对员工最大的负责。最后还需要对社会负责，我们应自觉承担社会责任，树立乐于奉献、愿意付出的价值观。对于财富的追求，我们深知财富既源于社会，也应该回馈于社会。这些年来，汇融在大踏步前行的同时，也不遗余力地投身公益事业。累计捐赠数千万元，在抗震救灾、医疗、教育、文化、助残、扶贫等方面都做出了应有的贡献。

在我看来，做人，人品永远是第一位的，人若不善，心若不正，就算大富大贵，也没人在乎。而身为企业家，则更应在实现自身价值的同时，做一个对国家，对社会有积极贡献的人，只有在价值、责任和担当上孜孜以求，才能真正受到人们的尊敬。

汇以共生，相融致远。这是汇融的核心价值观。企业不在于大小，而在于长远。40年来，我们在大浪淘沙的市场中激流勇进，广纳志同道合之士，汇聚社会各界力量以及各种优质资源，在发展中共生、共进、共赢，齐心协力创造非凡事业，推动事业源远流长。这也与改革开放的精神内涵一脉相承。

新时代下，汇融将不忘初心，一如既往紧随时代步伐，持续活力创新。通过不断深化改革，凝心聚力，践行“创造社会价值，创建美好生活”的集团使命，致力于“做一个受人尊敬的企业”，为实现“百年汇融”的宏伟目标而努力奋斗！在中华民族的伟大复兴中，在实现中国梦的光明大道上，汇融人将一路开拓创新，奔跑向前！🏃



2019

THE STRATEGY AND
CHANGE OF HRHZ

智 汇 战 略 从 融 变 革

Part ② 战略前景

Strategic prospects

- 汇融正式发布“金三角”战略 迈入企业转型新征程
- 群策群力 共创未来

汇融正式发布“金三角”战略 迈入企业转型新征程

汇聚世界资源，融入核心优势，重构世界格局中的企业商业模式，已成为新时代下中国企业所面临的历史新使命。而对于全程参与改革开放，有着近40年发展历程的汇融来说，如何顺应时代发展新形势，寻求企业长远生存之道；构建下一阶段企业发展战略，打造新一轮竞争优势，已成为我们亟需面对的现实课题。

2018年，集团总部在全集团范围内启动了战略规划工作，通过导入科学的战略规划工具，开始有秩序、有针对性地重新梳理集团的战略发展思路，制定各业务线近期及中远期战略目标。经过前期筹备、反复研讨、多轮修订等一系列战略规划步骤，现正式确立了汇融集团“金三角”战略，这标志着集团的战略转型，进入了全新的征程。

历次转型成就汇融光辉岁月

汇融集团创立于1982年，自建业以来，与时俱进的汇融人总是顺应时代的要求和竞争环境的变化，不断计划和完善业务部署，调整企业发展重心方向，最终取得了长足发展。在资源稀缺的80年代，我们创办了红砖制造工厂，率先实现机械化生产。90年代，我们瞄准庞大的市场需求，转战食品行业并创立“龙旺”品牌，有幸在市场上占有一席之地。跨进新世纪，我们又抓住重大历史机遇，果断迈入房地产行业，开启了从住宅到写字楼再到商业综合体的开发建设。随着经济发展步入“新常态”，汇融再一次审时度势，采用“以租代售”的业务模式，实现从传统地产开发商到产业园运营商的转换升级。

这一系列的重大转型，都紧随时代步伐、把握市场机遇，使得汇融从一家传统民营企业发展成为集地产开发、商

业运营、创新投资、物业服务、酒店管理、食品生产、现代农业等多产业为一体的综合性集团。时至今日，汇融又一次面临着巨大的战略机遇，我们来到了企业发展最为关键的战略转折点——从机会型企业转型到战略型企业。要实现这一重大跨越，唯有我们凝聚共识，通过系统性的战略构建，明确自身的战略新航道，齐心协力方能推动这一实质性蜕变的最终实现。

“金三角”战略描绘未来发展方向

对于汇融而言，既要维持传统业务的增长，又要找寻新的突破，战略转型之路任重而道远。结合自身实际，在新战略时期，汇融给出了全新的战略地图：未来1-3年，集团将以“金三角”战略为牵引，加速推进转型升级，以实现跨越式发展。具体而言，汇融将梳理、优化原有七大业务板块，整合重组为“商业”、“食品”、“金融”三大核心业务



汇融集团“金三角”战略模型

群，构建成为互相支撑、互为依托的稳固“金三角”，合力助推集团实现“百年汇融”的宏伟愿景，通过对旗下产品及服务的匠心打磨，使其无限贴近群众生活，改善群众生活，进而成为“美好生活创建者”。

汇融“金三角”战略旨在对集团业务结构进行重构，对企业资源进行最优配置，做优做强主业。新战略明确了“商业运营、食品生产、金融投资”为集团三大主业，通过持续聚焦人才、资金、渠道等优质资源向主业板块倾斜，着力提升主业的行业地位和盈利能力。此战略通过对市场趋势的精确把握，以及自身资源的精准评估，对汇融旗下所有业务模板进行新的排兵布阵，充分聚焦合力，形成重拳，冲击市场。

首先，提升商业板块的整体竞争力，形成区域品牌优势。将原有商业地产（含开发）、商业物业、商业酒店等业务板块进行整合打包，形成统一的品牌（汇融广场）进行整

体运营。此举不仅能打通业务上下游生态，促进业务间的相互支撑，提升整体作战力，还能通过聚合资源，提炼核心优势，输出标准模式，提升品牌影响力，为后期项目外拓计划奠定基础。

其次，将食品板块做成战略业务。依托集团旗下四川龙旺食品有限公司，通过对面点小吃、汤圆水饺、川式菜肴等明星产品的持续打造、培养引进专业人才以及对品牌的强有力塑造，实现年销售额三年翻一番的经营目标，把“龙旺食品”建设成为西南地区速冻面食的第一品牌，让更多人吃上地道的川味美食。

最后，紧抓金融服务实体的机遇，加大对金融板块的支持力度，通过股权投资、证券投资、海外地产开发三大金融投资模块，实现集团全球化资产配置，有效地提高企业的经营扩张力及抗风险能力。



汇融集团产业区域布局

多重举措推动汇融转型升级

为了确保汇融战略转型成功，集团将从多个层面推出有力举措，以加速“金三角”战略的有效落地。根据全新的“金三角”战略，衍生出“三内一外”的发展策略。“三内”是指“内控管理+内优文化+内强品质”；“一外”则代表“外塑品牌”。

一方面，苦练内功，深耕业务发展，实现精细化管理，做专、做深、做强。

第一，内控管理。一是打造高效的人才梯队，人才是企业发展的基石，汇融将推进专业人才队伍建设，在人事任免、薪酬体系、绩效考核等方面的变革创新；加强人才后备力量储备，激发广大员工的创新、创造、创业的活力，实现专业人才汇融化，汇融人才专业化。二是专注集团的科学管理，规范公司各项机制，践行内部组织变革，实现规范化和标准化运作。此外，优化管理层级，提高决策效率，降低运营成本，不断提升组织能力。三是加强信息化建设，基于制度更新各项业务流程，实现从线下向线上的转移，大幅度提升内部各组织之间的协同力以及办事效能，同时建立业务数据分析模型，为管理层决策提供参考依据。

第二，内优文化。首先深度解读汇融集团企业文化理念，形成通俗易懂的标准模板后，向所有员工渗透传播，保证全集团员工目标及价值观的统一，逐步识别和稀释不符合汇融要求的亚文化。然后结合集团战略目标，制定阶段性企业文化运营策略，明确主题及方向，通过深入打造汇融集团企业文化的“三大管道、四级阵地”，提升企业文化牵引力，潜移默化地影响和改造员工行为，实现真正的“固化于

心、外化于行”。同时与制度形成合力，二者相辅相成，刚柔并济，保证文化融入及传承，打造狼性团队，提升业务能力，确保公司年度目标达成。

第三，内强品质。大力提升集团现有各项服务及产品的品质，贯彻集团“专业、创新、责任、分享”的经营理念以及“尊重需求、注重细节、超值服务”的服务理念，通过持续创新、精耕细作，重点打造以“汇融广场”（商业）、“融厨”（食品）等为代表的“汇融系列”拳头产品、以“汇融物业”、“汇融智选假日酒店”为代表的汇融特色服务。同时推动营销转型，提高运营水平。

另一方面，外塑品牌。品牌竞争是市场竞争的主要抓手，下一步，集团将积极规划、制定品牌发展战略，首先加大品牌建设投入，建立、维护和不断完善集团品牌体系，有效促进集团旗下品牌形象、品牌知名度和产品美誉度的不断强化；其次，打造品牌与产品的互助体系，用品牌驱动产品，产品支撑品牌，促进业务与品牌的相互成就，最终增强品牌在市场上的说服力及影响力，实现品牌溢价，为汇融的战略转型提供坚实有力的支撑。

这一系列的改革举措，无疑将成为汇融面向未来实现高速发展的强大推动力，是集团实现战略转型的有力保障。我们相信，在汇融“金三角”战略的引领下，全体汇融人必将戮力同心，肩负更高使命，发挥极致能力，以实际行动助力集团战略转型，合力推动汇融早日迈上新的台阶。

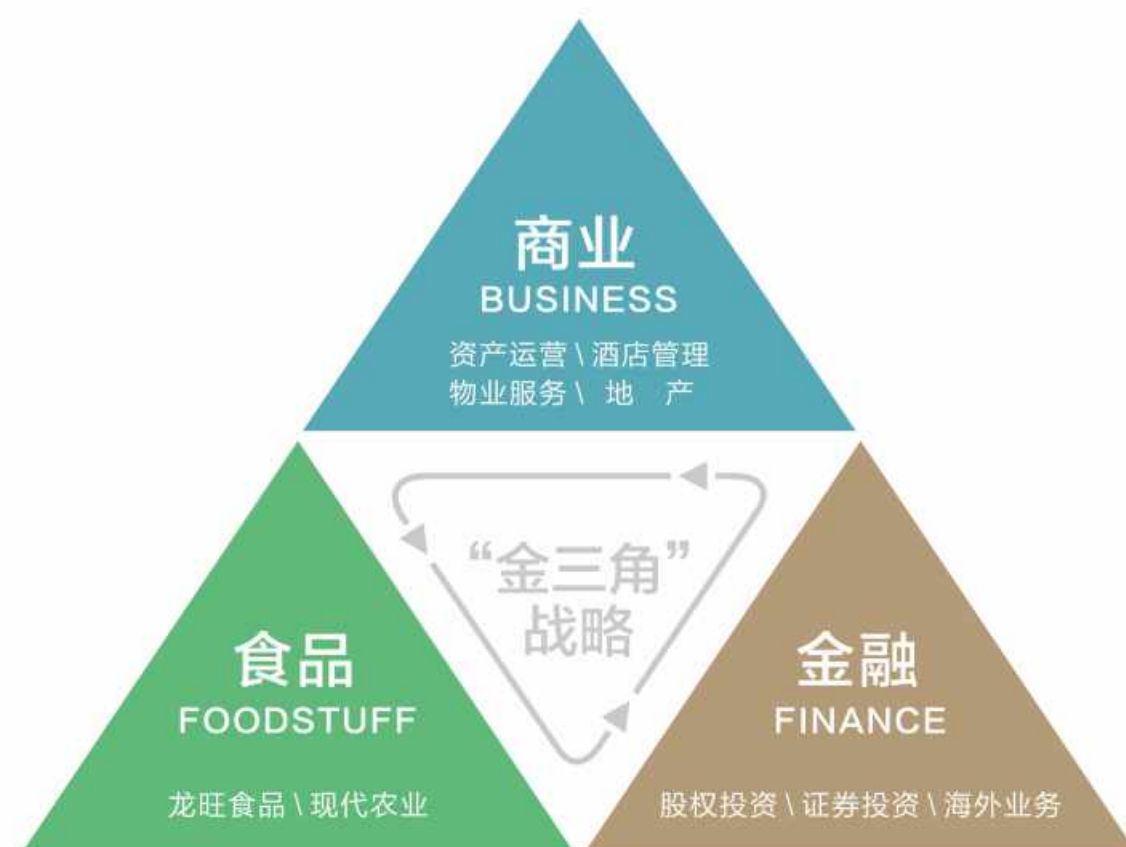
汇融的发展，需要我们一起努力！汇融的未来，值得我们共同期待！ ➡



集团“金三角”确立，汇融人踏上全新征程。

群策群力 共创未来

在汇融正式发布“金三角”战略之际，集团各板块已先行一步，就各自业务规划展开了一系列如火如荼的战略研讨。大家通过对差距分析、市场洞察、核心竞争力分析、细分市场分析及战略机会点等方面的深入思考，找准市场定位，调整业务使命，制定出未来三年的战略目标，明确与之相对应的发展思路，并分解了2019年的关键任务。下面就以集团“金三角”战略中“食品”和“商业”两大核心业务群中的部分子模块为代表，将业务线条的战略意图分享如下：



汇融集团全新战略模型



龙旺食品剑指全国市场

龙旺食品：打造速冻面米食品西南第一品牌

食品生产作为集团历史最悠久的业务板块，已走过20多年不平凡的发展历程。在最新发布的汇融“金三角”战略中，明确提出将食品板块做成集团的战略业务。这为四川龙旺食品公司，带来了新一轮的发展契机。打造战略业务，既是一份荣誉和信任，更是一份担当与责任。龙旺食品坚定信心，勇挑重担，在新战略时期，践行“做放心的食品，让生活更美好、更简单。”的企业使命，努力将“龙旺食品”打造成为西南地区速冻面米食品第一品牌。

为了达成这一战略目标，龙旺给出了发展路径：2019年，分别从产品、市场、品牌、机制、人才五大方面发力：扩充产品种类，提升市场占有率，建立品牌战略，优化组织机构，完善制度体系和人才梯队。2020年，逐步进行品牌扩充，由区域品牌向全国品牌迈进。2021年，全面市场拓展，实现全国部分市场成型。龙旺的“三步走”策略为食品板块在集团新战略阶段的发展指明了方向，为集团稳固、做强实业提供了保障，成为集团战略转型强有力的后盾。

汇融广场（锦华）：成为区域内写字楼标杆

汇融广场（锦华）是集团开发的首个全自持商业地产项目，定位为跨时代全能办公集群，旨在为企业提供一站式办公解决方案。几年来，项目采用“统一规划、统一招商、统一运营”的资产管理模式，实现从传统地产开发商到产业园运营商的智慧转型。下一步，汇融广场（锦华）将持续优化提升项目品质，招商和物业将携手并进，建立标准化体系，进一步提升项目认知度，重塑“汇融广场”品牌，为下阶段项目资产管理模式的整体输出做好充足准备。

招商方面，针对运营成熟的项目一期，将重点选择合适的企业进行补位招商；从区域性招商拓展到全国性招商；从追求数量式招商变为深耕精准和注重质量式招商；通过已入驻企业的“老带新”和集团全民招商，吸引更多优质企业入驻。针对全新呈现的项目二期，将推出多样化产品应对市场不同种类客户需求，不仅有适合小微企业的精装修类型写字楼产品面世，同时还争取争取成熟的联合办公运营商落户，将二期塔楼打造为服务式办公楼宇。



汇融广场（锦华）项目全貌

物业方面，将不遗余力地提升服务品质，建立标准化流程和服务体系，用专业的服务满足客户高品质的物业需求。2019年，物业将重点推广精细化管理，提高员工效能。与此同时，围绕租户的多样化需求，提供更多个性化服务。此外，持续打造“智慧楼宇”，对项目设施设备进行智能化改造，普及应用智能化管理软件。经过对汇融广场（锦华）的细化打磨，致力于新经济高地建设，成为区域内写字楼标杆。

汇融MALL：成为大丰区域消费品质的风向标

近年来，随着城北大丰区域配套不断完善升级，区域人口逐年上升，消费者逐渐年轻化，区域的消费力和消费品质持续攀升。在此背景之下，汇融MALL抢占市场先机，联合上百个品牌商家共造区域繁华。作为汇融广场（大丰）项目的商业核心组成部分，汇融MALL购物中心建筑面积达10万方，定位为集精品百货、儿童游乐、生活配套、休闲娱乐、餐饮为一体的一站式社区配套商业中心，辐射整个大丰区域，立志成为“大丰区域消费品质的风向标”。

汇融MALL的全盛开业，不仅填补了区域内欠缺“一站式消费体验购物中心”的市场空白，极大满足了辐射客群的消费需求；更重塑了大丰的商业格局，推动区域消费再度升级。作为汇融“商业”组团的新成员，汇融MALL也表达了自己的信心：通过建立会员体系、优化品牌组合、引进体验式业态等创新举措，提高运营服务水平，增强客户粘性，力争在两年内快速占领市场，为集团“商业”板块提交满意答卷。

汇融智选假日酒店：打造大丰地区品牌酒店NO.1

汇融酒店是近年来集团新兴拓展的产业板块，根据汇融“金三角”战略，酒店顺理成章地成为集团“商业”版图中的构成模块之一。2017年，集团与全球酒店行业领军者，世界著名的洲际酒店集团酒店合作，汇融智选假日酒店应运而



汇融MALL夜景缤纷靓丽 图片来源/基准方中



汇融智选假日酒店前厅洽谈休息区

生，成为大丰区域内唯一一家国际品牌酒店。汇融智选假日酒店由洲际酒店集团专业管理，经过近2年的悉心运营，已逐渐成长为集团业绩稳健的“金牛业务”。

在新局势下，汇融智选假日酒店顺应发展趋势，适时分解了2019年的关键任务：一是销售拓展，通过多项措施冲刺销售业绩。二是完善配套设施，丰富酒店的产品和服务类型。三是团队建设，在酒店内实现全员绩效考核，加强人才梯队建设。四是服务优化，提供更多差异化服务，提高顾客的入住体验。希望在酒店全体同仁的不断努力下，将汇融智选假日酒店打造成为安全，舒适，便捷，物超所值的国际品牌酒店，三年内树立起大丰地区品牌酒店NO.1的行业地位。

汇融物业：加快扩张速度，迈出外拓第一步

汇融物业成立于2006年，拥有国家一级物业管理资质，并通过ISO9001国际质量体系认证。汇融物业肩负着集团地产开发项目，包括汇融广场（锦华）、汇融广场（大丰）、汇融悉尼湾、汇融达令港、汇融名城、汇融云庭、汇融新贵公馆等在内的物业管理与经营。随着集团“金三角”战略对

组织变革的推动，汇融物业也在积极思考战略发展方向：

首先，重塑组织架构，打通公司内部各部门各环节，实现资源整合和共享；其次，重视人才培养和储备；第三，加强雇主品牌和产品品牌建设；最后，建立标准化流程和服务体系。汇融物业坚信，通过练内功、建标准，塑品牌、强管理等一系列策略，达到可复制、可输出标准，定能迈出外拓第一步！

从以上摘选的几个业务线条的战略规划中可以十分清晰地看出，各板块都不约而同地展示出空前的变革决心和创新力度。集团的“新战略时代”已来，从容应对战略转型大局，各板块都大有可为。让我们群策群力，贡献集体智慧，共创集团美好未来！



2019

THE STRATEGY AND
CHANGE OF HRHZ

智 汇 战 略 从 融 变 革

Part ③ 拥抱革新 Embrace innovation

- 综管中心蝶变新生：做好集团发展的中枢神经系统
- 走出去，做全国人的龙旺
- 深度运营，打造新经济示范性园区
- 创新+变革=商业物业服务质量提升
- 技赢未来 发掘物业管理新价值
- 汇融智选假日酒店：力争树立大丰品牌酒店龙头地位

综管中心蝶变新生 做好集团发展的中枢神经系统

文/综合管理中心 杨怡

2018-2019年，汇融集团的发展将从36周年大步跨入第37年。伴随改革开放40周年，汇融的发展经历了从资源型阶段到机会型阶段的迭代。当前，面对日益复杂的市场环境和不断白热化的行业竞争，向战略型阶段迈进，已经成为了我们持续良性发展的关键所在。

2018年是集团不平凡的一年，变革、创新、规范几乎成了年度最核心的关键词，无论是决心还是投入，都是空前的。综合管理中心是一个功能极其聚合的职能中心，它涵盖了人力资源、行政管理、企划宣传三大主要一级模块以及薪酬绩效、资产管理、企业文化、信息化建设、品牌宣传等数十个二级功能。面对集团提出的组织变革和规范化管理，我们自然而然，首当其冲的成为了突破口和试验田。这一年，我们制定了很多条变革实施路径，不断地抽丝剥茧、推翻重来，最终逐渐输出了适合汇融综合管理模块的变革落地矩阵，通过制度改革、结构优化、要素升级“三驾马车”来进行推进。

首先，聚焦规范化管理，2018年我们将制度规范贯穿于变革全路径，截止到2018年底，综合管理中心总共输出各类管理制度20个，各类表单流程70余份，涵盖了考勤、培训、福利、招聘、OA管理、资产、制度规范等多个细分业务。通过制度的升级及重塑，不断纠正早期不够规范、不够落地的操作流程以及员工行为准则，进而促进公司内部管理的迭代升级。

第二，大刀阔斧将原有的混合型岗位进行全面梳理并进行结构划分，搭建出了以人力资源、企划宣传、行政管理为核心的全新框架，不断引进专业的人才，横向逐渐完善内部



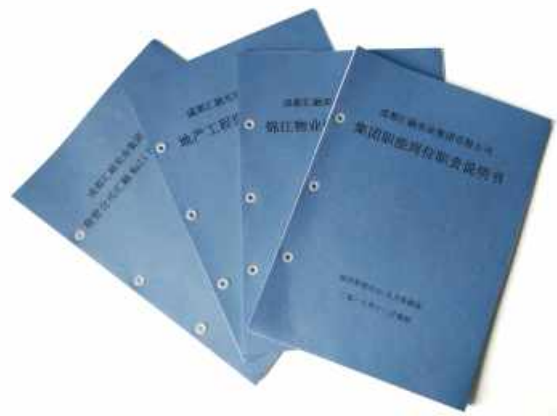
2018年9月，汇融集团第一期“菁英训练营”顺利开营。

功能，健全总部的综管管理架构，纵向搭建各分子公司的线条管理体系，纵横结合全面打通整个集团的综合管理。

第三，迎合集团变革需求，打破常规，用创新驱动变革，制定各自的变革要素：

人力资源方面，充分抓取变革源头，主张变革发展，战略先行→战略落地，人才先行→人才发展，培训先行。2018年，在人力资源端口的全力推动下，汇融集团菁英训练营正式开营，经过严格推荐选拔而来的50名中高层骨干员工成为了首批学员，在培训的机制+讲师+课件的三重保障下，通过内部公开课、外部送培、内部转培的方式，不仅实现了参训学员在多个专业线条知识技能的补给（包含但不限于战略制定与落地、非HR的人力资源管理、TTT、领导力提升、商业管理、财务预算编制等），更在集团内部营造出了一种学习文化。与此同时，为保证下一步集团人才运营专业化，最大限度的支撑集团战略变革，我们用壮士割腕的决心发起了“人资重塑计划”，计划通过全集团岗位说明书的重新编

制→岗位价值评估→职级体系划分→薪酬体系建立的路径，提升人才结构的合理性、人才的激励性以及人才的市场竞争力。此外，人力资源在今年年初对集团的绩效考核进行全面改革，导入BSC+KPI考核方法，并且建立董事长月度经营例会机制，使集团各职能部门及业务线条的目标管理更加清晰化、具体化。



集团最新版岗位职责说明书



2018年4月，召开汇融集团新OA系统发布会。

企划宣传方面，2018年，我们以“一个主题”、“两条主线”、“三大管道”、“四级阵地”为企业宣建设工作思路，推动文化、品牌及信息化在全集团的落地执行。建立了兼职企宣专员工作矩阵图，不仅明确了兼职企宣专员的工作内容，并且将其指标化，实行季度考核制，打通履职-报表-自评-复评-津贴的闭环管理，保证了集团企宣工作向下属所有分子公司（项目）的直接渗透。同时，我们今年全新发行了文化刊物《汇融故事汇》、企业歌曲《融光》两大企业文化工具，打造标杆、树立榜样，以身促行，提升士气，激励人心，让文化听得见，看得到。此外，《民主生活会》《董事长信箱》的推广落地，给员工创造了表达需求、困难、意见及建议的机会，激发了员工主人翁意识，并在集团内部营造民主和谐、真诚开放的文化氛围。今年结合汇融mall的开业，企划宣传中心深挖客户痛点，策划了系列预热推文，原创推文品质不断提升，粉丝活跃度及互动性明显增大。此外，在今年年初，我们还正式发布上线了综合管理信息系统，将集团日常工作网络化、移动化，突破了人、财、物、信息、流程等各种资源之间的屏障，从而将集团各分（子）公司、各部门变成一个紧密联系的统一整体。

行政管理方面，今年我们对行政部门的目标进行了重新规划，内部人员架构及职责优化调整，保证专人专岗，人岗



集团资产盘点上贴二维码标签

匹配，同时确定了集团行政与分子公司行政的管理关系，明确了集团化行政管理目标。同时，我们在2018年进行了车辆制度的全面改革，依托线上OA以及互联网打车平台，矫正了公司过往欠缺规范的用车使用管理以及公私车辆的所属性，规避了用车风险，杜绝了用车资源的浪费。此外，我们对整个集团的资产现状进行了评估和分析，重新制定了资产采购、调拨、报废、出售、盘点、登记的全周期管理机制，此举对于保证固定资产安全完整，提高企业经济效益有着重要的意义。为规范集团工装工牌管理，提升集团整体品牌形象，打造职业化团队，我们今年还下发了2018款工装，并且出台了全新的工装工牌管理制度，办公形象显著提升。

综合管理中心的最大价值在于协助和支撑集团的发展，它不能独立存在，而是贯穿于各个单位之间，它是各项事务的倡导者，要思考和传达顶层下达的指示，更要积极落实一系列举措，必须带着战略意识开展工作，充分深入业务，了解业务，发挥相互关系之间润滑剂和纽带作用。2018年我们结合集团变革创新的主旋律向前迈出了一小步，随着2019年集团战略的优化和升级，我们还任重道远，唯有不断提升自我，紧跟集团发展节奏，主动迎变，用科学高效的管理理念和工具做好集团发展的中枢神经系统。●

走出去， 做全国人的龙旺

文/龙旺食品 林华清

时光迅速，不与人期；刹那异世，早见岁除。转眼间，龙旺迎来在川的第24年。看着眼前宽敞明亮、规模齐整的厂区，已很难想象龙旺1995年刚刚进入四川时的光景。这23年里，龙旺从租用罐头厂房到自建占地107亩的大型厂区，从不知名的杂牌成长为川内人尽皆知的四川名牌，一路风雨兼程，才茁壮为今日的龙旺。龙旺生于福建，长于四川，如今却也有几分囿于四川的意思，速冻行业态势白热化、原料市场价格疯涨、国际名牌打入川内市场……“走出去”的诉求越来越强烈，龙旺已经走到了战略转型的关键时期，2018年便是龙旺创新和升级的一年。

2018年1月，龙旺成立省外事业部，打响走向全国市场的第一战。建立了西南、西北、华南、华东、东北五大全国战区，实现了龙旺版图的首次全国性扩张。同时，龙旺旗下的新品牌“融厨”也在全力塑造中，这是一个面向全国中高端市场的品牌，旨在扛起川味美食大旗、将四川美食推上全国舞台。

2018年8月22日，经过精准营销的策划和紧锣密鼓的筹备，龙旺食品在青城山豪生国际酒店顺利举办了“融厨新品发布会”。发布会上邀请到了来自全国各地的200多家经销商和各界媒体，融厨菜肴、川味小吃、抄手等系列产品均得到来宾认可。

作为龙旺旗下的中高端品牌，融厨深耕市场需求，将眼光对准80后、90后的上班族，打造出了便捷的川式美味。经此一役，龙旺全国性的客户布局系统初具规模，产品开始流向全国各地，青海、兰州等各大卖场都已完成铺货，广州、深圳、北京等多地



2018年8月，龙旺食品举办“融厨”新品发布会。

客户都对龙旺产品给予信任。“走出去”既难也易，“易”的是龙旺上下整体一心、誓将走向全国，“难”的是这个走出去的过程和路途，一路风雨，一路荆棘，龙旺要面对的不仅仅是思念、三全、和路雪这类全国性的大品牌，各省市地方名牌企业也给龙旺“走出去”的战略带来了巨大的压力和挑战。就在这样严峻的市场中，截止2018年12月，省外客户销售金额已达两千多万元，网红产品红糖糍粑累计销售量也达5万件，“走出去”战略初见成效。

零售业的全面开放加剧了商业竞争，零售终端的整合必将朝着连锁形式的超级卖场形势发展。2018年，龙旺在“走出去”的同时，也紧握西南市场、把守好川内大门，继续发挥地方名牌的优势，着眼中高端销售渠道，大力进军KA卖

场。从卖场选择，卖场投资方经营状况调查，再到卖场考察厂家考察阶段，这是一段复杂而冗长的经历。大型卖场和低端零售市场不一样，他们对厂家的质量、冷链运输、产品促销等方面都有着极为严格的要求。而龙旺从建厂以来，就从供应商管理、原物料检验、生产过程管理、成品检验、产品流通等各个环节严格按食品安全体系要求监控，严把产品质量大关，顺利通过考察也是个必然结局。

在全体龙旺人的齐心奋斗下，截止2018年12月，龙旺已陆续进驻家乐福、沃尔玛、欧尚、伊藤、永辉、WOWO、舞东风、盒马鲜生、华润万家、仁和春天、红旗连锁等大型商超，711和全家超市目前也正在做上柜前的准备工作，2018年的“守川之战”也精彩纷呈。



“融厨”推出菜肴、川味小吃、抄手、水饺、汤圆、面点六大川派系列新品



来自全国近200家经销商、媒体朋友共同见证发布会盛况

产品源源不断地输往全国各地，是对龙旺销售版图的最好证明，也对生产车间设备布局和冷冻仓库容量提出了更高的要求。2018年推出了“融厨”系列新品，扩大了龙旺原有生产板块，也对生产现状提出了战略性的高要求。糍粑、烧麦、方糕、抄手等产品的不断研发和改良，给面点车间带来了新的挑战，新产品需要新设备，新设备就需要新位置，而新位置必须要进行合理规划布局才能实现生产流程的合理化，节约人力物力，保证产品生产连贯性，进而提高产量、增加产值。

2018年，龙旺已初步完成对面点车间布局的合理规划，预计2019年实施改造后将新增2200平方米的使用面积。在面点车间和冷饮车间的技术改造中，龙旺倾注了很多精力，大力引进了20多种智能设备，如双螺旋速冻机、冷凝式低氮锅炉，这些新设备不仅能优化生产流程，也符合国家节能减排的相关要求，对保护环境有益。设备的升级为龙旺实现高产能、走向全国做好了充实的硬件准备。同时，斥资近400万元的新冻库也于2018年12月顺利竣工，标志着龙旺的产品储存能力进一步加大，为龙旺走向全国奠定坚实的库存基础。

在营销战略升级、基础建设加强、设备实现智能化的同时，龙旺积极引进行业内顶尖骨干，补充管理团队的新鲜血液，带来新生力量。公司的迅速发展外靠销量，内靠管理，要合理配置人力资源，才能提高组织的执行力和战斗力。

在这变革的2018年里，龙旺重新梳理了公司组织架构，新成立了市场部和人力资源部，划分了生产中心、营销中心、研发中心、综合管理中心，配置了专业团队，让专业的人干专业的事。2018年里，综合管理中心重新修订了考勤管理制度、高校毕业生培养机制、绩效管理制度，夯实了人员基础，确保了龙旺未来战略的顺利开展，为引进更多人才做好了制度准备。

2018年已经过去，龙旺走向全国的步伐才刚刚开始，在这战略升级的关键时期，唯有加大改革力度，实现科学管理，确保产品质量，做好精准营销才能让龙旺走得更高、更稳、更远，成为全中国人的“龙旺”！

深度运营， 打造新经济示范性园区

文/汇融广场（锦华）招商 肖倩

时代的进步，让我们周遭的一切都发生了翻天覆地的变化。写字楼作为我们日常办公的一部分，同样也将面临着深刻巨变。2018年，汇融广场（锦华）不断自我挑战，寻求创新，突破新高度。我们不断加深运营管理，提升服务质量，已成功构建起集产业园区、众创空间、人才高地、创投机构、公共服务平台五位一体的创新创业生态圈。



汇融广场（锦华）7F空中平台

从传统的写字楼招商运营到做好楼宇增值服务是一种战略性的变革。楼宇增值服务的关键不在于广度，而在与深度。那么如何才能做到深度运营，有四点需要着力打造：

一是深度了解目标用户的需求。为响应用户需求持续提供产品与服务，赢取用户的口碑。我们坚持不懈的进行每季度的客户满意度调查，及时了解客户需求，解决客户问题。全方位的，多角度的深入了解客户需求。

二是提高服务质量并坚持。根据用户的需求以及使用服务后的反馈，不断调整服务模式，增加服务系列。我们为每个楼栋配备专属的客服管家，自持的物业能让我们及时的发现问题解决问题。

三是注重用户口碑。把每一个用户看作是公司品牌的最好的宣介者和传播者。优质服务自然赢得客户口口相传。

四是资源共享。利用写字楼作为切入点，联合其他行业/品牌进行跨界合作，既能丰富服务项目，更能通过合作拓展商业网络，实现资源最大化利用。

2018年，汇融广场（锦华）招商策略从政府配合招商转为市场化招商，在写字楼的配套上力求革新，全力满足写字楼用户各种需求，随着美食广场的开业，万科公寓的开业，不断吸引年轻化、拥有创造力的团队和品质客户入驻。

2018年，我们陆续引进了一批优质客户，优质客户的认可不断促使项目品质的提升。五八置业（成都）有限公司、成都盼达汽车租赁有限公司、四川能投川西文化旅游投资有限公司、小猪短租等几家在行业内如独角兽一般的优质企业，逐步把传统优势产业、重点资助产业和战略新兴产业整合，租户包括孵化器、小企业总部、大企业总部等多个形态，覆



小猪短租等多家优质企业入驻汇融广场（锦华）

盖企业成长生命全周期，构筑出多元化的园区企业生态，形成迭代产业体系。力求将汇融广场（锦华）打造成为新经济示范性园区，推动园区核心业务增长，并辐射周边区域，使其发挥出更加强大的“地标”作用。

汇融广场（锦华）发挥自持物业优势，深入式运营，与入驻企业共同成长、共同获益，进而推动园区的动态成长与长远发展。通过奇迹健身、美食广场、万科泊寓的配套不断完善，为租户提供及时有效的温馨服务，将办公、生活、商业、居住“融会贯通”，已经逐步从冰冷的钢铁水泥建筑变成了充满人文关怀的温暖空间，逐渐从单纯追求高效率高品质变成了追求精神层面的愉悦。

未来，汇融广场（锦华）的发展将和科技的发展紧密相连，科技所带来的便利也会不断应用在项目上，不断将项目提升到一个新的领域和高度。我们将推陈出新，展示新的产品——共享服务式办公，为小微企业提供低成本舒适办公场所，为企业带来一站式办公服务。●

创新+变革 =商业物业服务质量提升

文/汇融广场（锦华）物业 李瑶

为全面贯彻落实国家高质量发展要求，更好满足和呼应人民日益增长的美好生活需要和建设现代化国家经济体系的需要，汇融广场（锦华）坚持专业化、标准化和精细化的服务，大力提升物业服务品质和园区租户满意度，2018年，我们在创新，在变革！

一、蓉城首个磁悬浮中央空调落户

为响应国家“节能减排”的号召，汇融广场（锦华）打造了成都市首个磁悬浮中央空调项目，利用高效节能的磁悬浮离心机系统替代原直燃机系统，为创建绿色建筑节能服务生态圈做出贡献。这一举措不仅提高了空调的使用寿命和提升了制冷制热效果，还能节省实际用电量，为租户节省电费，打造出一个低碳、节能、环保的绿色服务平台，为广大租户提供更好的服务！

二、地下停车库引进LED声控感应照明

地下停车场由于是长时间连续照明，如果用普通的LED日光灯照明，衰减很快，浪费电力，因此项目引进了LED声控感应照明，取代了以往的直管荧光灯。LED声控感应照明是一种智能、超节能的新型高科技产品，智能检测周围环境，自动调整工作状态，静止时超低照明能耗。

三、车辆无人收费管理系统引用

项目历经72小时完成停车场无人收费系统安装，并于2018年1月顺利上线使用。经过前期在现场上百次的车辆进出测试，确保了上线后的顺利运行，停车场内部交通标示醒



磁悬浮中央空调主机



停天下无人收费系统

目、停放有序，保障了车辆通行和进出安全。停天下云收费系统是全国首家真正实现无人收费的平台，能使车牌识别率高达99.5%以上，实现毫秒级的开闸响应，首创的数据实时同步机制保障了100%开闸。

四、滴灌改造，自动化浇灌绿植

大厦种植大量绿化植物，要持续保持绿意盎然，就需要物业人长期坚持不懈的施肥、修剪、浇灌。为保障整个大厦的环境优美，项目对整个园区绿化进行改造，由传统的人工浇水方式更改为根据环境及植被状态随时调整的自动喷水。滴灌按照植物需水要求，将水和养分均匀而又缓慢地滴入根区土壤中，滴灌不破坏土壤结构，能自动化管理，能够较准确地控制灌水量，可以做到小水勤灌，避免造成水的浪费。

五、启用“邻社区”管理平台

2018年10月，项目正式启用“邻社区”智能物业管理SAAS云平台，提高了工作效率、同时也提升了服务质量，促使物业公司成为智能管家，建设真正的智能化园区。该平台的使用降低了物业成本，将工作标准化，工作问题及时发现，工作人员第一时间自主在平台进行报事报修并且有效跟进。

六、项目整体安装智能电表

随着信息科技和能源技术的快速发展，我们正在向数字化、联网化、智能化转变，智能电表的普及使生活体验变得更加便捷。项目采用的智能电表系统借助和应用现代信息处理技术，实现手工模式向信息化工作模式的转型，操作简单、使用便捷，最大限度地满足电力行业管理的需求。通过信息化手段，建立标准规范的移动互联网+模式的信息管理流程；通过互联网+模式，实施 web 终端的便捷性和实时性，自动生成各类监控数据和报表，对电力统计有效进行监管。



夏日为园区租户提供免费凉茶

七、建设“社区政务服务超市”

为进一步提升社区服务园区企业的能力，成都市锦江区按照政务服务“便捷化、智能化、集成化”的宗旨，将政务服务延伸到汇融广场（锦华）服务中心，自助服务终端既拓宽了服务区域，也缩短了办事距离。服务内容包括：综合政务查询、房屋租赁登记备案、社保缴费政策查询、住房公积金查询.....

八、夏日送清凉，提供超值服务

炎热的夏季，面对高温的强攻，汇融广场（锦华）物业也暖心为广大园区租户提供免费凉茶服务，给租户带去一丝夏日清凉。从活动构思到物资采购，再到活动顺利开展，小小的一杯凉茶，背后却折射出用心服务好广大租户的态度。

细节彰显品质，2018年，汇融广场（锦华）物业始终贯彻“尊重需求，注重细节，超值服务”的服务理念，以租户满意为目标，坚持创新，从服务形象、服务礼仪、服务态度出发，全员培训，树立服务意识，为广大园区租户提供高品质的超值物业服务，赢得租户理解与支持！

技赢未来 发掘物业管理新价值

文/汇融物业 杨与会

如何创新服务模式、挖掘物业服务的价值，一直是汇融物业重点关注的课题。物业管理行业发展到今天，至少三件事情已经终结或正在终结：一是以廉价劳动力为核心生产要素的商业竞争模式正在加速消失。二是以往的那种粗犷式的物业管理时代已经终结，物业管理行业精益化管理时代到来。三是在中高端楼盘中，传统的以房屋管理为核心的“房管所”式的物业管理逐步终结。面对物业管理行业的困境与发展趋势，汇融物业大胆开展创新服务模式和商业模式，把握业主需求，谋求发展之路。



汇融·新贵公馆小区内郁郁葱葱

为业主不动产保值增值

时至今日，问业主，甚至专业的物业开发和从业人员，物业管理是干什么的？可能90%的人都会回答物业管理就是为业主服务，就是站站岗，扫扫地的。我们认为物业人不能有这个观念，物业管理的核心应该是管理，是管理这个不动产，管理这个物业。通过专业的管理，让物业始终处于最佳运营状态，有效的延长物业的使用寿命，从而让它保值增值。汇融物业公司所管理的物业楼盘，外立面四年、五年都基本跟新的一样。就像我们看到国外10年、20年的建筑都基本上跟新的一样，这个就是专业管理。

首先，物业的安全及整洁问题需要有序。安全及保洁好的管理标准其实就是“有序”二字，通过有序的管理使物业处在最佳运营状态，所以物业管理不单是服务。其次，物业管理需要规划。一个物业运营七十年，在什么时候需要修复电气系统？到哪一年需要处理和优化停车场？这些汇融物业都有一个长期的保养规划。最后，物业管理需要沟通。汇融物业逐步形成了与业主保持良好沟通的方式，每个月都有一个物业管理服务报告，告诉业主我们所管理的物业财务状况怎样？我们收取了多少增值费？做了哪些维修养护和改造？我们组织了什么样的业主活动？这些都公告给业主看。这样的沟通能让业主实实在在地了解到物业管理能为他们带来什么。

坚持社交配套服务创新

汇融物业服务以大型住宅区为主，而现在社区的老年人非常多，老年人在这个社区里面能得到什么，我们能提供哪些社区配套服务，能够让老年业主更加身心愉悦地安享晚年？

“关爱老年人”早已被汇融物业纳为建设幸福社区的一项重要工作。我们积极引导业主、住户成立社区业主团体，为业主搭建培养兴趣、发挥所长、娱乐健身的平台，并推出



汇融广场（大丰）住宅停车场



物业人员及时维修养护



汇融物业人坚守职责



关爱老人的贴心物业服务，努力构筑和睦友好的邻里关系，营造相互关爱的社区氛围，让老年业主老有所为、老有所爱、老有所学、老有所乐。截至2018年，汇融物业养老服务设施主要包括了：老年人活动中心、医疗保健用房、公共活动用房、管理服务用房等；成立的老年人社团为：悉尼湾腰鼓文艺表演队；居家养老服务涵盖了：家政服务及精神慰藉。

2019年，汇融物业将启动老年人关爱周，以小区高龄空巢老人为服务对象提供居家养老新型服务，营造温馨和谐的精神家园。初步设定首先建设适老住区智能化系统，要考虑居家养老服务信息系统建设，通过建立便民信息网、热线电话、爱心门铃、健康档案、服务手册等多种形式，构建社区养老服务信息网络和服务平台，为社区居家老年人提供便捷高效的服务。与此同时，居家养老服务加增生活照料、康复护理、医疗保健等，以上门服务为主要形式。对身体状况通过

好、生活基本能自理的老年人，提供家庭服务、老年食堂、法律服务等服务。

持续建设智能化社区

随着业主生活质量的不断提高，业主对社区的便利要求也是越来越高。因此，汇融物业一直致力于创造出一流的智慧社区，并不惜为之投资。

“停车难”是很多人业主遭遇过的烦恼。2018年，我们对达令港小区进行了停车场智慧化升级改造，实现了入场自动抬杆、手机自动支付停车费等功能。通过试运行，收费效率提高了1倍多，车辆通行率提高了3倍以上。同时，减少了人工成本，杜绝了收费漏洞。

还有面对所有业主的400客服电话，2018年，依托汇融云客服系统，创新了客服电话运营模式。住户拨打电话至400-0838868报事保修，系统会来电弹屏自动显示住户信息。包括来电号码、业主信息、房屋资料、欠费信息、历史缴费信息、历史报事记录和来访记录等信息。同时，系统提供电话自动录音功能，录音与物业服务工单自动绑定，通过工单查询可以回听录音。管理人员或授权人员可查询客服通话记录、话务量、播放录音等。

与此同时，汇融物业还引进HRPEM系统：通过该系统取代了原来的人工派单、巡视园区签字、工作计划安排等传统模式。HRPEM服务web后台集成了客户关系、客户服务、社区安防、社区服务、车场管理、设备管理、仓库管理、费用管理、租赁管理、企业管理、统计报表、系统管理等十多个功能模块，覆盖了物业管理服务全业务、全流程、全员和全设备。采用云部署，管理人员可以随时随地通过

PC端浏览器登入，非常方便的进行系统设置、工单管理、服务监督、信息查询、数据分析、报表导出和社区管理等多种操作。

此外，对于业主操作熟悉的微信公众号，也做了一系列功能集成。汇融物业微信号不仅仅有着品牌宣传功效，同时开通了无缝连接小程序的增值服务，让业主可以通过网络端就实施报修、投诉、表扬等动作，业主家电灯坏了、水阀漏了等各种故障问题，直接通过微信便可线上报修，轻松解决。同时，实现了手机开小区公区门功能，业主从此不再担心忘带门禁卡。通过微信公众号还可实现线上订购，业主在实名认证身份后，便可网上一键下单，享受到汇融“邻礼汇”的到家服务。通过一系列服务创新，让业主真切感受到“智慧物业”不仅能营造出更加舒心的社区环境，更能为不动产带来持续的价值提升。●



汇融智选假日酒店前台

汇融智选假日酒店： 力争树立大丰品牌酒店龙头地位

文/汇融智选假日酒店 崔静

成都汇融广场智选假日酒店作为国际酒店集团洲际旗下品牌，地处成都市新都区大丰黄金商业地段，是大丰区域内唯一一家国际品牌酒店，隶属于汇融集团商业板块。

自2017年正式营业以来，为应对时代快节奏的变化，汇融智选假日酒店不断完善设施设备，现有智选大床、双床，棋牌、套房等各式房间200余间；智空间可同时接纳100多人享用早餐、自助餐、桌餐等；并拥有可容纳20-200人的多功能会议室3个。为大丰老百姓长期提供中低端亲民消费，却让顾客享受到高端服务体验，这是汇融智选假日酒店一直以来秉承的理念。

大力推进人才队伍建设

酒店是服务行业的代表，人才和服务对于酒店来说甚是关键，而员工则是酒店的核心轴承，在人力资源管理“选、用、育、留”四大方面，酒店管理层不一定要具备很深的专业知识，但要懂得管理和领导谋略。对识人、用人等知识越精通，对酒店控制离职率越有益。2018年，为加强团队管理，汇融智选假日酒店采取了一系列措施，推进人才队伍建设。首先，注重培养员工对酒店的归属感，充分发挥员工大会的作用，定期召开员工代表座谈会；第二，诚信务实，答应员工的福利待遇一定要兑现，多从员工角度思考和解决问题，可以很大程度避免人员的流失；第三，酒店制定了员工守则，让每位员工了解酒店的经营模式，个人升职和发展的空间；第四，培训是员工最好的福利，针对不同岗位的员工，酒店定期开展各种类型的培训课程，提高员工专业技能。

提供个性化差异化服务

目前，国内酒店行业的同质化现象较为严重，然而顾客的个性化需求却越来越强烈，酒店行业市场细分是酒店行业大势所趋。度假酒店、精品酒店、主题文化酒店、养生酒店等形式都是酒店市场细分的表现，但在这些大的范畴内必然还有更深入和细化的市场分类，把握目标客户，做出成本更小却更有效的营销，也更有利于集中所有的资源发展自身。

如今，大丰区域内的中端酒店蓬勃兴起，无论是产品设计还是经营管理，消费者对中端酒店的认可都已经达成共识。从中端酒店投资、品牌、投资回报、经营成本等各方面的数据来看，中端酒店表现良好，整个市场均有不错的口碑。但当前区域内各酒店品牌发展迅速，竞争愈加激烈。汇融智选假日酒店必须充分发挥自己的特长以应对大丰的市场，以国际品牌的管理制度，为顾客提供极致服务，把握住细分酒店市场。

以差异化服务，抓住细分市场，建立酒店自身特色并深入挖掘。精准定位寻求目标顾客，并以适宜的方式将酒店特色传达给目标客户。服务是酒店经营的本质，对于酒店顾客而言，服务是永远的追求和衡量标准，只有做好服务才能留住顾客，塑造口碑，推广品牌。所以，汇融智选假日酒店的战略方针是为个性化服务，做好个性化服务，满足顾客差异化需求，方能加强自己的竞争实力。只有自身有实力的酒店，才有资格在激烈的酒店竞争中占有一席之地。

2019年，是汇融集团战略升级发展元年，集团各大版块都将作出重大的战略部署。汇融智选假日酒店作为集团在商业领域不可或缺的一部分，将紧随集团前进的脚步，充分利用集团资源优势，并以自身高素质酒店销售人才，不断完善配套设施，为顾客提供个性化、物超所值的服务，来抓住这一不可多得的发展机遇，力争早日树立起大丰区域内品牌酒店的龙头地位。●●●



2018年10月，酒店业绩首创新高



酒店会议室



2019

THE STRATEGY AND
CHANGE OF HRHZ

智 汇 战 略 从 融 变 革

Part ④ 年度聚焦

Focus of the year

- 远见未来 匠造繁华
- 汇融MALL全盛开业 城北新中心已然成型
- 汇集大牌 活力相融——汇融MALL主力商家推介

远见未来 匠造繁华

一座城的崛起，必然会出现一个个城市中心，而它便是这座城市留给人们的一张张名片。如北京三里屯、上海陆家嘴、成都春熙路。它们享受着城市最黄金的地段，最完善的配套，最优质的资源。而在成都城北大丰，也有个这样一个地方，它的名字叫——汇融MALL！

深耕十余年，我们更懂大丰

汇融MALL之所以落址于大丰，源自汇融与大丰之间的深情厚谊。早在2007年，汇融就与大丰结缘，集团秉承“创享人居作品，远见城市未来”的开发理念，在大丰地区打造出一个又一个高品质小区。从“汇融悉尼湾”到“汇融达令港”再到“汇融广场（大丰）”，140万平方米的建筑群拔地而起，惠及12000多户业主居民。让大丰在地产板块发生了翻天覆地的变化，成为城北核心居住区。从相识、相知到相守，十一年精耕细作，我们更懂得大丰所需，也更能满足业主的期待。

城市多维复合体，生活360度全向飞跃

汇融广场（大丰）由汇融集团倾情打造，总建筑面积达62万平方米。项目融合“一站式”规划理念，从设计之初便有品质性的飞跃。组合丰富品类业态，在已有品质住宅的基础上，相继打造汇融新创谷写字楼、汇融智选假日酒店、品牌公寓、汇融MALL等商业形态，将居住、办公、休闲、娱乐、餐饮、购物等有机结合，构建城市多维复合体，实现生活360度全向飞跃。



作为汇融集团全自持经营性物业，10万平方米的集中式购物中心——汇融MALL，集精品百货、大型超市、数码电器、儿童游乐、生活配套、休闲娱乐、特色餐饮等为一体，不仅填补了区域内缺乏大型商业的空白，极大满足了大丰人民对大型商业综合体的迫切需求；还引领了社区消费新模式，有助于大丰居民生活质量的提升。

品尝美食的情调与浪漫……当消费者步入汇融MALL的那一刻，一场精彩的多彩生活之旅已然开启。

30万高密度人群，未来人气天堂

汇融MALL地处成都城北大丰核心居住区，周边生活小区密集，商场1.5公里辐射半径固定人口近30万。同时，周边还有国际商贸城、荷花池商贸区、量力钢材城等专业市场片区，带来庞大的潜在消费人群。

便捷的交通也将引来巨大客流。汇融MALL周边道路四通八达，东临北新干线，西据成彭高速，北靠绕城高速，南望市区三环，多条公交线路直通成都市区和新都城区。更加令人期待的是：地铁5号线即将于2019年底开通运行，石犀公园站下车即到，地铁双出口直达，真正实现无缝连接。

城市与城镇，差距远不止一个字。汇融MALL肩负地域使命，汇聚顶级资源，构建全新大丰CBD。即使身居城北，也能体验到主城区的繁华与绚丽。2018，汇融MALL已绽放城北，未来繁华可期！

知名品牌携手集结，首次进入大丰

过去的大丰居住区，生活配套以连锁超市、小型门店为主，相对零散、单一。随着区域经济的飞速发展，已经无法满足大丰人民日益增长的消费需求。通过汇融MALL的全力招商，成功引进了涵盖零售、服装、餐饮、娱乐等多个类别的180家知名品牌，首次进驻大丰的品牌数超90%，永辉超市、苏宁易购、横店影院、奇迹健身等主力商家强势入驻，重塑了大丰的商业格局，客观推动了区域消费的再度升级。

汇融MALL共有7层，精心部署的楼层格局，带来丰富的购物体验。完善的业态布局，可满足各个年龄段的人群所需，吃喝玩乐购一站式搞定。在等待电影放映的时间，可以漫步流连精品潮流店，或者在KTV中感触动感与悠扬，亦可



汇融MALL全盛开业 城北新中心已然成型

自2017年3月商场破土动工以来，经过一年零九个月的精心打磨，承载着50万大丰人民的殷切期盼，2018年12月21日，汇融MALL如约而至。首日超12万客流量点爆现场，堪称“现象级”的开业首秀，刷新了大丰商业的业绩史，预示着城北大丰新中心已然成型。在当前经济下行压力巨大，行业内竞争激烈等不利因素下，此次汇融MALL的惊艳亮相，可谓一战成名。

2018年12月21日，汇融MALL开业剪彩仪式。

作为汇融集团旗下首个商业综合体项目，汇融MALL从规划设计之初，就倾注了匠心。考虑到汇融MALL位于大丰核心区主要城市道路交叉口，具有良好的展示性和地标性。因此，在场地内外均设置下沉广场以有效导入人流。通过绿地和广场的串联，有效地将自然河景与建筑融为一体，为顾客营造了舒适的购物体验。商业裙房立面运用体块的进退，材料虚实对比的设计手法，体现出城市综合体复杂与有序并存的特性。

开业当天虽然是工作日，却依然阻止不了人们对汇融MALL的热情和追求，现场人声鼎沸，彩旗招展，吸引了无数居民驻足观看，大丰人民对在家门口拥有商业综合体的期待可见一斑。上午9点30分，开业仪式正式举行，现场锣鼓喧天，礼炮齐鸣、祥狮送福，汇融集团董事长薛水和与各界领导嘉宾一起，共同见证了汇融MALL的盛大开业。

汇融MALL开业活动以“放彩乐活”为主题贯穿始终，为广大市民准备了三天三夜的“乐活”清单，涵盖了线上大礼包、开业钜惠迎客、儿童剧场、“北途而汇”音乐节、“虹界”潮流走秀、圣诞嘉年华等系列活动，希望将最简单、最纯粹的快乐直接传递给每一位顾客朋友，向大家倡导健康、活力、积极乐天的生活态度。

作为大丰区域内第一个商业综合体，汇融MALL集精品百货、儿童游乐、生活配套、餐饮娱乐为一体，并成功引进了包括永辉超市、苏宁易购、横店影城、奇迹健身、星巴克、肯德基等在内的180个知名品牌，辐射整个大丰区域，建筑面积达10万方。项目整体招商率达到99%+，品牌同期开业率达到90%+，新媒体曝光量逾15万，开业三日客流量超20万人次，总销售业绩达1800万，盛况空前。正式拉开了大丰商业新格局的序幕，为汇融集团在购物中心领域的首秀交上了一份令人满意的成绩单。



汇融集团总裁薛超雄致辞



领导嘉宾为祥狮点睛



汇融集团董事长薛水和携同众嘉宾巡场



领导嘉宾在开门仪式上合影

这一切得益于汇融集团深耕大丰十一年，我们深切感受到大丰居民对高品质、时尚生活的渴望，因此集团高层果断决策，投资建设这样一座全能的购物中心，填补了区域内缺乏大型商业综合体的空白，一站式满足大丰人民多元化、多层次的消费需求，为大丰商圈注入新鲜血液。汇融MALL的全盛开业，不仅满足了大丰人民对区域内大型商业综合体的迫切需求，更通过引进多个国际品牌、知名品牌，重塑了大丰的商业格局，推动了区域消费的再度升级。

随着汇融MALL的开门迎客，汇融集团在城北大丰商业布局初具规模，汇集住宅、酒店、商务、办公、休闲、购物

的地标性城市综合体已然形成。汇融集团商业板块也在现有的社区商业、家居卖场、写字楼宇、酒店集群、长租公寓等商业业态的基础上，成功向多元化转型、向多领域迈进，成为一个全业态的，招商运营资产管理的专业机构。

在集团新战略的指引下，作为集团在商业领域战略发展的开篇之作，汇融MALL的耀世登场，必将为集团在其它领域的战略发展起到了良好的示范作用，给予集团上下极大的鼓舞，坚定了我们战略转型成功的信心与决心。●



汇融MALL开业盛况

汇集大牌 活力相融

——汇融MALL主力商家推介

如果把大型商业综合体比喻为一艘船，它在航行时会摇晃，而其中的主力品牌就像锚，把锚丢进海里船就会定下来，商场也能持续稳定运营。主力商家作为商场的领头羊，依靠各自的特点拥有一定忠诚度的消费群体，能够吸引稳定客流量，提升商场整体形象。拥有几家名号响亮的主力品牌，对提升商场品质、吸引市场关注度有着极大的作用。

作为一站式社区配套型商业中心，汇融MALL更加贴近消费者多元的消费需求，除了“百货+超市+影院”等组合的传统主力店外，更多创新业态加入主力品牌大军，以满足不同年龄层消费者的需求，下面就让我们一睹汇融MALL主力商家的风采。



汇融MALL下沉广场

【永辉超市】

超市在满足人们日常基本生活需求方面起到了重要的作用，如今，越来越多的商场将超市作为主力店引入，汇融MALL也将永辉超市带到了大丰。

永辉Bravo YH与以往购物的大型超市有所不同，其整体风格以绿色和灰色为主，购物环境更加干净、温馨、时尚。除引进大量细致考究的进口食品和时尚品牌精品外，服务也更加贴心和人性化，把商品和服务做到精致，为注重高品质生活的顾客提供更好的购物体验。

永辉超市位于汇融MALL商场负一楼，占地约7000平米，经营范围以生鲜、食用、百货为主，其中生鲜经营是永辉最大的特色，永辉各门店的生鲜经营面积都达到40%以上，果、蔬、禽、肉、蛋、鱼等品种一应俱全。永辉超市的入驻，将大大提升大丰居民的生活品质，让大丰人的菜篮子更丰盛更新鲜，也给市民带来别样的购物体验。

【苏宁易购】

苏宁易购是苏宁云商集团股份有限公司旗下的新一代B2C购物平台，现已覆盖传统家电，3C电器，日用百货等品类。

汇融广场苏宁易购，地处汇融MALL商场负一楼，拥有4000平米超级卖场，潮流时尚的3C+旗舰店，店内舒适的购物环境，开放式的消费体验，家居式的陈列，更多互动式的场景体验，专业销售顾问的交流互动，为消费者打造一场专属的生活秀。各种不同的生活场景，让你更轻松打造自己的舒适生活。

作为全国最大的商业零售企业之一，苏宁易购首次进驻大丰，将改变大丰居民购买家电东比西淘的窘境，在家门口便可轻松购齐全套家电。既可共享线上零售的技术和数据，又可享受实体店完善的售后服务及保障。

【横店影城】

2018年初，横店影城正式签约入驻汇融MALL，影城建筑面积达3675平米，共设有8个放映厅，包括一个巨幕厅。4K激光放映设备，120帧/s画面，让电影更炫丽；360度全景声效，犹如身临其境，让声音更磁性；头等坐皮质座椅，电影“躺着”看，让观影更舒适；有氧新风系统，过滤PM2.5，让空气更清新；10年影院运营经验，专业管理，让服务更细致。

这座全新打造的影城，为大丰电影市场再添新版图，强悍的视听效果，震撼的精彩画面，为大丰人的观影品质带来质的飞跃。

【奇迹健身】

近年来，奇迹健身凭借“健身+游泳”为一体的综合健身体系，从行业中脱颖而出，深受健身朋友的喜爱。从1998年成立至今整整二十年间，迅速跻身全国健身行业前3名。除了拥有操房、高温瑜伽室，Spinning教室及娱乐室等全新格局的健身空间，店内还有全套系列有氧及力量训练器械，进口跑步机群等专业进口健身器械，提供数十种活力四射的舞蹈、单车、搏击及团操等课程，真正把运动变成一种娱乐、品味、生活。

继奇迹健身与汇融广场（锦华）合作之后，奇迹健身再次相约汇融广场（大丰），让运动成为一种生活态度，凭借无可比拟的设备规模，以及专业的知识储备与专业器材，带给人们全新的休闲娱乐方式。它的到来既丰富了商场的业态和品牌矩阵，同时也给大丰人民多一种健康生活方式体验。

目前，汇融MALL已成功引进近200个国际、国内知名品牌，其中首次进驻大丰品牌占比达90%以上，涵盖零售、休闲、亲子、家电各大业态主力商家强势入驻，进化大丰商业生态。我们相信，商家、商场强强联合，定能让汇融MALL这艘巨轮，乘风破浪，扬帆远航！



横店影城（效果图）



苏宁易购卖场



奇迹健身（意境图）

招商手記

2018年，对于汇融MALL招商运营团队来说，注定是不平凡的一年。商场自2017年3月破土动工，到2017年底，招商率不到50%。2018年4月份确定开业日期之后，招商团队更是全力以赴，确保商场12月顺利开业。9月，第一家进场商家横店影院进场装修；10月，招商率达90%；11月招商率达98%；11月，进场率达95%。整个时间节点特别紧凑，完全不敢松懈。

从2015年开始，我们就已在接洽主力品牌，那个时候品牌方一般会问我们两个问题：项目在大丰，在北门，有消费力吗？汇融有成功运作的购物中心项目吗？说实在话，这两个问题真的是难住我了，区域问题是先天基因决定的，改变不了，只有靠后天对项目精准的定位来以长补短。汇融有成功运作的食品厂、住宅地产、创客空间，可就是没有成功运作的购物中心，这对商家而言，就缺乏信任基础。如何能让品牌商愿意了解区域，愿意了解汇融，认同汇融，这是一条漫长的路。

路再长再难也要走，在对大丰区域做了地毯搜索式了解后，我们发现大丰市场就人口数量而言亟待开发，方圆16公里人口数量30万，但人口组成多以商贸型个体户为主，对高品质商业中心的认同度不高。所以，这个市场是一个矛盾的市场，找准定位很重要。经团队多次讨论，最终确定项目定位为一站式社区配套型商业中心，集精品百货、儿童游乐、生活配套、休闲娱乐、餐饮为一体，辐射整个大丰区域，力争做区域时尚品质生活引领者。

在找准定位后，落定目标平面方案，便开始艰难的起步，攻下目标主力品牌。在集团的支持下，主力店顺利签约了Bravo永辉，奇迹健身，横店影城。次主力店洽谈几乎花了两年时间，这两年间被否决了很多次，但团队没有放弃，反复找机会让品牌方了解市场、了解项目并不断的优化业态布局。同时全面撒网，与业态同级次或相近级次品牌同步洽谈，在找到品牌需求差异的同时，也靠行业内口口相传让同业竞争品牌之间相互感受到竞争氛围，再锁定目标品牌逐一攻破。最终为主力店增加一名成员，2018年5月完成苏宁易购签约，而次主力店则签订颇具影响力的Starbucks和KFC。

作为社区一站式购物中心，家庭体验业态则显得尤为重要，儿童业态锁定适合大丰市场定位并有带动力的品牌，最终引进永旺莫莉幻想、爱玩嘉年华、山姆大叔英语培训、鱼乐贝贝水浴馆、乐友孕婴等；零售业态以亲民品牌为主引进Watsons、Adidas、VERO MODA、ONLY、太平鸟、GXG、周大福等；餐饮业态以特色餐饮为主辅以时尚餐饮点缀，引进巴色鱼捞、销魂掌、赞鱼、一把骨、山城外老坛酸菜鱼、一洋刺身、鸡毛店等。

从0到1，从1到100，看到汇融MALL一天天壮大，近200家品牌最终选择我们，感到由衷的自豪。2018年12月21日，汇融MALL已全盛开业，又是一个新的起点，期待招商团队迎来新的篇章！

汇融MALL招商运营部 陈兴





2019

THE STRATEGY AND
CHANGE OF HRHZ

智汇战略 从融变革

Part ⑤ 文化根基

Cultural foundation

- 融光，指引我们前进的方向
- 心中有梦 眼里有光 脚下有力

融光，指引我们前进的方向

——2018汇融集团企业文化建设核心策略

有人说，“一年企业靠产品，十年企业靠品牌，百年企业靠文化。”可见企业文化在企业发展中发挥着至关重要的作用。企业文化是一个成功企业不可或缺的软实力，而这种软实力如同一个人的灵魂，无处可寻，却又无处不在，它是最终能够成就一个人或一家企业所能够到达高度的本源。

企业文化建设就是通过对企业经营管理的方方面面进行系统梳理，形成一套更为贴合企业实际的价值理念，并通过各种形式宣贯推进，根植于每一个员工内心深处，形成一致价值理念下共同的员工行为规范，最终成为推动企业发展的内在精神动力。因此，企业文化建设可以说是一项为企业铸造灵魂的工程。

2018年，汇融集团持续深入推进企业文化建设，以“心中有梦、眼里有光、脚下有力”为年度企业文化主题；沿着“执行力”、“绩效考核”两条主线；优化升级推广渠道、沟通渠道和文化活动三个主要文化管道；逐步确立了从集团高管、分子公司领导、各版块企宣专员到一线员工的四级文化传播阵地，有效增强了员工凝聚力，树立起良好的企业形象。



编辑出刊《汇融故事汇》

搭建及优化传播渠道

2018年初，集团正式发布了《企业文化运营管理制度》，确定年度公司企业文化工作计划，支持和指导各分（子）公司、项目部企业文化建设活动积极开展，全面推进企业文化建设，将集团企业文化工作落到实处。

一是建立OA新闻发布机制，促进企业文化传播途径更加畅通与高效。2018年，共计审核通过各板块申请发布的全集团OA新闻50余条，一改过去各自为阵、信息闭塞的局面，初步形成各板块联动、体系化作战模式。

二是编辑出刊《汇融故事汇》，从各板块搜集汇编了18篇人物案例，讲述汇融人在平凡岗位上不平凡故事。全书共分为四个版块，围绕汇融核心价值观、人才理念、经营理念、服务理念，以图文并茂的形式，塑造典型事迹，传播正能量。从多角度、多方位全面展示汇融人的风采，深入浅出地彰显集团核心理念及精神，成为企业文化落地生根的重要载体。

三是制作发布集团企业歌曲《融光》。企业歌曲是企业的精神力量，是企业的有声名片，是打造企业文化不可或缺的重要组成部分。一首好的企业歌曲，将带来企业品牌的升华，也是企业文化与时代文化融合交汇的象征。2018年，属于全体汇融人的主题歌曲——《融光》闪耀发布。歌名“融光”，寓意着汇融精神与企业文化之魂；歌曲旋律大气豪迈，振奋激昂；歌词铿锵有力，相得益彰；激励我们不忘初心，牢记使命，奋勇前进。一首《融光》，唱出了汇融人的心声，“给予我们前进的力量”！



集团企业歌曲MV



集团总部民主生活现场

丰富和完善沟通渠道

2018年4月，集团下发了《关于各单位执行民主生活会机制的通知》，在全集团范围内推行民主生活会，将召开民主生活会制度化、常态化。民主生活会是用批评和自我批评的方式，通过各层级员工积极建言，发现和解决企业发展中存在的问题，是激发员工主人翁意识，增强企业活力的重要手段。

自通知发布以来，得到各板块积极响应，每个季度至少召开一次民主生活会，无论是全公司还是各个部门举行，参与者来自管理层或基层员工，通过不同形式的会议，本着

“批评与自我批评”的基本原则，大家畅所欲言，发现问题，提出建议，并在会后发布整改措施。坚持定期召开民主生活会，看似占用了工作时间，但当大家勇于正视问题，虚心接受批评建议的时候，反而更能统一思想，明确方向，精诚合作，创造出更高的工作效率。

此外，董事长信箱正式运行，开辟出OA系统和集团官微两个入口，为广大员工和社会各界人士搭建起与集团高层间的信息交流平台，也营造出民主、和谐、真诚、开放的企业文化氛围。



龙泉小学生到龙旺食品厂参观学习



汇融广场（锦华）拔河比赛

打造企业文化品牌活动

2018年，集团各板块积极组织开展了包括节庆活动、员工活动、关爱活动、公益活动、租户活动、社区活动等在内的各式各样的文化活动，让全员及客户共同参与，了解汇融企业文化。据不完全统计，集团各板块全年开展活动总数超过50次，不仅激发了员工热情，也更直观反映出企业积极向上的精神面貌。

2018年9月，在第一届9.23员工日的基础上，升级打造“9.23汇融日”，旨在塑造出企业品牌活动。通过H5互动游戏、抖音短视频征集、融厨产品试吃会、员工七彩乐跑赛等一系列线上线下活动，扩大“9.23汇融日”的品牌影响力，不仅是汇融员工自己的节日，还让更多的合作伙伴、客户、业主、消费者等一起参与进来，既宣传了产品品牌，又展现了企业文化，让“9.23汇融日”成为个性鲜明的企业符号并深入人心。



信息中心		
最新信息	行政公告	人事公告
《当前经济形势与企业对策》培训圆满落幕 2018-12-24 总部职能 助推办公智能化 龙旺食品举办OA运用暨PPT制作基础知识培训 2018-12-19 龙旺食品 南京市玄武区政府领导一行赴汇融广场（锦华）参观考察 2018-12-13 总部职能 博众研究院成都分院赴汇融广场参观考察，开展实战案例分享讲堂 2018-12-10 汇融国际 龙旺食品战略规划培训顺利开展 2018-12-10 龙旺食品 省食品药品监督管理局检测院莅临龙旺食品指导工作 2018-12-04 龙旺食品 汇融广场（大丰）智选假日酒店召开2019年服务新战略会议 2018-12-03 智选假日酒店 龙旺食品荣获“成都市龙泉驿区知识产权示范企业”称号 2018-11-27 龙旺食品		

各板块在OA系统发布全集团新闻

加强企宣专员团队建设

从2018年第二季度开始，严格实行季度考核制度，每个季度末集团总部都会检验各个板块企业文化建设成果，通过各项考核指标，切实做到企业文化的宣贯落地。季度考核对各板块企宣工作起到积极的激励和监管作用，使得企业文化在各板块全面开花。

与此同时，组织开展企宣专员专题培训，通过对集团企业文化制度讲解、OA新闻发布步骤、新媒体运营经验、方法和技巧等内容分享，提升各板块企宣专员业务能力。2019年，还将计划引进与企业文化相关的线上微课程，系统梳理企业文化建设的各个要点，帮助各板块企宣专员厘清工作思路，解决工作中的痛点和难点，有针对性的为其赋能。

回首2018，通过不遗余力地企业文化建设，统一思想、统一精神、统一价值观，让越来越多的员工认识企业文化，并意识到企业文化建设的重要性。大家的思维模式和行为习惯也在不知不觉中，发生了积极正面的改变。



集团兼职企宣专员内部交流分享会

心中有梦 眼里有光 脚下有力

—— 2018（第二届）9.23汇融日精彩回顾 ——

2018年9月23日，我们迎来集团36岁生日。为持续打造企业文化品牌，营造积极向上的司庆氛围，并让“9.23”深入人心。在首届9.23员工日基础之上，我们对“9.23”进行了品牌升级，从单一的“员工日”，转型为复合的“汇融日”。既有助于对内的企业文化建设，又有利于对外的品牌宣传推广。通过推出一系列线上线下活动，联动合作伙伴、客户、业主、消费者等一起参与造势，持续引爆话题，让“9.23汇融日”作为个性鲜明的企业符号固化下来。让我们一起来回顾一下2018（第二届）9.23汇融日那些记忆犹新的精彩瞬间。



线下系列



【2018龙旺融厨系列新品试吃会】

欢庆汇融日，美食迎中秋，9月20日，在汇融广场（锦华）项目汇融集团旗下龙旺食品携手汇融物业为大家奉献了一场饕餮盛宴，月饼、小吃、面点、菜肴等各种美食目不暇接，现场人声鼎沸、热闹非凡，从大伙兴奋的表情中就可以看出色香味俱全的美食让人大快朵颐。



【汇融集团员工七彩乐跑赛】

9月21日下午，伴着蓝天白云、灿烂阳光，来自集团各大版块近200名员工代表参加了9.23汇融日七彩乐跑赛。

奔跑前进，才是汇融人应有的姿势，活动分为任务跑和健康跑两大部分，全体员工被随机分为10个小组，所有项目都必须团队合力以总分计时排名角逐前三。

通过乐跑活动，激发所有汇融人，奋发向上的斗志和团队协作的精神，让集团文化进一步深入人心，增进了各部门员工之间的交流与协作，在比赛中享受快乐，快乐中得到收获。

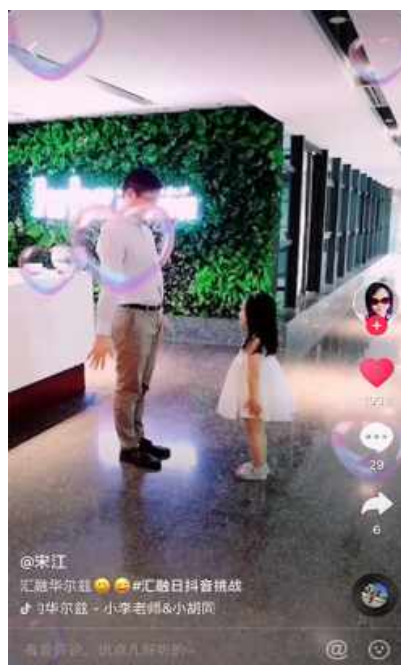
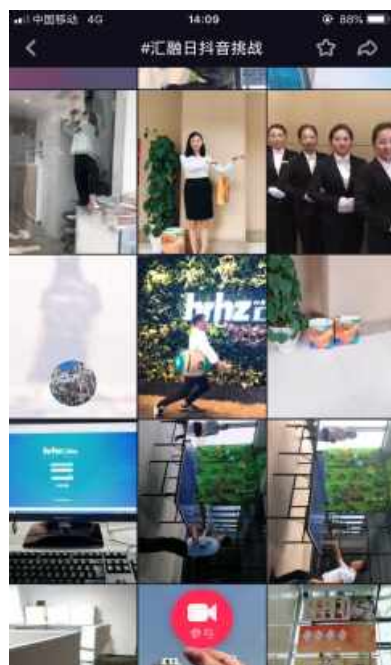


线上系列

【汇融抖音短视频大赛】

汇融日抖音挑战征集令
自9月6日发布以来
备受广大粉丝的追捧
先后共有超过15万用户参与围观

神曲洗脑、戏精附体
温柔款款、脑洞无限
原来咱们有这么多才(dou)子(yin)佳(da)人(ka)



【H5线上跑步游戏】

9.23汇融日线上乐跑赛自9月18日正式上线
游戏以9.23为主背景
各路玩家们沿着集团的发展足迹
加油奔跑赢取抽奖资格
截止9月22日晚上10:00
共有18万人参与到游戏中来

9月23日上午10:00
终极抽奖正式开始
Surface Pro二合一平板电脑笔记本
Keep智能跑步机、小米空气净化器
多士炉、电烤炉、蓝牙耳机、运动手环……
丰富的奖品纷纷抽出



创领时代 共享未来

汇融集团35周年庆暨2018新春年会精彩回顾







汇融集团2018年度十件大事

01 汇融MALL盛大开业 城北新中心已然成型

2018年12月21日，历时一年零九个月的修建，汇融集团旗下首个商业综合体——汇融MALL在城北大丰盛大开业。汇融MALL成功引进了包括永辉超市、苏宁易购、横店影城、奇迹健身等在内的180个知名品牌，项目整体招商率达到99%+，新媒体曝光量逾15万，开业三日客流量超20万人次，总销售业绩达1800万，现象级的开业盛况令全城瞩目，城北大丰新中心已然成型。汇融MALL的开业，正式拉开了大丰商业新格局的序幕，也为汇融集团在购物中心领域的首秀交上了一份满意的成绩单。



02 融厨新品发布会圆满成功 龙旺产品走向全国

2018年8月，汇融集团旗下龙旺食品有限公司“2018融厨系列产品发布会”在青城山盛大举行。来自全国各地的经销商、媒体朋友们汇聚一堂，共同见证了“融厨”品牌的焕新登场！旗下菜肴、川味小吃、抄手、水饺、汤圆、面点六大川派新品首次亮相，进一步深耕速冻食品市场，满足消费者的个性需求。凭此契机，龙旺食品开始由西南片区走向全国舞台，发力中高端市场，打造全国、全球知名食品品牌，为全世界消费者提供安全美味的食品。

03 澳洲两大地产项目全面启动， 集团迈入业务全球化坚实一步

2018年，集团位于悉尼富人区的北区 St Leonards项目及 Artarmon 项目正式完成规划审批。位于北区商业中心 Chatswood 的城市展厅也完成装修并正式开放。两大项目的启动意味着汇融集团从2017年开始布局海外地产以来，在开发板块的全新启幕。集团将把“创享人居作品、远见城市未来”的开发理念带到澳洲，为集团在开发板块的国际化、全球化，迈入坚实的一步。



04 汇融集团与诺亚财富 签订战略合作协议

2018年8月6日，汇融集团与诺亚财富签署了战略合作协议，约定成立合资公司、共建投资团队等合作事宜。“诺亚财富”起源于中国，在美国纽约证券交易所上市，是中国最大的财富管理平台。此次成功签约，将推动汇融集团进军金融投资板块，扩大集团多元化业务版图；促使集团锁定优质资源，提高投资效率，提升投资回报的确定性；并帮助集团联手优秀投资团队，构建有效能的投资和管理体系。

05 汇融发布“金三角”战略， 迈入企业转型新征程

2018年，集团总部在全集团范围内启动了战略规划工作，通过导入科学的战略规划工具，开始有秩序、有针对性地重新梳理集团的战略发展思路，制定各业务线近期及中远期战略目标。经过前期筹备、反复研讨、多轮修订等一系列战略规划步骤，现已正式确立了汇融集团“金三角”战略，梳理、优化原有七大业务板块，整合重组为“商业”、“食品”、“金融”三大核心业务群，构建成为互相支撑、互为依托的稳固“金三角”，合力助推集团实现“百年汇融”的宏伟愿景，通过对旗下产品及服务的匠心打磨，使其无限贴近群众生活，改善群众生活，进而成为“美好生活创建者”。新战略发布，标志着集团的战略转型，进入了全新的征程。



06 龙旺食品荣获“农业产业化 国家重点龙头企业”称号

2018年12月，根据农业农村部、国家发展改革委、财政部、商务部、中国人民银行、国家税务总局、中国证券监督管理委员会、中华全国供销合作总社等8部门联合发布的《关于递补148家企业为农业产业化国家重点龙头企业的通知》文件，四川龙旺食品有限公司被正式授予“农业产业化国家重点龙头企业”称号。能获此殊荣，是国家对龙旺食品农业产业化工作的高度认可。一直以来，龙旺公司坚持推行“订单合同”、“合作社+农户”的农业产业化经营模式。截止2018年，公司通过合作制联结农户建设原料生产基地9400亩，带动农户4700户，直接增加农民收益700万元，切实有效地带动农村剩余劳动力转移，力所能及地为我国农业、农村、农民的发展贡献力量。

汇融集团2018年度十件大事

国内多个知名长租公寓品牌相继 落户汇融广场

近年来，长租公寓是我国大力发展的产业之一。在政策红利的推动下，长租公寓成为房地产行业转型发展的突破口。2018年，汇融集团紧抓时机，在自持商业物业中，成功引进了龙湖冠寓、佳兆业WeWa创享家、万科泊寓三家国内知名长租公寓品牌。此举可大幅降低人员投入，提高坪效，成为集团商业板块运营模式的又一创新试点。不断完善自持项目的各类配套，打造集居住、办公、消费、娱乐于一体的美好生活体验圈，更好地服务于业主、租户，也有助于汇融自持商业物业价值的进一步提升。



汇融广场（锦华）管理运营全面升级 打造新经济示范园区

2018年，汇融广场（锦华）合并项目招商和物业团队，联合打造新经济示范园区，实现项目管理运营全面升级。招商方面，从政府配合招商转为市场化招商，相继引进了五八置业（成都）有限公司、成都盼达汽车租赁有限公司、四川能投川西文化旅游投资有限公司、小猪短租、蜀缘辣妹子餐饮等多家优质企业入驻。逐步把传统优势产业、重点资助产业和战略新兴产业整合，覆盖企业成长生命全周期，构筑出多元化的园区企业生态。物业方面，大力推进智能化、绿色环保大厦建设。通过上线无人收费停车系统，启用智能电表系统、“邻社区”智能物业管理SaaS云平台，打造成都市首个磁悬浮中央空调项目，引进LED声控感应照明，滴灌改造等举措，让物业服务效率及品质得到进一步提升。

龙旺食品公司持续投入技术改造， 为全国化战略奠定坚实基础

2018年，龙旺食品公司生产技术投入总计约3000万元，相继改造冷饮生产线、引进面点生产新设备，以及扩建原料仓储达10000m³。2018年12月，总投资约400万元的新冻库顺利竣工，预计将于2019年1月投入使用。新冻库占地面积约1100m²，最大容量可达1500吨。此举，标志着龙旺食品的产品储存能力进一步加大，为龙旺食品走向全国奠定坚实的库存基础。



汇融集团第一期“菁英训练营”开营， 集团人才培养迈入新阶段

2018年9月20日，汇融集团第一期“菁英训练营”正式开营。为了更好地推动集团的经营发展和战略转型升级，“菁英训练营”通过外培、内培、转培等多种形式对学员专业、思维、表达、授课技巧、实战等能力进行全面提升，不遗余力地培养和打造一批具备市场作战能力的菁英队伍，丰富集团人才梯队和干部储备，实现汇融人才专业化，专业人才汇融化，截止2018年底，共计129人次参与了培训。

汇融集团新媒体矩阵

