

企 竞 中 心 每 日 资 讯

2022年10月13日

星期四

第1735期/共1735期

【参考信息】

升级餐厅，焕新体验 必胜客四大餐厅设计模型赋能餐饮新活力……p2

浦发银行上海分行党建工作品牌“三聚三联”入选全市新一轮上海国企党建品牌……p7

欧莱雅在苏州奠基全球首家自建智能运营中心……p8

企业文化不是一层不变的，而是要随社会大环境变化和企业发展不断创新和变革。目前我国政治、经济和社会环境与过去相比，都发生了明显而深刻的变化，企业发展面临着诸多新机遇、新挑战和新任务，这都要求企业要高效开展企业文化创新和变革，保持企业文化先进性和引领性。

客观 冷静 中性 实证

上海企业竞争力研究中心

地 址：上海浦东浦电路489号由由燕乔大厦409-411室

电 话：021-51313680 4000092877

传 真：021-51313688 邮编：200122

E-mail: info@shecs.org

【参考信息】

升级餐厅，焕新体验 必胜客四大餐厅设计模型赋能餐饮新活力

随着消费代际的转换、颜值经济的蓬勃增长以及夜经济趋势的不断升温，消费者对于餐厅的选择，已经不限于只是关注产品本身，餐厅环境和用餐时的情感体验变得越来越重要。

凭借着对餐厅环境的不断尝试与探索，必胜客敏锐洞察消费者需求，在去年餐厅设计模型的基础上，结合品牌餐饮时段的需求，为吸引商区和社区的不同类型消费者，全新推出“城市话廊”、“活力聚场”、“暖暖心窝”以及“街角拾光”四大餐厅设计模型。今年是必胜客第二年发起“春日打卡必胜客”探店活动，打通线上线下，牢牢抓住了新一代年轻消费者的心。

持续翻新门店，必胜客创新升级四大餐厅设计模型

必胜客努力将每一家餐厅都打造成可以为消费者提供优质服务与情感价值的落脚处。自2018年以来，必胜客不断优化多种店型设计，持续翻新门店。去年推出的“花漾逃离”、“都会邂逅”和“星厨之约”三大餐厅设计模型，成为了大批都市年轻人的网红打卡圣地。

今年，必胜客持续发力，再次打造面向商业区人群的餐厅设计模型“城市话廊”与“活力聚场”，以及面向社区人群的餐厅模式“暖暖心窝”与“街角拾光”，不仅为都市年轻人的用餐提供了便利，也为家庭人群创造了良好的用餐体验。



“城市话廊”餐厅设计模型

“城市话廊”设计模型是面向自信独立，追求生活品质的生活艺术家，以“高级感”定调，兼顾实用与精致的商业型餐厅设计模型。餐厅整体采用“高级灰”为主色调，配合高低排列的氛围吊灯，演绎都市经典风格。



“活力聚场”餐厅设计模型

不同于“城市话廊”对仪式感的追求，“活力聚场”更像是一个年轻人的殿堂。24小时全时段营业的餐厅，为消费者营造了“日咖夜酒”的氛围，吸引了更多年轻消费者来餐厅用餐。位于杭州滨江星光大道必胜客餐厅就是“活力聚场”的典型代表，该餐厅升级后，时髦的橱窗感搭配叛逆的金属感，以活力珊瑚红点缀，时尚艺术感氛围十足，时刻吸引着年轻人前来餐厅拍照打卡。“必胜客是我从小就开始吃的品牌，也是我第一次吃到比萨的地方！”一位新锐媒体人感慨道，“我是必胜客的老粉了，没想到现在的必胜客餐厅已经不仅仅是一个餐厅，更是一个社交场所，在这拍拍美照打打卡，能和姐妹们留下美好片刻。”



杭州滨江星光大道必胜客餐厅

打开大门，融入街区，在温暖的阳光下开启轻松惬意的暖心食肆。“暖暖心窝”就是这么一个面向全龄段消费人群，在全时段都可以享受，富有人情味的社区型设计模型。为了给有事业亦有甜蜜的负担，懂拼搏更懂生活的年轻妈妈以及幸福的家庭人群提供一个自在舒适的老地方，点点滴滴都充满生活的小确幸和小惊喜。



“暖暖心窝”餐厅设计模型

南京的河西金地餐厅就是化身一变，成为了这么一家“暖暖心窝”模型餐厅。走进餐厅，仿佛走进了一家充满生活烟火气的家庭小餐馆。餐厅将温馨的生活气息与墙上的艺术插画结合，融入匠心巧思。除了餐厅各处都装饰的艺术作品，繁忙的发餐区、随意的大组团座位，浓烈色彩的花朵布置，都活络着充满能量的生活气息。最近，餐厅还举办了“亲子对味‘食刻’”体验活动。活动邀请外教 Zein 带领八组亲子家庭共同了解西餐文化和礼仪、学习必胜客新品的英文表达。亲子家庭还一起制作铁盘比萨，品尝新菜单产品，一起享受对味“食”刻。活动中，孩子们通过轻松方式边吃边学习到了餐桌礼仪，家长也拥有了一段美好的亲子时光。



南京河西金地餐厅外教 Zein 讲解用餐礼仪

“街角拾光”设计模型是必胜客面向女性和家庭消费者打造的全新模型。通过餐厅各个角落精心搭配的绿植与花卉，在暖暖的灯光下营造出一种自然、清新和明亮的氛围。想要体验这样的氛围，天津必胜客天海精选餐厅就是一个不错的选择：新设计+新菜单，让前来用餐的消费者耳目一醒。到店客人惊喜的表示“这不就是我和小姐妹的秘密聚会基地嘛！”，花园藤椅搭配一个个小圆桌，露天位的设计显得格外宽敞。“在天津这样的北方城市，有一家花园式的餐厅可以让我们体验到南方的小清新”，一位常来店里的老客人开心的说道“必胜客就是我孩童时期的比萨启蒙老师，现在的店面越来越好看，也让我同步感受到了城市文化的更迭。”如今，必胜客不仅是比萨的代名词，也化身城市人文打卡地，并不断给消费者带来新惊喜。

同为“街角拾光”设计模型的长沙必胜客橘子洲餐厅也是活动不断，其中“春日手工课”就颇受欢迎。“这家必胜客餐厅的颜值非常高，情侣约会、朋友家人聚餐很适合来这里。”一位参与活动的摄影师说道，“外观上它和我以往印象中的必胜客餐厅有很大的不同，餐厅的装修风格时尚新颖且充满艺术气息，拿起手机随便拍一拍都很出片，是喜欢探店的消费者不容错过的打卡地。”



天津必胜客仁恒伊势丹餐厅;右图:长沙必胜客橘子洲餐厅

“餐饮+生活+社交”三位一体，必胜客持续探索餐饮经济新生态

近年来，随着新消费群体的崛起以及市场竞争的逐渐加剧，新的赛道也在被不断挖掘，“社区餐饮”“全时段运营”都成为了餐饮行业的新趋势之一。为抓住中国新一代年轻人和年轻家庭群体，必胜客不断升级与优化餐厅设计，将多场景模式体验作为战略重点之一，为消费者打造一个集“餐饮+生活+社交”三位一体的餐饮空间。

此外，必胜客也在不断创新与丰富新的餐厅体验。例如，去年11月，全国第一家必胜客校园餐厅在武汉华中科技大学路落地，为同学们在校园里营造出温暖的就餐环境和亲和的社交氛围，吸引了诸多师生拍照打卡。未来，必胜客也将在创新产品开发的同时，在餐厅设计和餐饮体验上不断升级，全力赋能餐饮经济。

【参考信息】

浦发银行上海分行党建工作品牌“三聚三联”入选 全市新一轮上海国企党建品牌



10月10日下午，上海市国资委系统第二轮国企党建品牌发布会在上海展览中心召开，浦发银行上海分行党建工作品牌“三聚三联”入选全市新一轮国企党建品牌，这是继该行“四双工程”后第二项荣获该项荣誉的党建品牌，充分展现了该行党建工作持续探索创新所取得的积极成效。

浦发银行上海分行“三聚三联”党建品牌是该行党建工作对内聚人心、对外联客户两方面思路的系统总结。对内“三聚”分别是初心聚魂，品牌聚力和文化聚能；对外“三联”分别是党建联建，战略联通和发展联动。内聚外联、内外联动，汇聚成该行高质量发展的持久动力。

近年来，浦发银行上海分行对内统一思想、凝心聚力，全面激发经营机构和党员员工自驱力。扎实开展“四史”、“党史”学习教育，强化初心教育，引导全行党员干部牢固树立“金融报国”理念；全面打响投行、自贸、科创、私行和金市“五大品牌”业务，打造分行核心竞争力；不断丰富企业文化内涵，进一步强化风险文化、合规文化、创新文化建设，塑造“稳健浦发”、“数字浦发”、“奋进浦发”、“幸福浦发”等良好形象。对外以客户为中心，与客户共同成长，为分行经营发展营造良好发展环境。总分支行党组织联动，累计与超过650家行外党组织签署了党建共建协议；推动与重点战略客户签署战略合作协议，实现双方发展战略层面的整体对接、有机联动；为客户提供全生命周期金融服务方案，为客户创造价值、与客户共同成长。

未来，浦发银行将进一步与系统内各单位在党建品牌方面交流学习好的做法和经验，为新时代高质量党建引领企业高质量发展提供上海国企的典范样本，不断丰富和创新党建内容、载体和形式，推动党建与中心工作的深度融合，为助推实体经济发展积极贡献力量。

【参考信息】

欧莱雅在苏州奠基全球首家自建智能运营中心



10月11日，欧莱雅苏州智能运营中心（下文简称“智能运营中心”）举行了奠基仪式，欧莱雅苏州尚美工厂（下文简称“苏州工厂”）洁净车间也启用。这将是欧莱雅集团全球首家自建智能运营中心，而正式投产十万级洁净车间远超美妆行业标准。这一系列投资举措再次彰显了欧莱雅集团持续在华投资的承诺和对中国市场的长远信心。欧莱雅集团首席运营官旺莱斯，特意从巴黎发来视频祝贺。

欧莱雅中国在去年6月与苏州工业园区管理委员会签署合作备忘录，拟投建集团全球首家自建智能运营中心，计划占地90,000平方米，预计2023年第四季度正式投入运营，将通过全新升级的系统和软件设计实现更“数智化”、更敏捷、更定制化、更可持续的运营服务。

预计该智能运营中心将于2025年实现欧莱雅中国的年D2C模式包裹产量“翻三番”，再次表明欧莱雅对中国市场的长远信心。在集团“美妆科技”转型战略的支持下，该中心还将成为中国乃至集团全球市场的孵化器，实行创新运营解决方案，服务于零售商和消费者，成为实现“美好消费”的助推器。

此次苏州洁净车间投入使用后，欧莱雅中国将同时拥有苏州及宜昌工厂的洁净车间。该洁净车间达到了10万级“洁净”的标准，共有两层，总占地18,000平方米，设计标准高于我国针对化妆品生产的CGMP标准（化妆品生产质量管理规范）。洁净车间采用多项先进技术和设计，包括：配备正压

系统的模块化自动罐装区，温度和湿度控制装置，自动环境消毒系统，高效空气过滤器以及卫生级别的包装材料等。车间内还应用多项先进技术，包括机器人系统，协同机器人，自动导引运输车以及自动化生产线。这些设计特点为化妆品制造行业竖立了全新的标杆。

欧莱雅北亚总裁及中国首席执行官费博瑞表示：“这两个项目将致力于为中国消费者带来更高品质、更安全、更可持续、更个性化的消费体验，谱写整个美妆行业的新篇章，打造欧莱雅在中国以上海为心脏，以苏州为主动脉的长三角一体化智能运营布局。”

想要了解更多资讯，请关注上海企业竞争力研究中心公众微信：

