

上海商联



上海市商业联合会

SHANGHAI COMMERCIAL ASSOCIATION

2019年12月(总32期)

上海市连续性内部资料准印证(沪)第0827号

SHANGHAI COMMERCIAL ASSOCIATION

UNI
QLO

LifeWear
服适人生

6.2019

潘宁

实现满足顾客需求
并创造顾客的经营



内部资料
免费交流



走进第三届中国

11月5日到10日，第二届中国国际进口博览会在上海举行。

本届进博会面积更大、参展企业更多、买手更多。据初步统计，第二届进博会期间，共有181个国家、地区和国际组织参会，3893家企业参加企业展，超过50万名境内外专业观众注册到会洽谈采购，大大超过首届的40多万。其中超过7000名境外采购商，远超首届的3600人。本届进博会共设5大板块，7个展区，展览总面积为36万平方米，比去年多了6万平方米。第二届进博会采购商国际化程度进一步提高；采购商专业性更强，其中，境内企业来自制造业的占32%，来自批发和零售业的占25%。交易采购成果丰硕，按一年计，累计意向成交711.3亿美元，比首届增长23%。全球或中国大陆首发新产品、新技术或服务391件，高于首届。进博会正逐步成为各行业新产品、新技术发布和交易采购的首选平台。

◎进博会的吸引力、影响力实效性成为外国参展企业的重要平台

第二届进口博览会两次扩大展览面积，已经达到了36万平方米，但仍然是一展难求，这恰恰说明了进博会的吸引力、影响力和它的实效性。本届进博会设置了包括消费、农产品、装备、服务等相关的展区，很多参展企业把进口博览会作为自己新品发布的一个重要平台，许多明星产品往往都是世界首展、亚洲首发，并且是首次进入中国。

进博会强大的聚集效应为外国企

业带来显著收获，让外国企业趋之若鹜，来了又来。意大利莱奥纳多公司是世界四大直升机公司之一，去年他们带来了价值近2亿元人民币的直升机，轰动一时。今年他们趁热打铁又带来了两款新产品；

韩国三星集团带来了三星在5G、8K、物联网、半导体、VR等领域的最新科技成果，并将在进博会期

间发布Galaxy Fold折叠手机。三星将继续加快在华产业投资转型升级，为中国经济高质量发展贡献力量。

◎进博会的外溢效应成为外国参展企业进入中国市场的快速通道

许多外国企业都因为参加进博会而扩大了在华的市场规模。进博会不仅是国外企业宣传品牌的好机会，也是他们进入中国市场的快速通道。进博会让外国企业扩大了对华出口，一大批质量优、技术高、设计新的外国产品从展品变成了商品，走入了寻常百姓家，提升了人们的生活质量，顺应着人们对美好生活的向往，有助于中国实现消费升级和产业升级。在医药展区，首度参展的美国第二大制药企业默沙东就带来了多款保护公众健康的产品。在15-44岁的中国女性中，宫颈癌是第二大最常见癌症。而预防宫颈癌，有效手段之一就是接种疫苗，去年，默沙东的9价HPV疫苗在中国获得了上市许可，这次默沙东也把这款疫苗作为重要展品带到本届进博会上，希望更多的人能认识它。这款9价HPV疫苗从申请到获

得许可只用了9天时间，是近年来获批速度最快的进口疫苗产品。目前有400多万名女性已经接种，它也成了默沙东在本届展会上的主打展品。还有多家企业带来了氢燃料电池汽车以

及加氢站，相信将促进中国新能源汽车产业的发展。这样的例子不胜枚举，未来中国还将不断完善营商环境，让中国消费者

更早地与外国的好产品见面。进博会不仅让中国老百姓的消费升级，还将助力中国产业进一步升级。

通过贸易来带动投资，上海有一组数据也能说明这个问题，进口博览会之后一百三四十家企业就在浦东新落户，有的在既有的项目基础上又出现了增资、扩资，这也是进口博览会的外溢效应很重要的体现。

◎进博会的国际吸引力和影响力，成为国际采购和国际合作的平台

本届进博会国家展参展国分布广泛，各国展台特色鲜明，活动丰富多彩，促进了各国间的沟通交流，中国馆彰显中国特色，以新中国成立70周年为主题，展示中国新发展理念和高质量发展成就。企业商业展规模、质量、布展水平，与首届相比，均实现了新突破。捷克的绚丽水晶，日本的有机酱油，法国的品质红酒……在本届进博会上，来自全球150多个国家和地区的3800多家企业带来琳琅满目的商品和服务。

正因为外国的先进技术和设备能给中国产业升级带来实质性利好，因



国际进口博览会



此也备受中国采购团的青睐。这次参会的中国采购团有39个，还有近600个交易分团，比去年增加了一倍以上。高端装备、科技生活、食品及农产品是他们关注的重点。

进博会不仅为中外搭建了交易平台，同时也为其他国家之间搭建了合作平台。在这一盛会上，6天时间里吸引了超50万家境内外专业采购商，累计意向成交额达711.3亿美元，首发新产品、新技术或服务近400件、



配套活动380多场……不断开放的中国形成巨大磁力场，催生新动能、新机遇、新发展。首届进博会境外采购商到会约3600人，本届进博会超过7000人，充分表明了进博会的国际吸引力和影响力，凸显了进博会作为国际采购和国际合作平台的作用。

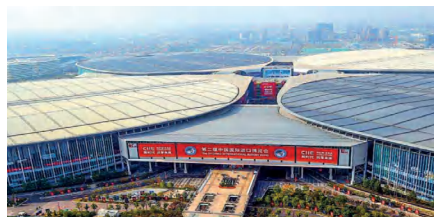
值国家展今年有64个参展国和3个国际组织。其中，24个国家首次参展，39个国家再度参展。国家展主宾国为15个，比去年多3个。值得一提的是，进博会从创建之初，就是秉持开放性与包容性，所以尽管本届进博会“一展难求”，但是每个最不发达国家仍然可以免费申请两个标准展位，展示本国特色。正如习近平主席所指出的，要坚持拉手而不是要松手，进博会不是中国的独唱，而是各国的大合唱。国家展64个国家里面

有12个最不发达国家，进口博览会为这些最不发达国家利用中国这么一个平台来展示发展成就，来展示本国的产业特色和本国的旅游、资源，还有各方面优势产业提供很重要的平台，这也是进口博览会一个很重要的成效，来帮助这些最不发达国家参与全球化，实现包容性的发展。

◎进博会为世界打开一扇通往巨大中国市场的机遇之窗

进博会规模越来越大、越办越好。在本届进博会开幕式上，中国国家主席习近平指出，我们要以更加开放的心态和举措，共同把全球市场的蛋糕做大、把全球共享的机制做实、把全球合作的方式做活。新时代，共享未来。未来15年中国将进口超过40万亿美元的商品和服务，这无论对于中国还是世界都将产生重大影响。面对要不要推动经济全球化、如何推动经济全球化的问题，中国用进博会“买全球、惠全球”这一创举，给了世界一个漂亮而坚定的回答。

相较去年，本届进博会企业展馆一扩再扩，但36万平方米的巨大展出面积，仍然“一位难求”。火爆场面的背后，是中国近14亿人口、全球最大规模中等收入群体造就的巨大吸引力，更是全球企业对中国市场和中国经济光明前景的坚定信心。进博



会上，不管是“新面孔”，还是“回头客”；不管是来自德国的五指机械手服务型机器人，还是加拿大的高端羽绒床上用品，抑或来自孟加拉国的黄麻手工艺品，都能找到市场知音。透过进博会这扇窗，看到的是巨大市场机会。进博会传递出中国越来越强的对外开放信号，为世界开启一扇通往多方共赢的合作之门。

◎进博会是一份推进经济全球化的中国倡议，为构建开放型世界经济探索一条未来之路

当今世界，各国经济融合是大势所趋。面对经济一体化过程中难以避免的磕碰，有的国家在“拉手”或“放手”、“拆墙”或“筑墙”的选择中，似乎失去了方向。中国始终坚持开放的心态，在本届进博会上，中国领导人在深刻洞察世界经济发展大势的基础上，提出重要倡议，向国际社会传递着开放合作、共同发展的强大正能量。本届进博会上，继续扩大市场开放、继续完善开放格局、继续优化营商环境、继续深化多双边合作、继续推进共建“一带一路”，中国推动经济全球化和贸易自由化、便利化，实现互利共赢的新承诺振奋着世界。

当前世界经济和国际贸易正处于十字路口，中国方案和行动赢得国际社会高度赞赏。盛会虽已闭幕，但它带给全球贸易等的信心却在持续增长。展商纷纷表示“明年一定再来”，已有230多家企业签约报名第三届进博会，正是这种信心的佐证，也让人们对“永不落幕”的进博会带来的新精彩充满憧憬。



P6 走进进博会 对话上海进博会

封面人物

迅销（中国）商贸有限公司 CEO
荣膺“上海市工商业领军人物”



潘宁

封2 卷首语 走进第二届中国国际进口博览会

走进进博会

- 04 2019 中国国际进口博览会国家馆巡礼
- 10 老字号亮相进博会 展示海派餐饮魅力

12 商联短波

商联党建

- 15 辞旧迎新话党建
党建活动爱泽行

会员传真

- 16 打造一个全新的“城市会客厅”
- 18 深耕国内 全球布局 跨国经营
- 19 创新领先 担当前行
- 20 家政服务业迈入新时代
- 21 专注于食品安全领域的精耕细作

刊中刊·相约闽龙

- 22 贯通全产业链运营
- 23 全力投身援疆事业
- 24 专注精准扶贫行动
- 25 搭建对口扶贫桥梁

专家谷

- 26 小议上海建设国际消费中心城市的基础和重点
- 27 他山之石 坚持将诚信作为品牌发展的重要基石

会员之家

- 28 上海吴江路休闲街管理有限公司
- 29 上海大同延绿置业有限公司
- 30 上海千食商贸有限公司
- 31 上海赛鼎生物科技有限公司

商联文化

- 32 市场巨变（连载之二）

P11 商联视窗

我会参与主办 阿联酋－中国经贸文化 促进中心（迪拜）发布会



34 “一手牵菜园、一手牵菜篮”的不解情缘

人物志

36 李纯敏：坚持钻研维修技术知识 为用户排忧解难

37 陈 凤：勤学苦练服务技能 提升客房服务质量

38 徐雪兰：微笑服务 热情服务 细心服务

39 丁碧军：用专业的药学服务每一位顾客

40 黄晓雯：三尺柜台大文章

41 陆 君：展现“让女人更美丽”的服务理念

42 **政策解读** 加快虹桥商务区建设 打造国际开放枢纽

44 **新语林** 互联网十大热词

45 **老字号** 客从八方来器成走天下

聚焦大健康

46 食物误区一席谈

47 警惕电子烟有害健康

48 **商联纪事**

主管单位：上海市商务委员会

主办单位：上海市商业联合会

《上海商联》编委会

主 任：蔡鸿生

副主任：

吴星宝 赵皎黎 倪正宇 张振丰

委 员：

方 彬 边 伟 任长艳

余存军 吴少聪 吴仲庆

张铁军 沈建华 陈 林

陈学新 林 宪 范林根

钟泽明 项美芳 徐海澜

高克敏 陶 奋 黄圣文

龚 屹 董伦超 蒋金琪

蒋智敏 彭爱斌 裘黎明

《上海商联》编辑部

主 任：刘古武

编 辑：周伟珠 杨玉海 吴 健

王 晨 胡雅萍

编辑部地址：上海市静安区新闸路945号315室

邮政编码：200041

电话：021-62182551；62713139

传真：021-62710997

投稿邮箱：sca2015@126.com

美编印刷装订：上海昌鑫龙印务有限公司

监制：陈昌龙

2019年12月25日出版

（内部资料 免费交流）





中国



阿根廷



阿塞拜疆



巴西



白俄罗斯



芬兰



斯洛文尼亚



佛得角



哥伦比亚



格鲁吉亚



克罗地亚



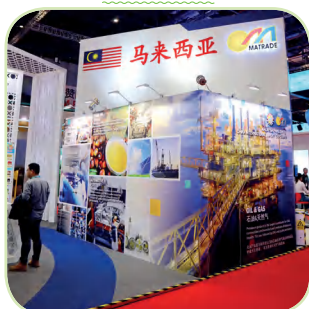
拉脱维亚



老挝

2019中国国际进口

2018中国国际进口博览会于11月5~10日在上海国家会展中心举行，吸引了来自172个国家、地区和国际组织的企业参展，4000多家企业参展，4000多商云集，按一年计意向成交额达510亿美元。这是世界上首个以进口为主题的国家级展会，堪称国际贸易发展的晴雨表。



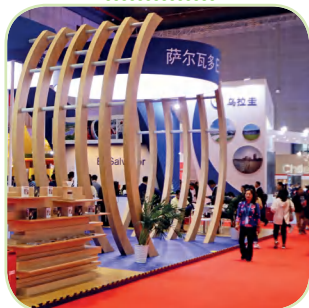
马来西亚



蒙古



孟加拉



萨尔瓦多



沙特阿拉伯



斯里兰卡



斯洛文尼亚



泰国



西班牙



希腊



匈牙利



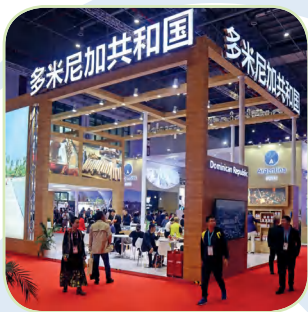
牙买加



亚美尼亚



波兰



多米尼加



俄罗斯



厄瓜多尔



法国



古巴



哈萨克斯坦



捷克



喀麦隆



科特迪瓦

国家进口博览会

国际进口博览

日在上海举行。来

区和国际组织参会，

展，40多万名中外采购

向成交578.3亿美元。

进口为主题的国家级展

发展史上一大创举。



黎巴嫩



卢旺达



马尔代夫



缅甸



南非



瑞典



突尼斯



土耳其



土库曼斯坦



乌拉圭



乌兹别克



意大利



印度



约旦



赞比亚



智利

对话上海进博会



第二届中国国际进口博览会期间，由中国世界贸易组织研究会和上海市商业联合会联合主办、以“对话上海进博会 共筑中国服务贸易发展协同平台”为主题的“2019 外滩服务贸易发展论坛”，于 11 月 7 日在上海国家会议中心开幕。本次论坛作为进博会政策解读类论坛之一，得到了中华人民共和国商务部、上海市商务委员会、上海市黄浦区人民政府的高度重视和社会各界的广泛认可和支持。

参加本次论坛的嘉宾围绕我国当前服务贸易领域的政策解读，国际形势和行业发展现状的分析；整合政、产、学、研各界资源，搭建融产业供应链、资金、市场服务为一体服务贸易协同发展平台；推动行业规范化的建立，助力企业规避国际贸易风险，提高核心竞争力，促进我国服务贸易大发展等问题，展开了多角度的探讨，一致认为：进一步扩大服务业开放是推动经济高质量发展的关键。与会嘉宾

商务部副部长王炳南出席本次论坛，他指出，今天的论坛以“对话进博会，共筑中国服务贸易发展协同平台”



为主题，围绕服务贸易的开放创新与发展共商共议，具有重要的意义。当前世界经济正面临新一轮大发展、大变革、大调整，数字技术广泛的应用，降低了服务、交易的成本，也催生了大量的新业态、新模式，加速了跨境服务贸易的发展。习近平主席指出，服务贸易日益成为国际贸易的重要组成部分和各国经贸合作的重要领域，服务贸易的

发展前景广阔，潜力巨大。针对这一重要指示，商务部将服务贸易作为推动经济转型升级和向高质量发展的重要举措，持续推进服务贸易体制机制的创新，进一步放宽服务市场的准入，积极培育新业态、新模式，同时也积极扩大高端服务进口，依托进博会大平台，真诚的向各国开放市场，共荣发展。

上海市商务委员会党组书记、主任华源与会指出，本次论坛作为本届进博会的一次重要配套活动，聚焦



把握进博会机遇、创新服务贸易发展进行交流研讨，相信会给各方带来有益的借鉴和启迪。服务贸易是经济全球化深入发展的产物，在经济全球化不可阻挡，上海开放程度越来越高的背景下，服务贸易也必将迎来更及广阔的发展

空间。行业组织和智库机构是推动服务贸易发展的重要力量。长期以来，上海市商业联合会在推动服务业引进来、走出去，提升行业发展能级等方面开展了大量卓有成效的工作，中国世界贸易组织研究会更是该领域的权威，在各方携手努力下，上海服务贸易一定会在新的起点上，实现新的更大的发展。



中国世界贸易组织研究会会长、商务部国际贸易谈判前副代表崇宗指出，中国的服务贸易进出口总额已连续 5 年居世界第 2 位。中国为世界服务贸易发展提供了前所未有的市场机遇，服务贸易已经成为中国与世界各

国深化合作的重要领域。

原国家商务部副部长、中国商业联合会原会长张志刚指出，目前，我国经济已经进入了服务经济主导型发展的新时期。加快服务业的发展，是实现经济社会现代化的共同选择和历史大趋势。服务业是有利于提高一二产业效率和经济发展、社会进步、生活幸福、国家强盛的



产业，加快服务业的发展，已经成为我国经济社会持续健康发展的必然选择和客观需要，加快现代服务业的发展，将有利于经济的转型升级、提质增效，有利于满足人民对美好生活的向往和追求。我国服务业发展任重道远，必须以全面扩大开放，倒逼深化改革，加快现代服务业的发展进步。

上海市黄浦区区委书记杲云指出，黄浦是上海乃至全国经济密度最高、产业结构最优、辐射能力最强的城区之一。黄浦将积极发挥中心城区核心区的枢纽集聚辐射功能，重点要推动文化贸易、技术贸易、离岸服务外包、专业服务业等技术资本密集型的服务业领域发展，同时也积极关注数字贸易、金融保险、健康养老、家庭服务等潜



在型的服务领域，挖掘服务贸易新增长点，探索服务贸易新领域、新业态、新模式，争取率先开放服务贸易各领域的准入限制，充分运用好进口博览会这样一个开放的大平台，大力吸引具有国际营销渠道、品牌影响力和核心竞争力的服务业企业，逐步让服务贸易成为产业升级的新支撑、外贸增长的新亮点、高端服务业发展的新引擎。

上海市商业联合会会长蔡鸿生指出，在新科技的推动和网络大数据平台的影响下，当今服务贸易内涵及方式达到了新的高度。上海市场正加速国际化的趋势，运用新科技，推动建立知识产权保护下的国际品牌智能云、溯源系统，对上海建设国际化、现代化城市更上一个新台阶，有着不同一般的意义。在融入全球市场竞争中，应遵循



共同市场规则，发挥上海区位优势，上海的发展才能走得更扎实，变得更加前卫。

在论坛的主旨演讲中，对全球价值链顶端起决定性作

用的高知识含量、技术含量的领域，包括知识产权、金融科技、溯源技术等课题展开了深入探讨。

中国世界贸易组织研究会副会长霍建国论述了我国高水平开放与服务贸易发展前景。他指出，当前服务业



发展面临着复杂的外部环境和紧迫的竞争局面，服务贸易的开放滞后，会影响经济的发展。适应这种形势，首先要抓好核心内容即人的素质提高。随着我国进入到高质量发展阶段，网络服务和云间服务进一步普及应用，提高人的素质更是紧迫的课题。其次是优化营商环境。市场开放了，优化营商环境是关键。服务业不要害怕开放，开放是必然趋势，开放才能提升自己的竞争力，开放本身还可以激活国内的消费市场。当然开放不等于不管，要加强监管。再次要处理好对内开放和对外开放的统筹关系问题。

知识产权法专家、CWTO 研究会学术顾问李顺德着重论述“服务贸易领域知识产权保护与贸易结构优化”问题。他强调，知识产权和服务贸易的关系非常密切。在 WTO 中讲了三大支柱：货物贸易、服务贸易、与贸易有关的知识产权，因此其关系是十分密切的。目前知识产权贸易实际上已经融入货物贸易和服务贸易当中，并占了相当的比重。知识产权保护是服务贸易正常进行的



基本保障，货物贸易离不开知识产权的保护，服务贸易同样也离不开。其中有相当一部分的服务贸易实质上是知识产权贸易，按我国的统计口径是按照服务贸易统计的，如版权产业、文化产业、创意产业等，所以知识产权贸易本身也成为服务贸易重要的内容之一。现代服务业特别是高技术服务业的发展，必须依赖知识产权的支撑，这些都涉及到知识产权保护。在我们国家统计局统计分类当中，已经明确了知识产权服务业属于高技术服务业，而高技术服务业是属于现代服务业，这里涉及到计算机的软件服务业、互联网服务业等，尤其是随着新技术、互联网、云计算、大数据和 AI 人工智能的发展，数据服务业已经成为了很重要的发展方向，数据以劳动、资本、技术相并列，成为

单独的生产要素，作为重要的市场发展资源。

世贸组织研究会服务贸易专业委员会主任要中秋论述了对于服务贸易新的解读。她指出，世界贸易组织



在今年的全球贸易报告里强调，服务贸易已成为全球经济不可或缺的支柱，成为全球贸易最具活力的贸易形式，成为世界贸易的中心要素。服务贸易在全球贸易所占份额不断提高，显著促进各国经济增长，并体现了促进优化资源

配置、创造就业岗位、增强企业竞争力并增加发展的包容性。在当前世界经济中，服务贸易正以前所未有的速度蓬勃发展，这是新技术革命引起的国际分工深化和全球产业结构调整、升级的必然结果。随着经济全球化不断推进、科学技术不断提升，尤其是信息通讯技术的飞速发展，服务贸易领域和范围得以拓宽，流量迅速增大，同时也产生了更多的附加值。所以，科学进步可以提高服务的可贸易性，服务可贸易性的提高可以深化服务业的对外开放，服务业的对外开放可以增强服务业乃至制造业的国际竞争力，最终推动服务经济以及整个国民经济持续、快速、健康发展。

CDAX 金融集团 CEO Matthew Joynes 认为，金融科技的创新与应用是全球服务贸易的趋势。因为技术的创新和革新，我们处在一个全新的时段，越来越多的数字



货币，包括很多相关的新技术出现，让人们更多的拥抱数字货币，中国央行也提出要拥抱数字货币。数字货币会对世界未来发展产生非常大的助力，而且会彻底改变贸易的图景，并可能影响到金融体系。数字货币会被中国市场接受，会强化银行体系，而且也会成为非常好的交易手段，因此是可以行得通的。数字货币具有最好的货币特色，流通的速度更快，因为这是即时的、无缝的在各方之间进行流转，而且成本非常低，能够更快、更简单地进行银行结算。大部分人是没有银行帐户的，现在都可以快速的参与到这个银行流转当中。数字货币可以作为日常生活的使用，可以创造更多财富，可以吸引更多产品，纳税制也会减

少。作为国际贸易来说，尤其是在一带一路倡议下，这能够支持全球联系。当然也有可能成为储备货币，这些都有可能给全球的经济带来积极的影响。

中国检验认证集团溯源技术服务有限公司总经理王成杰论述了引入溯源机制，创新全球品牌知识产权保护。他指出，中国是正处于多元化消费的时代，消费者



在自己的消费过程中购买到假冒伪劣产品，往往缺乏辨别能力，如何把假冒伪劣根治在源头或者在国内消费市场当中挤压到最小？一是从国家、政府和社会的角度，完善法律法规，加大违法行为的处罚力度；二是公示制造、销

售假冒伪劣产品企业的失信行为；三是以追溯强保护促信赖。在品牌和消费者之间，用商品的形式把整个信任建立和打通，可以通过追溯体系，把产品从生产到消费者手中的过程以客观的角度给消费者体现。



上海市商业联合会常务副会长吴星宝主持了微论坛对话。来自业界的专家学者和企业家就如何通过“服务走出去，消费引进来”策略来共筑服务贸易协同平台，展开了探讨与对话、建言献策。

中国服务贸易如何更好的走出去并形成品牌、淀积品牌价值？**中国世界贸易组织研究会副会长霍建国**认为，我国目前服务贸易的发展确实相对滞后一些，货物贸易高额顺差，服务贸易高额逆差，这个外向型经济发展有比较强的制约。降低关税有很明确的要求，就是满足国内部分人对奢侈品消费的需要，我们不希望 14 亿人到海



外购物，我们可以降税引进品牌。现在我国海运是逆差的，旅游也是逆差的，有些领域，如出口配套服务是我们的强势，能不能加强一下？装卸、物流、仓储、批发能不能做到全产业链渗透？总之，加快开放，加大力度，对经济发展会产生更大的内在动能或者活力。



怎样提升中国服务贸易发展的水平，吸引品质消费回流？**中国国际贸易学会会长金旭**指出，第二届博览会

起点就是空前的高，吸引了不少国外一流企业把中国作为目标市场。中国的消费正在升级换代，我们不仅要满足人民基本的生活需求，也在满足对高档生活消费品的需求。相信随着进博会各项措施越来越健全，会有更多更好的



世界一流的产品，在中国市场进行展示、合作、落实。国家正在鼓励消费的问题，包括降低关税，这样国人肯定会做更好的选择。我们希望把更高品质的服务送出去，把更好、更高欣赏水平的商品能够留在国内消费。

如何服务带动文化和旅游、互惠共养？**上海市商联会副会长、上海豫园旅游商城（集团）股份有限公司原副总裁吴仲庆**指出，文化和旅游都是属于服务贸易的范畴，应该更多走向世界，进行宣传推广；要扶持民族品牌，这是我们重要文化根基，也是文化自信，是实行文化复兴重要的战略；要同现在的互联网、产业链、价值链、供应链、创新链很好融合，应该很好融入到大的经济循环当中去，全球化一定也是本土化、民族化、特色化和品牌化的。



家政行业怎么和服务贸易挂钩？**上海市商联会副会长、上海悦管家网络科技有限公司董事长李尉**指出：作为家政服务业，我们建立自己的文化服务体系，实

行服务标准化，服务商品化、服务精细化，把服务形成供应链管理，尤其是引进互联网化的模式。但是，家政服务要走向全国、走向全球还需要很长的过程。现在通过进博会我们获得了好的时机，我们会通过引进国外成熟的养老服务，改造成中国式的服务，让国人享受到美好生活。未来五到十年，我们互联网服务一定可输出到全球，提供更优、更具性价比的服务。



本次论坛上，“中国服务贸易品牌云服务协同平台”正式启动。该平台以“云平台、云溯源、云服务”为理念，针对国内消费升级、产业升级需求，以国际品牌商贸服务为突破口，以知识产权、溯源等技术服务为依托，整合国



内外资源，建立国际品牌资源库和服务贸易品牌库；以平台政策、智库、产业链供应等优势，推动产业资源利用的最大化和行业标准规范化建设，不仅为国际品牌走进中国市场提供一站式解决方案，也将孵化中国品牌走向世界，在服务贸易领域践行“引进来、走出去”国家战略。

本次论坛由**中国世界贸易组织研究会副会长兼秘书长李铭林**主持。他表示，本届论坛是在国家进一步对外开放政策部署和大力发展服务贸易大好时机下，借着第二届中国国际进口博览会的东风举办的。服务贸易是中国与世界各国深化合作的重要领域，更是中国深度融入经济全球化进程、提升全球价值链地位的重要途径。本次论坛总体策划上既有理论政策的导引，又有务实落地的方法措施，以“理论交流+实践探讨”的形式，深入研讨了“共筑中国服务贸易发展协同平台”的主题。

上海市商业联合会副会长兼秘书长赵皎黎，上海市商业联合会党委书记、副会长倪正宇等领导及我会部分会长、理事单位代表也出席了本次论坛。

老字号亮相进博会 展示海派餐饮魅力

第二届中国国际进口博览会开馆期间，上海特色小吃馆向世界传达了上海本土餐饮品牌的文化魅力，更为广大参会者提供了一系列富有上海特色的美食。

◎**南翔馒头店** 参与进博会服务保障的南翔馒头店，距今已有 119 年历史。这家扬名沪上的百年老店总是日复一日的顾客盈门，门前排起的长龙早已成为豫园商城内一道经典的风景线。南翔小笼包子素来以皮薄、馅丰、汁多、味鲜、形美而闻名，其制作技艺更是列入上海市非物质文化遗产名录，豫园南翔馒头店也多次获得米其林



推荐。在去年首届进博会的现场，南翔小笼馒头就以其地道风味受到了食客们的一致好评，现制现蒸现售的特色及非遗技艺展示让人在品尝地道美食之余，不禁驻足观赏。在本届进博会期间，南翔馒头店二度登场，维持现制现蒸现售的特色不变，并根据去年的运营经验，调整优化了产品品类及规格，现场提供广受欢迎的传统鲜肉小笼馒头及蟹黄灌汤包。“我们的目标就是让进博会的来宾、工作人员能安心满意地用餐。”南翔馒头店第六代非遗传承人游玉敏如是说。

◎**春风松月楼** 百年老字号春风松月楼可以说是沪上历史最为悠久的净素菜馆。春风松月楼以坚守“常年净素，荤不入内”而著称，其独特的素食精致却又不失天然纯正，因而倍受沪上食客们的青睐。尤其是其荣膺上海名点中心、中华名小吃、中国名点“三桂冠”的净素菜包，内馅选用上海本地青菜、安徽香菇、本帮豆干和自制面筋，剁成馅混合后按比例滴入菜油和香油，使口感层次分明、香气四溢、回味甘甜，而且每只 100 克的包子里近一半都是馅，可谓是“一口见馅”。春风松月楼今年也是再度入驻进博会上海特色小吃馆，每天为参会者供应新鲜出炉的净素菜包，还特意搭配老城隍庙梨膏露的套餐可供选择。



◎**宁波汤团店** 地道的手工宁波汤团也是再度进入进博会上海特色小吃馆，依然深受各方来宾的欢迎，人气颇旺。技艺娴熟的师傅手工包制的汤团，都是以水磨糯米粉制成，里面包裹着两种口味的馅芯：甜的是经典的黑洋



酥、咸的是蟹粉鲜肉。黑洋酥作为宁波汤团的传统口味，向来深受上海本土市民的追捧，逢年过节去到城隍庙宁波汤团店里吃一碗宁波汤团是许多老上海人存续至今的习惯。宁波汤团店的黑洋酥馅芯是以特定比例调和磨成细粉的黑芝麻、糖后精制作而成的，还特别加入了现在市面上比较少见的猪板油，使其香气更浓郁，口感更滑爽，更有流沙的效果。

◎**老松盛** 始创于 1925 年的豫园餐饮老字号老松盛今年首次参与进博会的餐饮服务保障工作。老松盛是豫园小吃集合的发源地，其特色的开洋葱油拌面、全色鸡鸭血汤、蟹粉小笼、面筋百叶汤、缂纱小馄饨、赤豆糖粥、鲜肉锅贴、松盛汤包被合称为“上海小吃沪八样”。此次老松盛在现场供应颇具老上海特色的开洋葱油拌面和全色鸡鸭血汤，还有组合套餐可选。老松盛的开洋葱油拌面



使用了以小葱、京葱、洋葱等多种食材慢火熬制而成的葱油，香气格外浓郁。加入了新鲜小鸡卵的全色鸡鸭血汤则是以格外丰富的配料、鲜美浓郁的汤底，用上海话来说就是“好吃！”

◎**大壶春** 大壶春生煎包子保留老上海吃客喜欢的老式传统风味，面皮用行话讲“全发面”，馅料加少许皮冻，每只生煎包子都要打 18 道褶，面皮逐渐收拢、外形美观。煎制后，色泽金黄亮丽，清淡适口不油腻，加上香



醋风味更佳。今年入驻进博会的大壶春生煎包子依旧是现场制作，为了应对进博期间的供餐大客流，团队保障人员增至 12 人、高峰时再增加 1 人。每天售出 2000 套，一套 4 只生煎包子，总计 8000 只。在进博会上海小吃馆里，每套包含 4 只生煎包子和 1 碗汤，汤品有牛肉粉丝汤与千张包粉丝汤，而生煎包子则有鲜肉和鲜虾。还增设了一道上海菜饭，让海内外宾客品尝到更多的上海味道。

(上海市餐饮烹饪行业协会)

我会参与主办阿联酋—中国经贸文化促进中心（迪拜）发布会



12月2日，上海市商业联合会与阿联酋—中国经贸文化促进中心、中企万博集团合作，以“走进2020迪拜世博，中国品牌闪耀一带一路”为主题，在上海联合举办“阿联酋—中国经贸文化促进中心（迪拜）发布会暨2020迪拜世博会门票纪念套餐发行仪式”。活动得到中国国际贸易促进委员会、阿联酋驻沪总领馆和迪拜“拥抱中国”执委会的大力支持。上海市人民政府副秘书长尚玉英、上海市商务委员会副巡视员李泓、阿联酋驻沪总领事拉世德·卡姆兹、上海市商业联合会会长蔡鸿生、常务副会长吴星宝等出席发布会。



蔡鸿生会长在致辞中指出，今天的上海焕发蓬勃生机。作为中国对外开放的前沿阵地，上海是海外企业进入

中国市场发展的最好选择，也是国内企业“走出去”发展的良好平台和通道。差不多十年前，2010上海世博会在上海举办；如今的上海更是成功举办了以“进口”为主题的博览会——中国国际进口博览会，这一个黄金十年的跨越，我们可以看到中国企业的加速成长和壮大，更可以看到了中国市场的国际化发展。2018年7月18日，习近平主席对阿联酋进行了国事访问，迪拜“拥抱中国”计划正式启动，意味着中阿两国商业之间的互通合作将上升到一个新的高度，中阿两国在各领域将形成更加紧密的合作。上海市商业联合会长期着眼于服务上海商贸企业拓展跨区域经济交流互动，也致力于推动企业与境内外商务机构和商业实体建立业务合作伙伴关系。今天，将正式成立国

际商务合作平台，其功能在于促进商业信息交流、推进资源共享，助力服务中国企业品牌打造全球影响力，同时，为“一带一路”沿线国家的战略发展、长三角区域一体化进程、上海“五个中心”和“四大品牌”的长效发展力争有所贡献。国际商务合作平台将与阿联酋中国经贸文化促进中心联合协同，让中阿两国企业在“一带一路”倡议的引领下，呈现出商业互通的繁华景象。上海市商业联合会国际商务合作平台将充分发挥平台优势，为上海及上海企业与阿联酋及相关世界各国沟通合作，实现可持续发展作出贡献！

发布会上，尚玉英、李泓、蔡鸿生共同为“上海市商



业联合会国际商务合作平台”揭牌。吴星宝代表上海市商业联合会与中企万博集团、中航国画、临港集团、上海

文广实业、永达传媒、北京文投环球、书香门地、和家网、玉龙光碧、高街云仓、永一格集团等企业机构一起签署了阿联酋—中国经贸文化促进中心（迪拜）共建协议。



此外，由复旦大学国际关系与公共事务学院主导的2020青年全球治理创新设计大赛（迪拜）论坛、首席品牌官联盟与中国（苏州）国际品牌博览会组委会合作的2020首席品牌官全球峰会（迪拜）论坛以及ECI国际创新节执委会运作的2020年ECI国际数字商业创新节（迪拜）论坛等多项系列活动进行了集中的签约与发布。申通地铁与中企万博集团还共同举行了“2020迪拜世博会门票纪念套餐发行仪式”。

我会应邀组团参加浙江省丽水市商务活动

11月16日，蔡鸿生会长、赵皎黎副会长兼秘书长、蔬菜集团董事长吴梦秋、餐饮烹饪协会秘书长沈一峰、随易网络有限



公司副总经理高海峰、和记餐饮管理有限公司副总经理杨海等一行，应邀参加在浙江省丽水市举办的第二届世界华侨进口商品博览会。本届博览会展示展销总面积达9万平方米，共设1600个展位，重点聚焦葡萄酒、食品饮料、日用百货、纺织服装、母婴用品等70000个品种的进口商品。期间，我会一行还与丽水市商务局和贸促会就进一步增强区域合作进行了交流。

我会都市生活新服务专业委员会召开专题工作座谈会

11月28日，市商联会都市生活新服务专委会在强丰集团召开座谈会。会议由市商联会常务副会长、专委会主任吴星宝主持，会长蔡鸿生、副会长兼秘书长赵皎黎、党委书记倪正宇等出席。会上，都市生活新服务专委会各板块轮值主席依次畅谈工作进展，展望下一步工作安排。生活资源回收板块表示要抓好资源整合，把回收队伍做大，打通上下链条，与其他板块、行业进行对接；夜间消费板块强调，夜间消费是一大消费热点，要加强夜市消费如何发挥核心商业推动作用的调研，其中涉及到政府主管部门和行业板块，需有统一思想和步调；标准、智菜市场及新零售板块表示要从完善社区网点布局、垃圾源头减量、菜市场信息化改造建设、百县百品等方面着手工作；家政培训板块表示要配合市商联会做好家政培训，提高行业从业人员素质和技能质量，同时可联合专委会其他板块开展培训；社会团膳板块表示要开展与家政板块共享员工、老人膳食营养的规范化的配餐用材调查等；冷链配送板块表示正着手研究如何将冷链配送与百姓日常生活结合起来的课题；食品质量安全板块表示要探索区块链和大数据新技术的应用为板块会员服务，通过专家为企业提供追溯评估认证指导，用板块或专

委会的平台发挥影响力，打造品牌与标准体系；婚庆服务板块建议通过专委会平台，组织企业开展单身联谊会，解决单身青年的婚嫁问题；育婴育幼板块表示要规范从业人员工作制度建设，进一步提高客户的满意度；家电维修板块表示针对家电清洗保养业务发展的态势，制订团体标准，推进规范管理。专委会秘书处通报了下一阶段的重点工作，包括继续推进早餐及特色小吃发展，举办2020上海国际早餐及特色小吃展览会暨发展大会；开展“百县百品”全国名特优新农副产品评选项目，保障食品安全，填补市场空白，构建上海农副产品供销稳定的供应和价格体系；继续办好追溯系统展览会；着眼家政服务业与相关产业融合发展的趋势，举办2020上海国际家庭服务展览会暨上海家政服务发展大会；开发“智慧家庭与消费者新服务”课程，推进家政企业运营规模化、正规化、标准化、职业化发展；搭建国际商务合作平台，更好地服务会员的海内外商务合作需求等。吴星宝副会长在会议总结中指出，都市生活新服务专委会的工作，一要按照既定的“三年行动计划”有序推进，同时也要根据形势发展变化，适当调整与创新；二要坚持项目化推进，各板



块的具体工作要采取有时间节点、有责任人、有结果考核；三要实现各会员单位之间的资源共享、联动发展。他还表示，都市生活新服务专委会要适时组建党组织，做到党建工作全覆盖。（通讯员吴健/文）

我会参与主办的“2019爱姆意杯上海品牌微视频大赛”评比揭晓

在市经信委、市发改委、市商务委、黄浦区政府指导下，我会与市工业经济联合会、市现代服务业联合会、市企业联合会、市电子商务协会共同举办了2019爱姆意杯上海品牌微视频大赛。大赛活动邀请上海服务、上海制造、上海购物、上海文化等四大领域的企业参加。自5月份启动以来，共有257家单位参赛，其中我会组织了38家会员单位参加。活动经过作品投稿、培训交流、作品观摩、线上发布、专家研讨、网上投票、专家评审等，于12月12日大赛评比揭晓。我会参赛的中饮巴比食品股份



有限公司、上海铂利德钻石有限公司（钻石小鸟）荣获金奖，上海国际商品拍卖有限公司荣获银奖，静安区商业联合会荣获最佳组织奖，上海清美绿色食品（集团）有限公司、上海国际商品拍卖有限公司、上海大富贵酒楼有限公司荣获网络人气奖。

我会高技能人才培养基地推进专项职业能力课程项目 为满足本市商贸流通行业对高技能人才日益增长的需求，加快商贸服务、贸易类技能人才队伍建设，我会于 2014 年获批成为企业高技能人才培养评价实施单位，2016 年经市职业技能鉴定中心批准授权成立了职业技能鉴定所，2018 年经市人力资源和社会保障局批准，正式成为第八批上海高技能人才培养基地。我会作为枢纽型社会组织，明确了培训与专业协会有错位、有补充，推进各类专业管理岗位和技术岗位的“提升型”培训，现已开发《**商铺作业**》、《**食品安全管控**》、《**婚庆营销服务**》等专项职业能力课程，至 2018 年底先后组织了 73 场鉴定考核，合计鉴定人数 3164 人，其中考核鉴定合格 2891 人。



日前，市人力资源和社会保障局与市财政局共同下发的《关于完善地方教育附加专项资金用于高技能人才培养基地等单位开展职工职业技能培训工作的通知》（沪人社职[2019]459 号），进一步完善了本市高技能人才培养基地开展的职工职业技能培训工作。我会高技能人才培养基地将牵

头组织会员单位开展职工职业技能培训，做好对委托培训实施机构培训过程的督导，并组织开展鉴定考核工作。将继续推进《商铺作业》、《食品安全管控》、《婚庆营销服务》等专项职业能力课程项目，会员单位可根据自身需要向我会培训部申请参加专项技能培训，享受财政资金全额补贴免费培训（鉴定考核联系人：胡雅萍 62182265，培训联系人：吴敏桦 13917964085、杨志英 13916665553），我会职业技能鉴定所组织鉴定考核，颁发市人力资源与社会保障局专业技能培

训结业证书。培训总课时为 80 课时，其中课堂授课 24 课时，在岗实训 56 课时。

（通讯员胡雅萍 / 文）

我会走访上海乒乓农副产品股份有限公司

12月13日，蔡鸿生会长、吴星宝常务副会长、赵皎黎副会长兼秘书长等一行专程前往坐落浦东新区的上海乒乓农副产品股份有限公司实地走访。在乒乓农副产品公司董事长黄



建议陪同下参观了农副产品收货验收区、配货区、加工包装区、仓储区和农残快速检验

室等，又来到会议室观看了企业宣传片，听取了企业情况介绍，并进行了交流。蔡鸿生会长表示，乒乓农副产品公司坚持专业经营食堂农产品配送服务，实现了规模化采购、标准化配送、高效化服务，同时注重食品追溯体系建设，大力发展农副产品电子商务，相继承承担了雪龙号极地科考船补给配送、进博会食材原料供应等，年销售额超过3亿元，企业发展不断迈上新的台阶，“乒乓响”名副其实。

家政服务业提质扩容“领跑者”行动重点推进城市（区）经验交流活动在上海顺利举行

活动现场公布了 32 个家政服务业提质扩容“领跑者”行动重点推进城市（区）名单。上海悦管家网络科技有限公司董事长李尉就促进家政服务业提质扩容做了经验交流发言。参会人员还赴新户家（上海）网络科技有限公司徐汇区长桥街道生态家园邻里汇一站式综合服务、上海悦管家网络科技有限公司“京东”垂直供给模式进行了实地调研，新户家和悦管家交流了家政进社区、“互联网+”家政、提高培训质量等方面的经验和做法，为下一步开展“领跑者”行动、推动家政服务业提质扩容提供有益的借鉴。活动要求：“领跑者”重



点推进城市要在发展员工制家政企业、推动家政进社区、提升服务质量和创新服务品种、更大规模更高质量开展培训、行业自律和诚信建设、加快立法立规等方面当好“领跑者”，把“领跑者”行动的各项“硬任务”落到实处。

上海市饮品行业协会换届 10月29日，上海市饮品行业协会举行第四届会员大会，选举产生了新一届的理事及会长单位，上海延中饮料有限公司董事长章凌峰当选为第四届理事会会长，龚薇薇担任秘书长。目前，上海作为饮品



制造业的地位虽有所弱化，但作为营销和研发等地区总部的功能日益加强，可口可乐、百事可乐、统一、康师傅、联合利华、百威英博、旺旺等均把中国大陆总部放在上海，上海作为中国饮品行业风向标作用日益凸显。上海市饮品行业协会在本次换届之际还成立了现制饮品冷饮分会，旨在更好地推动工业饮品冷饮和现制饮品冷饮的融合促进。

（上海市饮品行业协会）

上海医药商业行业协会换届 11月15日，上海医药商业行业协会召开第六届第一次会员大会和第六届第一次理事会。会议听取和审议了第五届理事会工作报告、监事会工作报告、财务收支审计情况报告等。会议选举产生新

一届协会理事会机构，上药康德乐（上海）医药有限公司董事长李永忠接任第六届协会理事会会长，聘请蒋金琪任秘书长。李永忠会长表示，接棒第六届协会工作，将坚持“与政府同步，与企业同心”办会宗旨，坚持“服务为荣”的工作理念，紧紧依靠全体会员，携手开创上海医药商业行业新的



历史篇章。他提出三点工作思路和要求：第一，在国家治理体系现代化中找准协会定位；第二，依靠集体智慧共建行业家园；第三，以服务人民健康为产业使命与创新动力。

（上海医药商业行业协会）

推进“上海市水产行业诚信计量示范单位创建活动” 水产品消费旺季即将来临，如何让市民在选购水产时不担心短斤缺两？上海水产行业协会和市计量协会共同组织推进的“上海市水产行业诚信计量示范单位创建活动”于11月22日进行首批诚信计量示范单位总结表彰，向社会推出59家诚信计量示范企业，范围为宝山区江杨和江阳两



大水产品批发市场。创建活动以两大市场电子秤“六统一”管理为基础，创建标准涵盖计量器具管理、人员制度管理、称重行为规范等，同时结合水产行业特点如水产捆扎物去皮、称重前沥水等，通过创建活动，各商户诚信计量意识有了明显提升。

（上海水产行业协会）

辞旧迎新话党建



12月17日，市商联会党委召开2019年第四次支部书记工作例会和书记劳模交流会。党委委员及各直属、活动型支部书记，劳模代表参加。党委书记倪正宇主持会议。

会议通报了市商联会党委2019年工作总结和2020年工作安排。2019年，市商联党委把发挥社会组织党组织的政治核心作用、枢纽作用作为重要抓手，为促进市商联会各项重点任务的完成提供了必要的保障。**一是充分展示党组织的精神面貌，发挥党员的先锋模范作用。**党委将各支部参与“一名党员一面旗”主题教育活动的特色案例材料选编成册并下发，通过发现、挖掘、



总结支部党建工作的亮点和身边党员的先进事例来展示党组织精神面貌和党员先锋模范作用，起到了经验交流、复制借推广的作用；党委与静安区石门二路街道党工委举办了“不忘初心实现新作为，服务群众开创新局面”党员奉献日主题活动，通过坚持与属地社区街道开展党建联建活动，充分显示来自商业行业第一线党员的形象；党委召开庆“七一”党员大会，对5个优秀党支部、11名优秀党员、3名优秀党务工作者进行了表彰。**二是坚持开展形式多样的支部和党员学习教育活动。**开展“不忘初心、牢记使命”主题教育，打造学习型、服务型党组织；组织支部书记、劳动模

范代表举办“壮丽七十年，奋斗新时代”座谈会，交流劳模经验，学习劳模精神，进一步弘扬党员的先锋模范作用；组织支部书记参加“市场巨变·上海商业服务业七十年”——国庆70周年专题座谈会，共话上海商业70年来不凡的发展历程；开展党建片区活动，共享协会资源，通过微党课和座谈会、参观纪念馆和展览会、赴部分会员企业考察交流等形式多样的党建活动，开拓视野，增强党员意识；丰富党员学习途径，通过发放学习资料，利用商联会网站、刊物、党建公开栏、手机建群等丰富党员学习途径，提高学习效率。**三是促进党**

委系统党风廉政建设。

党委继续与各党支部签订“党风廉政建设责任书”，进一步促进党委系统党风廉政建设。2020年，要坚定不移贯彻新发展理念，全面贯彻党的十九届四中全会精神，在抓好日常党建工作的同时，**一要开展“不忘初心再奉献”主题教育活动；二要坚持制度管理。**健全组织生活，加强党员教育；**三要继续发挥党建片区轮值制的模式。**集中组织开展活动，保持党建片区的活力；**四要探索在分支机构中建立活动型党组织。**扩大党组织的覆盖面，发挥党组织的核心作用，促进凝心聚力抓好各项工作的落实。

会上，党委书记倪正宇以《治国新政，任重道远》为题作了微党课，从科学制度体系、国家治理体系和治理能力现代化的内容、现代化的“第五化”等三个方面解读了十九届四中全会精神。

与会劳模代表同书记们进行了交流。（通讯员 吴健/文）

党建活动爱泽行

12月10日，市商联会党建第二片区（日用品行业协会、连锁经营协会、果品行业协会、五金行业协会、劳防用品行业协会、纺织行业协会、百货行业协会、购物中心协会）和秘书处党支部联合开展活动，组织



党员前往坐落奉贤区的上海爱泽实业发展有限公司考察现代水果配送中心。党委书记倪正宇、副书记赵皎黎出席活动。

爱泽实业主营水果业务，主要为国外出口商和种植商、国内的进口商和供应商提供综合性销售代理业务。大家参观了爱泽实业占地10000多平方米的大型仓储冷库和综合分拣加工包装中心，并听取了爱泽实业总经理王海波关于企业发展历程的介绍。经过二十年的艰苦创业，企业已成为立足上海、服务全国、面向世界的高端进口水果和国产水果专业经销商与平台服务商，是华东地区乃至全国名列前茅的水果行业领军企业。现在北京、广州、武汉、嘉兴等地均设有分公司，并组建电商超市事业部进行线上线下业务拓展和服务支持。具有品种齐全、货源充足的供应链优势和便捷高效的销售渠道优势，年销售额达到20亿元。党委书记倪正宇表示，通过参观考察爱泽实业，了解一个现代水果配送企业的创业史，同时也是一次很有意义的党建活动。爱泽实业的企业文化是：“爱泽阳光，鲜果飘香”，讲求言而有信，说到做到，恪守诚信，满足市民美好生活的需求；企业就业人数不断上升，为社会做出了贡献；从传统的水果行业走向了智能化平台、流水线分拣、供应链管理，经济数据不断刷新，走在了水果行业的前列。特别是爱泽实业干部员工所体现出的拼搏精神、永不停步的精神值得学习。（通讯员 吴健/文）

打造一个全新的“城市会客厅”

上海新世界股份有限公司

为积极响应南京路打造世界级商圈的新需要，具有 105 年历史的新世界应势而谋、因势而动、顺势而为，积极探索上海传统商业改革创新升级之路。2019 年 3 月起，新世界启动大调整，改造调整面积近 10 万平米，涉及 11 个楼面，历经 9 个月的“闭关修炼”，于 12 月 20 日展露新颜、强势回归。这是新世界开业以来最大规模的商业调整和转型升级，以提升环境舒适度、品牌集聚度、功能体验度、服务温馨度、智能引领度、餐饮时尚度为着力点，全新的新世界城将变身为“一个最受广大消费者喜爱的城市中心生活茂”，为消费者打造一个全新的“城市会客厅”，这里有摩登时尚的商场、五星级酒店的环境、5A 级景区的体验、高品质的消费、贴心的“空乘式”服务、智能化的管理……

硬件升级，设计出众

新世界城紧扣“自然·生活”的设计主题，外立面采用了美国 ART-DECO 的建筑艺术装饰风格，幕墙玻璃用金色线条勾勒出“商业帝国大厦”的辉煌。每当夜幕降临，顶部五个流光溢彩的巨型球体，宛如夜空中闪耀的明星，寓意“五星耀东方”，远远望去，整个商场犹如一颗夜明珠。5 个主入口各具特色，南京路东门“金顶、金钟、金带、金表、金砖”加上顶部七个大小不规则排列的吊灯，尽显华丽典雅气质；南京路



正门，顶部彩云灯饰与人民公园的园林景色交相辉映；南京路西门以参天大树为背景，显得更加敞亮和自然；北门为凤阳路旋转门，进门的吊灯和智能光感水幕诠释了北临苏州河“水”的主题；东北旋转门顶部的四个艺术吊灯和东门如出一辙。南中庭顶部设计以太阳为中心与周围八颗行星，形成大自然的太阳系概念，与侧边的攀岩形成人与自然的和谐；北中庭的顶部以月亮为主题，众星拱月，与南中庭太阳形成日月同辉、天地共存的理念。

调整后的新世界呈现“一楼一主题、一楼一特色”的格局，1 楼和 2 楼为“名

品闪耀”和“珠光宝气”；3 楼和 4 楼为“海德花园”和“风尚潮玩”；5 楼、6 楼、7 楼、8 楼、9 楼则分别为“绅士 CLUB”、“运动天地”、“七彩之家”、“奇幻乐园”、“饕餮之魅”；B1 楼为“百年公交”。

品牌升级，再塑标杆

新世界城依循“全球买全球卖”的国际化商品体验，商品定位坚持大众高端、坚持品牌品质与品位、经典与时尚的结合，突出“她经济”和“家消费”两大重点。为更好地吸引女性顾客，新世界增加了女性购物楼层、女性消费品类，扩大一楼化妆品的区域面积和品牌数量，化妆品品牌增加到 40 个。女性生活馆由美容美体馆、美发馆、化妆护理房组成，为都市女性提供一站式“美颜”服务。

在 10 万平方米的新商场中，大力引进“新品店、首入店、旗舰店、集合店、体验店”，国际品牌占比达 52%，其中新品店近 400 家，占总数的 78%，首入店 54 家、旗舰店 51 家、品牌集合店 16 家、体验店 10 家。一楼商场引入 Gucci（古驰）高级珠宝店，这是继巴黎之后的全球第二、亚洲首家古驰珠宝专卖店，古驰最新款的珠宝首饰将同步出现；引进法国高级护肤品牌 Bonpoint（博普缇）全国百货首店；引进具有 120 年历史的法国最大的巧克力和咖啡家族企业 VOISIN（凡顺）咖啡 & 巧克力。二楼商场引进德国品牌 LAUREL（劳瑞）、韩国顶级品牌 Kangjinyoung（康金勇）、特设女装集合店 EEKAMCLUB（魅所）。三楼商场引进设计师女装 EXCEPTION（例外）、HLPY（荷比利）、LANAFAY（啦娜

菲)。四楼商场倾力打造时尚潮流品牌汇聚地,有美国品牌“CKjeans”、荷兰品牌“G-STAR”;香港i.t旗下izzue army(伊佐)、潮牌“MLB”、“D&X”等。五楼商场包括美国品牌TommyHilfiger(汤米·希尔费格)、Lacoste(法国鳄鱼)、Biemlfdlkk(比音勒芬)。六楼商场拥有著名运动品牌NIKE(耐克)、adidas(阿迪达斯)和“阿迪达斯三叶草”百货大店、意大利FILA(斐乐)综合店等。七楼商场凸显“家消费”主题,引入澳大利亚高端床品品牌SHERIDAN(喜来登)、美国“蓝岭”梦想睡眠体验馆、知名花艺品牌“花加”线下首家体验店。八楼商场众多全新业态首店的出现,将吸引更多的家庭亲子消费,英国儿童科普娱乐项目“皮特曼”让喜爱发现的孩子们,在寻找小矿石、了解矿石知识的过程中去探索奥妙的世界;“90度魔术馆”,让广大儿童零距离接触魔术;“爱阅家”让孩子养成阅读习惯,形成自主学习能力。

体验升级,业态联动

消费升级时代,不仅仅要满足消费者的“买买买”需求,更要满足消费者对各种新消费、新体验的“需求满足”。为此,新世界把体验消费作为主打牌,引入了差异化、多样化、生活化、场景化、主题化的“七大十小”体验项目。改造后,业态定位为购物占51%,体验占28%,餐饮占21%。七大亮点涵盖:世界上最高的室内攀岩项目、世界首家“火影忍者世界”主题乐园、世界旗舰店杜莎夫人蜡像馆、超广角立体观光休闲楼,由冰场、冰壶、冰吧、冰屋组成的新世界冰雪世界、中国百



货首家海洋水族馆等体验项目都将入驻新世界。互动体验十小景点则包括影城再升级、儿童赛车道、汤姆熊竞技场、篮球乒乓球体验区、女性生活馆、共享钢琴吧、中央火车站“四面钟”打卡地、5G体验楼、上海经典与现代建筑博览墙、百年公交体验。

通过引进“首屈一指”的体验型、服务型、观赏型、打卡型的项目,给消费者带来不一样的体验,打造出融休闲、娱乐、亲民、亲子、社交等复合功能于一体的商业新业态、新模式。

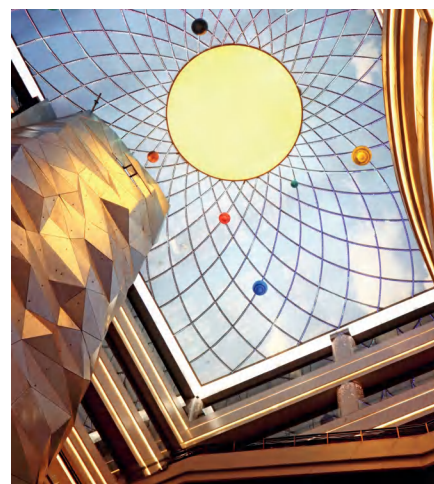
餐饮升级,经典时尚

海纳百川的各种经典餐饮、跨界餐饮、异域美食,将成为新世界城的引流利器。百年历史的驰名粤菜“陶陶居”南京路首入店、知名京菜品牌“大董”的时尚店“小大董”、“桂满陇”旗下中式居酒屋“虫二酒肆”等纷纷落户。在全新改造中,各种新业态的餐饮品牌令人耳目一新,新世界城扩大了餐饮业态的占比,共引进51家餐饮品牌。

新世界的美食诱惑各有特色,“三风三小”让你品尽各种饕餮美食。B1层地室为“风味小吃”,网罗当下各种网红小吃、风味小点;9楼为“风尚小酌”,集结各种时尚人气、风味餐厅。四至八楼餐饮是“风情小资”,新布局的超广角立体观光休闲楼为精选景观餐厅,打造颇具小资风情的品位餐厅,让消费者在品尝美食之余,能一览步行街和人民公园全貌;为了增加消费者的休闲体验,1至4楼每层都设有咖啡或者网红茶饮。

服务升级,科技赋能

作为一家百年老字号商业企业,新世界始终不渝地坚持为消费者提



供“以人为本、管理至上”的服务体验。新商场中,将塑造“六式”服务亮点,包括总台“空乘式”服务;收银员“立式”服务;女鞋“蹲式”服务;售后“一站式”服务;会员“尊享式”服务;一线“管家式”服务,让消费者宾至如归、如沐春风。

为给消费者提供个性化、人性化、智能化、精准化的服务,新世界构建了包含商场客流、交易流、商品流、物流、运营流等信息在内的数据库,形成全新的商业生态体系。品牌自主收银全覆盖、云服务台智能新上线、打造一楼商场5G网络体验楼,电子开票等手段……以科技和信息化手段为“引领”,通过互联网、大数据、物联网、人工智能等技术应用加快转型升级,打造独具特色的智慧商城,引领新的消费体验和消费模式,满足顾客对于美好生活的追求。

时代在变、市场在变,但新世界深耕零售商业的初心从未改变,为消费者提供新生活、新体验的经营理念一直未变,砥砺前行的脚步更是未曾改变。新世界定会不负所托、不负众望,继续铸造闪闪发光的“十里南京路,一个新世界”金字招牌,打造熠熠生辉的“上海购物”新名片,致力于成为上海传统商业转型升级的“新世界”、“最上海”商旅文体验消费的新高地、南京路上的新地标!

深耕国内 全球布局 跨国经营

锦江国际（集团）有限公司

锦江国际（集团）有限公司是上海市国资委全资控股的中国规模最大的综合性酒店旅游企业集团，拥有酒店、旅游、客运三大核心主业和实业、金融等相关产业及基础产业；控股（或间接控股）四家上市公司。“锦江”是具有80多年历史的中国民族品牌，是中国驰名商标、上海市著名商标，并获中国商标金奖。截至2019年10月，集团投资和管理酒店由2003年的105家发展到10000家、客房



数100万间，分布中国31个省（直辖市、自治区）和世界120多个国家，会员超过1.5亿个，跻身全球酒店集团300强第2位，列亚洲第一。集团拥有和运营“J”“岩花园”“锦江”“昆仑”“丽笙 Radisson”“郁锦香 Golden Tulip”“锦江都城”“康铂 Campanile”“丽枫”“维也纳”“白玉兰”等48个高、中端及创新品牌；“锦江旅游”是中国旅行社行业的龙头企业之一；“锦江汽车”超过10000辆中高档客车，综合接待能力位居国内领先。目前，集团三大核心主业营收占比超过90%，基本形成了以酒店为核心的旅行服务产业链。

◎圆满完成重大接待任务，展示国家和上海形象 集团坚持把完成好中央和上海市委、市政府交办的重大接待作为重要政治任务，传承创新，精益求精，先后接待了500多位世界各国政要，完成APEC、上海世博会、亚信峰会、首届进口博览会等重大接待任务。今年第二届进口博览会期间，集团又出色完成保障任务。11月4日晚的欢迎宴会，体现了具有世界水平、中国气派、上海风格和锦江特色的服务，受到党和国家领导人的高度肯定；集团57家酒店共接待国内外宾客13527人次、提供33457间夜客房服务；锦江汽车承接一、二、三级团27批，共投入用车1300辆；锦江旅游接待了106家中外媒体机构的2347名媒体人员和保障了虹桥论坛分论坛400名中外嘉宾的接送机服务，以优质、安全、高效的接待工作，赢得了参会各国贵宾和进口博览会组委会的高度赞誉。

◎研究全球酒店产业发展规律，做强现代服务业民族品牌 集团在输出品牌和管理的同时，抓住国际、国内市场难得窗口期，2014-2018年先后收购法国卢浮酒店

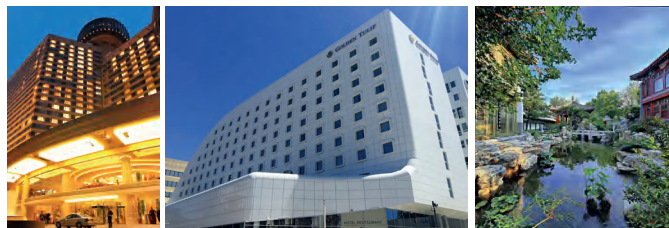


集团、铂涛集团、维也纳酒店集团、丽笙酒店集团，战略投资法国雅高酒店集团，国际化发展取得重大突破，锦江酒店在全球酒店集团300强中排名从2003年的第47位上升至第2位，实现了从区域性国内公司向跨国公司的重大转型。按照“基因不变、后台整合、优势互补、共同发展”方

针，设立全球酒店管理委员会，实体化运作，加快全球酒店产业整合，引入“实体经济+互联网+平台”理念，着力打造“一中心三平台”，即：锦江酒店全球创新中心和WeHotel全球酒店互联网共享平台、全球统一采购共享平台、全球酒店财务共享平台，推进创新转型，建设全球酒店管理公司。锦江优化配置全球资源，实施全球品牌战略，对标国际最高标准，打造J、岩花园等自主高端品牌，海外布局锦江丽笙复合品牌；适应消费升级，快速拓展中端和创新品牌。对接“一带一路”倡议，沿线布局700家酒店，更好服务中国游客出境旅游，促进国际贸易发展。

◎推动有质量有效益持续增长，实现国资保值增值 集团坚持稳中求进，平衡好短期、中期、长期利益，处理好资产、资金、利润关系，经济保持稳健增长。集团坚持统筹资产、资本、资金、资源运作，不断提高国资配置和运行效率。引入战略投资者，探索混合所有制经济，激发企业活力。盘活存量资源，优化配置金融资产，加强资金管控，支持主业全球发展。坚持国资监管和国际惯例相结合，完善风险防控体系建设，提升跨国经营水平。

◎围绕国际化、市场化、专业化，培养世界一流酒店集团高端人才 集团坚持“党管干部、党管人才”原则，统筹谋划全球人才战略，明确“用好一批，培养一批，招聘一批”的总体思路，制定全球人才工作方案。先后实施“百



人赴美培训计划”、“百人实务培训计划”、“新一轮全球人才交流培训计划”，为世界一流酒店集团提供人才支撑。同时探索实施职业经理人选聘制度，建立健全以市场为导向、符合行业特点和国际惯例的分层分类激励约束机制，加快把“锦江”民族品牌建成世界知名品牌。

创新领先 担当前行

上海医药商业行业协会

上海医药商业行业协会秉承“与政府同步，与企业同心”的办会宗旨，坚持全心全意为会员服务的工作方针，注重在传承中创新，在巩固中开拓，形成了一套较为完整的工作思路和服务特色，有效推动了上海医药商业行业的整体发展。为实现健康中国战略目标，协会将奋力打造有社会影响力的创新领先、担当前行的美丽、品牌行业协会。

◎当好参谋助手，与政府关系进一步加强

协会发挥好政府和企业的桥梁纽带作用，立足行业代言发声取得实质性成果。通过积极参与政府大调研，每年承担的多项调研课题为政府新政落地当参谋；倾听企业呼声，围绕行业热点企业难点，多次向市食药监管局、医保办递交建议报告都得到批复，切实帮助企业解决实际问题。

◎注重前瞻思维，行业影响力进一步提升

在2018年第79届全国药品交易会上，协会首次主办的行业高峰论坛“申城论道”及“零售药店创新论坛”受到业界瞩目，标志着协会举办行业性大型会议的能力水准得到进一步的提高。

协会倡导并组织本市全行业大型社会公益宣传活动，每年带领会员企业办好“3.15消费者权益保护日”、质量月暨清理家庭小药箱、购物节、膏方节等活动，面向市民开展宣传和服务。协会创建的“健康商品，健康消费——百家药店进社区”惠民活动，连续十届被列为上海购物节的经典品牌之一。

◎坚持问题导向，服务能力进一步提高

协会新增组建了物流、药品零售、教育、外资企业等专业委员会，目前协会以六大专业委员会的工作机制，为会员提供专业化精准对接服务。

协会针对企业个性化需求，聚焦市场热点，举办了各种与行业相关



的政企沟通、工商融合的医药政策解读和产品研讨论坛；首次尝试国际共商合作、积极探索与外资企业多渠道的合作新模式；尝试将触角融入医院政务管理，开启“患者管理、用药安全”合作模式，形成了更加活跃、更加开放的工作局面。

◎满足企业需求，平台功能进一步扩大

协会借助药师管理、物价数据库、统计信息、培训基地、媒体建设等五大平台，实施着行业管理功能、数据集成功能、调研维权功能、人才培养功能、主流媒体功能等。



协会利用专业化资源集约优势，在价格数据库管理、信息统计等服务中，越来越受到政府和企业的依赖与器用。协会的药师管理工作成为协会的又一名牌项目。诚之培训中心充分发挥行业教育培训主渠道、主阵地作用，多管齐下探索行业应用型人才培养之路，“华氏杯”“好药师杯”“国大杯”等行业性技能大赛为行业高技能人才培养开辟“快速通道”；培训科目连年攀升，培训人数不断扩大，培训成效硕果累累，继被命名为“上海市企业内高技能人才培养评价实施单位”之后，又被评定为“上海市职业培训机构办学质量和诚信等级A级单位”。协会加强自办媒体建设，利用行业主流媒体的“权威发布”，发挥正确舆论导向，协会的行业关注度日益上升。

◎对标最高标准，内部管理进一步优化

协会通过了上海市民政局（上海社会管理局）复评检查，以高分再次获得5A级协会的最高等级称号。协会瞄准最高标准，完善各项内部管理，健全各项规章制度，营造文化兴会零号氛围将协会工作全面推向新台阶，新高度。

协会以“增强服务意识，创新服务方式，提升服务质量”为准则，制定推出了12大类30项内容的《会员服务工作承诺》手册，加大为企业服务的深度和广度。

协会相继获得首批“上海市行业协会消费维权联络点”、“上海市先进行业协会”、“上海市商业服务行业先进集体”、“上海市创建商务诚信优秀组织单位”、“上海市商业联合会先进党组织”等荣誉称号。



家政服务业迈入新时代

上海悦管家网络科技有限公司董事长 李尉

我国家政服务业历经三十多年的发展，从无到有，从小到大，成为新兴的朝阳产业。这其中既有居民收入水平不断提高的因素，也包括市场需求带来的发展空间，诸如城市人口数量和比重大幅增加、人口老龄化、家庭小型化、全面实施二胎的生育政策等，从而创造了大量的家政服务潜在需求，加上政府各项扶持政策出台等等，这些好的机遇共同助力家政服务业迈入新时代。

上海家政服务业逐步得到发展壮大，基于上海家政服务业市场需求巨大：据统计目前约有300万个家庭的需求、500万个老人需要照护。因此，上海的家政从业人员十分庞大。据初步测算，上海市已拥有50余万家政从业人员，绝大多数属于非城市驻地人员，其中家政从业机构内人员约30万人，占60%左右，同时机构内从业人员相对专职和专业，95%以上为灵活就业的用工方式。上海家政服务业为促进生活服务业产业发展，扩大消费的内需、改善民生、促进就业，尤其是促进东西部贫困地区群体就业，发挥了重要作用。

上海悦管家网络科技有限公司通过数据驱动的管家式生活服务平台为家政服务解决了三大问题：**一是解决了安全问题**。深入家庭的家政服务，服务的安全性是个不能忽视的严肃问题，一切服务是要



建立在安全的基础上，这也是一个双向的问题。我们采取的对策是：落实员工制和持证上门证服务，推行悦管家服务者的职业化、正规化；落实家政服务过程可追溯，做到每笔订单每次服务全程都可追溯；落实家政信用平台建设，建设完善信用约束技术，加大失信惩戒力度；落实与保险公司合作“互联网+保单”，订单建立的同时和服务全规程中，形成服务者、用户、企业多维度的商业保险机制。

二是解决了服务者素质和服务品质问题。除了专项技能培训外，服务者的思想教育和道德教育也至关重要。职业没有贫贱之分，只是社会分工不同，为服务者树立正确的职业理念，正确的思想政治工作和道德教育，让服务者了解相关法律责任、道德底线、隐私保护等等。我们具体的做法是：打通职业教育通道，职业教育培训覆盖每一位服务者，线上线下相结合的培训模式，提高服务质量；带教制度和工匠精神的传承，提倡经验丰富的服务者一对一带教年轻服务者，让服务产业的“工匠精神”传递延续；打造蓝领职业发展渠道，制订悦姐星级制度，增加技能评定，提高收入占比，高星级悦姐可开课培训、甚至担任云店长

等等。**三是解决了服务效率问题**。力求服务模式创新，让服务向精细化和高品质提升。我们通过采用柔性灵活用工模式，灵活用工的模式提升了人效40%；采用细化管理的颗粒度，服务产品搭配组合之后，人效高于行业40%；采用智能化地图排单等，服务组合解决了服务峰值的问题等。

家政企业在发展的过程中，得到了政府部门的积极支持，比如由商务委牵头推动的“家政上门服务证”，就是为了满足市民寻找诚信、安全的家政员的愿望，能够快速有效地识别从业人员的身份信息、从业信息，具有可查询、可追溯功能的一种标识。因此，悦管家承诺全员持证上岗，是践行企业为推动家政行业的规范发展的体现，这也是家政立法中所需要解决的实际问题之一。当然还有很多社会上所关注的热点，包括家政立法、家政安全、规范化管理等方面的问题，这些都是需要去逐步加以落实和解决的。

市委、市政府强调推进“四大品牌”建设。家政服务业作为“上海服务”品牌行动内容之一，我们对未来充满信心，既要做好上海本地服务，也要让上海服务能够推向全国。如今悦管家已被国家发展改革委列为家政服务业“领跑者”标杆企业，我们将继续致力于打造精细化、品质化和人性化的特色服务，带动生活服务业产业的升级，促使上海家政服务业实现从业人员组织化、服务机构规范化、政府服务信息化、行业发展产业化的质的飞跃。



专注于食品安全领域的精耕细作

上海中信信息发展股份有限公司董事长 张曙华



◎信息发展是如何抓住老百姓最关心的民生话题之一，在食品安全领域精耕细作的？



中国人有句古话，叫作“民以食为天”。我们也将食品安全领域作为公司信息发展的未来。并且，我们在组建食品安全业务条线的时候，就写下了我们的使命——“让人人能吃上安全、放心的食品。”

自 2010 年食品安全问题爆发以来，我们信息发展接连投入到了相关标准制定以及肉菜流通追溯体系项目的建设中去。到 2016 年，在全国 58 个试点城市中，我们信息发展就完成了 24 个城市的建设。现在我们已经完成了 26 个城市，市场覆盖率达 46%，食品安全追溯的覆盖人口已经达到 3 亿以上。

当然，要做到“让人人吃上安全、放心的食品”，我们还需要更加努力。因此，我们在 2018 年与霍尼韦尔开展了区块链技术在农产品质量安全追溯中的应用和便携式农残快检设备的

研制进行技术合作，就中国及印度食品安全领域的全面合作签订了合作谅解备忘录。其目的就是与行业领军者进行全面、深入、高效的融合，共同研发具有里程碑意义的便携式农残快检设备，一起为“舌尖上的安全”保驾护航。

◎这些年来信息发展通过何种技术手段实现食品安全可追溯、是怎么解决问题的？



追溯技术经过近十年的发展，我们可以简单总结为以下两个技术时代：

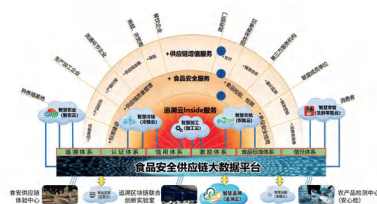
1，追溯 1.0 时代。也就是 2010 年到 2015 年间，商务部在全国组织实施了 58 个肉类蔬菜流通追溯试点城市，但实现可追溯的品种比较单一，仅限于猪肉与蔬菜。同时受限于当时的技术条件，主要采用了 CPU 卡 + 传统电子秤的技术手段，最后给消费者能展示的追溯载体是一张由电子秤打印出来、能显示 20 位追溯码的收银小票。

2，在追溯 2.0 时代。也就是 2016 年至今，全国推行重要产品追溯以来，追溯覆盖的品种也越来越多了，我们光是在上海实施的可追溯食品品类就包含牛羊肉、禽类、酒类、粮食、水产品、豆制品等等，使用的技术手段也越来越丰富，云计算、大数据、物联网、SaaS（软件即服务）、区块链技术在追溯领域都有成功应用。

现在大家看到的追溯载体，更多地是以二维码呈现，用手机扫一扫，产品的全过程追溯信息即可方便、快

捷地展示给大家。

◎服务民生的过程中壮大了企业实力，事实证明企业做的也得到社会和百姓的认同。未来也是企业努力的方向。那么信息发展打算再为食品安全做些什么？



食品安全治理是一个庞大、复杂的系统工程，过去十年，我们信息发展从技术的角度出发，做自己的大数据平台，同时推出了贯穿农产品流通四大环节的 5 朵业务云，包括了生产源头的智农云、运输环节的冷链云、加工环节的加工云、流通环节的批发云和零售云。这五朵云不仅仅是对数据进行汇总，而且其中还加载了业务。比如说源头的智农云，我们和很多中大型农场合作，对接了智能灌溉系统，用物联网来释放劳动力，大大节省了人力成本，同时产生的数据会对接到农业监管平台，实现对农业生产源头的监管。从源头到餐桌，海量数据下沉到大数据平台，一方面可以形成追溯信息，另一方面为政府及提供决策的依据。

当然，这还远远不够，在食品安全治理领域，我们还将精力集中在食用农产品源头监管、食品供应链管理、食品行业标准制定、企业评估认证服务、食品安全质量检测五大行业为食品安全治理出谋划策，这将是一个新起点，一段新征程。为此，我们信息发展人也将通过不懈努力，为我们的食品安全领域出一份绵薄之力。

上海闽龙实业有限公司成立于1995年1月,是农业产业化上海市重点龙头企业、上海市专精特新企业、上海市首批援疆企业。闽龙公司厂区占地面积38000余平方米,员工近600人,拥有各类先进、高端自动化设施、设备处行业领先水平。主要产品涉及南北干货、花茶花果茶、FD冻干休闲果干、坚果、炒货、精选杂粮以及巴旦木油、核桃油精深加工等。通过二十多年的脚



初心的鉴定信念。闽龙公司发展至今已有二十余载,一直以追求食物本真为



第一产业根植于农村,通过开发第二产业的生产加工,把一产的农民转化为二产的工人,又利用第三产业,把新疆的玫瑰沙漠引进到上海,从而打造一二三产的融合发展。

未来,闽龙公司将继续坚持从乡村振兴的战略角度出发,梳理乡村农产品品牌意识、创新意识、产业意识、激发农村创新创业活力,不断发挥上海重点农业龙头企业的示范引领作用。继续坚持纵深发展、多业并举、相互促进的发展之路;大胆创新,与时俱进,不断加强企业文化建设;贯彻“诚信为本,诚信经营”的企业价值观,积极构建和谐企业,推动企业健康发展;积极履行企业社会责任,服务于奉献于社会,为推动企业可持续稳定健康发展做出贡献。

贯通全产业链运营

踏实地、拼搏奋进、开拓创新、精心耕耘,闽龙人先后创立以闽龙达为首的七大品牌体系,贯通全产业链运营模式,同时打造一、二、三产业的融合发展。

2010年,闽龙公司响应中央对口支援新疆工作会议的号召,积极参与上海对口支援新疆工作,组建了“新疆闽龙达干果产业有限公司”,注册资金3000万元,成为首批落户喀什的上海市重点援疆企业。目前,新疆闽龙达已形成国家级红枣种植示范基地,建立了现代化的工厂厂房、先进的设备流水线,打造了具有当地特色的干果类、坚果类和花茶类、FD冻干休闲类等四条产品线。2018年,闽龙达援疆又下一城,在喀什莎车县投资创立了“新疆小蜂农业创新发展有限公司”,主要开展巴旦木深加工产业项目。

闽龙公司始终坚持三大核心竞争力,即品牌核心价值、产业链核心价值和市场渠道核心价值,通过品质和服务叠加积极构建品牌核心价值,提升企业的品牌竞争优势。品牌的本质是诚信,基于品牌的诚信打造品牌信任度,有了可信赖的品牌,选择才会变得简单。

追求食物本真的品质,是闽龙不忘

宗旨,从产品源头开始抓起,掌握产业链中的每一个核心环节,逐渐发展成为集农产品的种植、基地收购、加工生产、仓储物流、渠道销售及售后服务为一体的全产业链经营体。闽龙拥有国家级标准化示范区的红枣精品种植基地,采用纯物理加工,在天然无污染的沙性土壤种植红枣,结合富含矿物的雪水,强烈的日照以及巨大的昼夜温差,全生长过程施用有机林果肥,保证红枣颗颗甘甜回味醇香。

对市场精准把握是带领企业飞速发展的决定性因素。闽龙公司充分引用线上、线下以及空中媒介的资源,全面发挥渠道优势以全天候、全领域、全覆盖的“三全”理念为服务导向,发挥企业自身优势,提升企业的核心竞争力。

闽龙公司坚持承担社会责任,积极参与美丽乡村建设。2018年,从新疆引入南疆玫瑰种苗试种,公司党支部带头下地,组织员工一起在川沙的连民村种植可食用、可观赏的南疆玫瑰,一起见证了随一带一路而来的沙漠玫瑰在浦东这片沃土上生根、发芽、绽放,融入美丽乡村。2019年,又着力扩大种植面积。正是通过整合区域特色资源,将



上海闽龙实业有限公司积极响应产业援疆的号召,通过将本地化与产业扶贫结合起来,全力投身援疆事业。

◎**不忘初心,产业扶贫,实干援疆** 新疆闽龙达公司组建后,通过连续9年的不懈努力,已经成长为新疆维吾尔自治区农业龙头企业。目前共拥有1200亩国家级有机红枣种植基地和340亩的生产加工产业园,分别在喀什的莎车和泽普建设了2家工厂,打造了干果类、炒货类、花茶类及FD冻干类产线、巴旦木油、核桃油深加工等5条生产线,吸纳劳动力稳定就业300多人,农忙时节季节性用工1000余人次。公司大量收购当地农户种植的红枣、核桃、苹果等,每年带动种植农户2500余户,缓解农民就业和农产品销售压力。公司还通过优先录用建档立卡贫困户就业,优先收购建档立卡贫困户的红枣、苹果等,带动当地就业,成为泽普助力脱贫、增进民族团结的模范企业。

新疆闽龙达经过多年的实践总结,形成了自己的人才培养方法:一是“讲诚信”的工作承诺。一周五个工作日、每天八小时工作制,按时上下班、按时休息,设有免费的职工食堂,忙季加班有加班费,不拖欠工资。二是“双学双比”的竞争制度。学文化、学技术,比成绩、比贡献,让缺少就业经验的工人在工作中逐步提升岗位能力、技术能力、学习意识、贡献意识,成长为技术和管理人才。三是“讲团结”的精神生活。定期开展“说说心里话”,每年

开展表彰奖励优秀员工的活动,营造亲如一家的企业氛围。四是“接地气”的技术培训。长期聘请专家指导果树管理,培养了一批懂技术会管理的农民技工,使他们不出家门就能学到技术,甚至还吸引了周边地区的农民前来培训学习。从而引导当地农民成为

持续发展,产品深受市场欢迎。

◎**消费扶贫,使新疆农产品走上全国百姓餐桌** “扶贫”的根本是通过产业扶持产生效益,这就要解决销售问题。产销一体化,销售问题解决了,生产就能兴旺,产业才能兴旺,援疆工作才能持续。公司在上海和全国的大型

连锁卖场、超市以及高端购物商场都铺设渠道为固定销售展示窗口,实现“西厂东店”。同时,以“双线九进”为模式,“双线”即组织农产品大联展和线上销售、线下推广+宣传+销售,借力“互联网+”入驻天猫、京东等知名电商,对接最全面的市场需求;“九进”即进商圈、进社区、进菜场、进地铁、进学校、进银行、进机关、进宾馆、进企业,拓宽地方特色商品销售渠道。公司响应中央消费扶贫决策,在上海市合作交流办和上海市援疆指挥部的推荐下,推出“援疆

扶贫大礼包”,以优惠的价格把贫困户优质的农副产品奉献给上海市民,市场反应良好。在政府的支持下,又在浦东的新厂房设立了上海市对口帮扶地区农特产品展示展销中心,进一步推进新疆农产品与上海市场的产销对接。

新的历史时期,闽龙公司将坚定听党话、跟党走,一以贯之地苦干实干,发展自己、回馈社会,为“脱贫攻坚,精准扶贫”发挥更大作用,用实际行动把一粒粒忠诚奉献、团结交融的种子播撒在新疆大地上,为边疆发展、民族团结、社会和谐稳定奉献力量。

全力投身援疆事业



产业工人,有技能懂管理有稳定收入,一人就业全家脱贫。

◎**科技扶贫,引进冻干技术提升造血功能** 为深化援疆,公司从初期的农产品精加工到去年实现深加工突破,引进国际先进技术,迈步科技援疆——提升造血功能。2018年,公司引进了国际上技术较先进的食品加工FD冻干技术和设备,投建了FD冻干技术生产线。生产线对标国际食品水平,提高初级农产品附加值,也延伸了产业链,扩大就业。闽龙达的FD冻干技术生产线是目前新疆FD冻干技术产销一体化较有规模的,随着产业能级提升,使企业得到

2019年10月17日,正值第六个“国家扶贫日”。全国工商联、国务院扶贫办在京举办习近平总书记给“万企帮万村”精准扶贫行动受表彰民营企业企业家重要回信一周年座谈会。会

业能够得到国家级的认可,非常感动。这个奖不仅是对闽龙公司的肯定,更是对闽龙公司在经营中主动选择回报社会的肯定。

闽龙公司是在2010年首批落户

动一个产业,更好地造福于南疆当地群众。

闽龙公司九年的援疆之路顺应了时代的发展需求,从产业援疆,到科技援疆,直至发展到如今的消费扶贫,摸索出自成一体的产业带动发展的规律和模式。在实施产业援疆的过程中,闽龙公司紧紧围绕当地的农产品特性,细分和延伸产业链,从托底收购到从事深加工与精加工,投资建设标准化、现代化工厂,引入专业的先进设备,积极提升当地产业“造血”功能,走可持续长效机制,精准落实扶贫政策,切实帮助当地农户增加实际收入,实现脱贫摘帽。闽龙公司积极响应国家号召,主动承担社会责任,综合考虑资源优势、产业基础、市场需求、技术职称等因素,立足受援地区贫困农户的实际需要,实施吸纳当地劳动力就业扶贫,使越来越多的贫困群众走出家门,走进工厂,用自己的双手创造幸福,脱贫致富。依托龙头企业不断开拓新的援疆模式,会上,郑金龙董事长更表示,闽龙公司的发展壮大,始终离不开过国家的好政策。作为一名80后的创二代,同时也是一名共产党员,应该率领企业听党话、跟党走,将自己的初心和产业扶贫结合起来,在实现中华民族伟大复兴的征程中,坚定理想信念和信念,苦干实干,发展企业,回馈社会,为“脱贫攻坚,精准扶贫”发挥更大的作用。

专注精准扶贫行动



上,上海闽龙实业有限公司被全国工商联、国务院扶贫办授予“2019年全国万企帮万村精准扶贫行动先进民营企业”荣誉称号。会前,中共中央政治局委员、国务院副总理胡春华接见了与会代表。

上海闽龙实业有限公司董事长郑金龙在座谈会上分享了精准扶贫工作的经验和体会。他说,习近平总书记给“万企帮万村”行动中受表彰的民营企业企业家回信不仅给了民营企业企业家百倍的信心,也为很多有情怀、有担当的年轻人干事业鼓足了劲。作为一家民营企

新疆喀什地区的上海市重点援疆企业之一。公司深耕南疆九年来,在喀什地区先后投资累计1.2亿元,在泽普县和莎车县分别设立了两家工厂,已经打造了5条生产线,其中包括干果类、炒货类、花茶类、FD冻干类以及巴旦木油、核桃油精深加工等。优先录用当地建档立卡贫困户就业,吸纳当地劳动力稳定就业达300多人,农忙时节再增加季节性用工1000余人次。公司目前形成了“企业+基地+农户”的农业发展模式,通过产业援疆带动当地群众就业,实现开办一个企业就能带



消除贫困、改善民生、实现共同富裕，是社会主义本质要求。当前，脱贫攻坚已经进入决战决胜的关键阶段，要充分发挥上海优势，结合对口地区实际，在消费扶贫、就业扶贫、文旅扶贫、教育扶贫等方面不断创新探索，确保帮到点子上、扶到关键处。

在国家扶贫的号召下，在上海市国内合作交流服务中心、上海市对口支援

坚持深入新疆莎车县、泽普县开展精准扶贫，并在云南大理州多个县，具有成熟的采购、销售积累。在消费端，有一支针对各类单位、市民等不同消费类型的专业服务保障团队；在产品端，公司有较强的产地货源组织能力，在上海市对口支援新疆喀什地区已设立两个专业工厂，托底包收莎车县多个深度贫困村近万户贫困户的农产品。公司拥有

资源，创新扶贫模式——指尖上的消费扶贫，以品牌支撑不落幕的“扶贫日”。

沪援中心坚持精准扶贫，完善政府引导、社会参与、市场运作的消费扶贫新机制，坚持务实长效，为对口帮扶地区优质特色商品走出大山、走进上海大市场搭建新平台，坚持创新创优，以展示中心为载体，打造线上线下全天候、全覆盖、全领域的“消费扶贫”新品牌。



搭建对口扶贫桥梁

与合作交流工作领导小组办公室、浦东新区对口支援与合作交流工作领导小组办公室以及上海市浦东新区人民政府的指导下，由闽龙实业有限公司所属沪援(上海)实业有限公司承办，成立上海市对口帮扶地区农特产品展示展销中心暨浦东新区对口帮扶地区农特产品展示展销中心，意在通过沪援中心为平台，直接与当地农户、专业合作社对接，组织优质货源。在脱贫攻坚进入冲刺期的今天，贫困农户们仍因信息、物流、技术等原因导致特色农产品卖不出去，卖不出好价格。贫困地区和消费市场之间急需架起一座桥梁，在各个环节打通制约消费扶贫的痛点、难点和堵点。闽龙公司积极探索用新方式促进农民增收，持续激发贫困地区内生动力，变“输血”为“造血”，从而实现真脱贫，脱真贫。

闽龙公司注册于川沙新镇，积极参与上海市及浦东新区东对口帮扶工作。作为上海重点援疆企业，自2010年来

专业的品控中心、整套的生产流水线以及仓储物流配送中心等为“沪援特产”中心做配套功能，能做到对产品采购与生产全过程进行质量控制，确保“沪援特产”中心产品安全，并符合商品上市销售标准。

沪援中心汇集了上海市7大对口帮扶地区：新疆喀什的红枣、核桃、巴旦木等；云南大理玫瑰、蜂蜜、菌菇、黑蒜和绿茶等；西藏日喀则青稞米类；青海果洛奶酪、牦牛奶粉等；贵州遵义红茶、锌硒茶等；重庆万州无花果、杏干等；湖北夷陵苕酥、绿茶等特色农产品。致力于将当地所需对接上海所能，精准扶贫。

沪援中心在成立当天，即与多家大型企业，如百联(集团)、联华股份、上海苏宁易购、京东集团、农工商集团等签订了消费扶贫意向协议。沪援中心旨在打造“线上+线下”的双线模式，线上销售，打开消费市场，线下实体，增加消费体验，意在提供长效机制，引入优质

沪援中心提供各种扶贫礼包选择。多层次的扶贫礼包，多样的选择，更有定制化的产品，满足不同需求的采购。线下体验店自助式购物，琳琅满目的商品，长期稳定的供应链，随时随地满“口福”。沪援中心采取直接与对口帮扶地区厂家一线对接的直采模式，去掉中间环节，让当地农户直接增加收入，让消费者以最优惠的价格享受美食。

“沪援中心”以完善消费扶贫新机制、搭建消费扶贫新平台、打造消费扶贫新品牌为目标，切实、持续地发挥主体作用，深度融合地区特色和主题，定期举行对口帮扶地区展，结合中国农民丰收节、国家扶贫日、文化周、美食节等开展各种专题展销活动，并专项承接全国及市、区举行的其他对口帮扶主题活动。全方位帮助贫困地区农特产品打开销路，通过上海平台走向全国乃至世界，不断推动贫困人口稳定脱贫和产业发展，助力贫困地区打赢脱贫攻坚战。

小议上海建设国际消费中心城市的基础和重点

上海市商业经济学会会长 齐晓斋

一、建设国际消费中心城市，上海具有良好的基础条件

1、庞大的消费需求

上海有2420多万常住人口。2018年，上海生产总值32680亿元，按常住人口计算，人均生产总值为13.50万元；居民人均可支配收入64183元，人均消费支出达43351元，上海居民收入和消费水平在全国各大城市中名列前茅。

2、完善的商旅设施

上海具有从中央商务区到街道乡镇村的“3+1”（市级商业中心、地区级商业中心、社区商业中心加特色商业街）商业布局。至2018年末，上海已有商场店铺8158万平方米、购物中心256家、星级宾馆206家、旅行社1639家、A级旅游景区（点）113个，

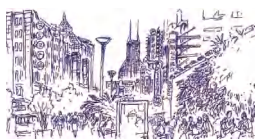
3、领先的销售规模

2018年，上海商品销售总额11.95万亿元，社会消费品零售总额12669亿元。其中，无店铺零售额1926亿元，网上商店零售额1507亿元；电子商务交易额28938亿元，其中，网络购物交易额（含服务类交易）10385亿元。全年接待国际旅游入境者893多万人次、国内旅游者3.4亿人次，入境旅游外汇收入73.71亿美元，国内旅游收入4477亿元。

4、较高的国际化程度

2018年，上海港接待国际邮轮靠泊406艘次，邮轮旅客吞吐量275.29万人次，上海境外旅客购物离境退税销售额占全国总量的75%；举办各类展览会项目1032个，总展出面积1880万平方米，其中，国际展览会项目300个，展出面积1415万平方米。上海已经成功举办2届中国国际进口博览会，首届进博会展览总面积30万

平方米，按一年计累计意向成交578.3亿美元；第二届进博会展览总面积36万平方米，按一年计累计意向成交711.3亿美元。2018年上海关区货物进口26965亿元，出口37099亿元。



平方米，按一年计累计意向成交578.3亿美元；第二届进博会展览总面积36万平方米，按一年计累计意向成交711.3亿美元。2018年上海关区货物进口26965亿元，出口37099亿元。

5、良好的市场环境

外商投资负面清单经多轮修订完善，由190条减至45条，上海90%的国民经济行业对外资实现了准入前国民待遇。目前，上海自贸区保税片区进出境时间较全关水平缩短78.5%和31.7%，物流成本平均降低10%，进出口通关无纸化率达95.6%。

二、培育国际消费中心的重点

1、聚集优质消费资源

首店尤其是国际品牌首店已成为上海商业的特色之一。2018年上海新集聚商业零售品牌首店835家，其中国际品牌首店300余家，国际零售商集聚度升至全球城市第二位。2019年前三季度上海新开首店756家，其中国际品牌首店205家，来自全球20余个国家和地区，范围比以前更广。新增丹麦、荷兰、瑞典、比利时、以色列等相对小众的国家品牌，展现出上海不断攀高的商业国际化程度。

在引进首店新品的同时，上海的老字号创新与新品牌开发也在积极推进：“三枪”与网易云推出联名内衣，“蜂花”推出金典香皂伴手礼，“老凤祥”推出迪士尼系列产品等等。光明乳业、老凤祥等5家老字号年营业收入已经超百亿元。

2、建设新型消费商圈

上海商业更新提升加快。南京路第一百货、世贸广场，淮海路K11、

淮海755，百联曲阳购物中心等商业设施更新后面貌一新，成为消费新地标。正在改造的新世界城、Tx淮海剧汇、淮海南丰荟等即将开门迎客。在2019购物节上，黄浦滨江外滩地区、新天地、徐家汇、静安寺等首批9个上海地标性夜生活集聚区发布。2019年初，上海南京路被商务部纳入全国11条步行街改造提升试点，将培育为具有国际国内领先水平的步行街。最近上海又先后开出新天地湖滨道和安义路两条分时制步行街。

3、推动消费融合创新

上海的夜间经济已经不只是商业的单打独斗，餐饮、购物、休闲、娱乐与旅游、文化、体育、会展等紧密融合。在商业街、商场、餐馆、集市夜间开放的同时，电影院、剧场、音乐厅、展览馆、博物馆、图书馆等也延长营业，连野生动物园也晚间开放。商、旅、文、体、展有了更多互动和融合。

4、打造消费时尚风向标

上海正在培育发展国际产品和服务消费平台，鼓励国内外新产品、新服务发布，促进创意时尚等商旅文产业发展。每年深秋季节举办的上海国际时装周，聚集世界各地服装设计师、时尚人士、各大世界服装知名品牌，集新品展示、时尚发布、产品订货于一体，已成为国内外业内人士和消费者的一次盛会。

5、加强消费环境建设

上海的消费环境不断改善。地铁、公交、高架、天桥、连廊、地下商业街及停车场等便捷高效动态、静态立体交通网络和高效物流配送体系。完善的市场监管和消费维权体系为消费者提供了良好的消费环境。

LifeWear 服适人生



“优衣库”作为迅销集团旗下的主力品牌，自2002年落户上海，正式进入中国

市场，如今已在中国大陆170多个城市开设了超过700家实体店铺，深受中国消费者的喜爱。依据2019年初迅销集团公布的财报显示，中国大陆市场的营业收入、利润增长率均持续保持在20%左右的高位水平。优衣库秉持集团“改变服装、改变常识、改变世界”为目标，传播“LifeWear 服适人生”的品牌理念，致力于为丰富中国消费者的生活作出贡献，实现企业与社会和谐发展。

◎**诚信立身，奠定发展基石** 优衣库坚持将诚信作为品牌发展的重要基石，持续夯实品牌经营基础，规范经营行为，连续五年被上海市商业联合会评为“销售真牌真品，保护知识产权”承诺示范单位；2015年优衣库大中华区CEO潘宁先生被授予“全国商业诚实守信道德模范”。

上海作为中国经济最繁荣的国际化大都市，拥有得天独厚的营商环境，优衣库上海地区的店铺数量一直位居全国之首，这得益于上海商业沃土。2010年在上海市静安区著名的“梅泰恒”商圈开设了中国第一家全球旗舰店——优衣库上海南京西路全球旗舰店。时隔三年，更大规模的优衣库上海淮海中路全球旗舰店落户黄浦区，奠定了优衣库在中国市场发展新的里程碑。2018年3月迅销集团董事长柳井正先生、优衣库大中华区CEO潘宁先生一行，获得李强书记的接见。在上海市商务委公布的2018年工作报告中，优衣库荣获上海社会消费品零售总额增长贡献第三名。改革开放40年之际，优衣库大中华区CEO潘宁先生获得2018年上海市工商业领军人物称号，各店铺多次荣获商联会授予的“优质服务先进集体”



称号，这是对品牌工作的认可，更是督促企业持续发展进步的推动力。近年来在商联会的支持下不断强化消费信用体系建设，推行无理由退货制度，成为上海市静安区首批线下“七天无理由退货”承诺单位，履行企业经营主体责任，积极维护消费者合法权益。

优衣库为打响“上海服务、上海制造、上海购物、上海文化”四大品牌积极建言献策，携手中国合作伙伴扩大投资、开拓市场，为上海国际消费城市建设作贡献。

坚持将诚信作为品牌发展的重要基石

迅销（中国）商贸有限公司

◎洞察消费需求，引领新时尚潮流

优衣库将“LifeWear 服适人生”的品牌理念，贯穿于消费者的日常工作与生活，舒适与功能性相融合，为消费者创造具有崭新价值的服装。优衣库坚持始终选用高品质的面料，倾听顾客心声，细致了解顾客需求，结合来自全球流行文化、艺术、音乐、漫画等的设计元素，提供时尚感与实穿性兼备的商品。提倡“衣服是配角，穿衣服的人才是主角”，看似简单的基础款，通过搭配展现自我个性。这正是契合当下消费者追求简约、时尚、个性的新时尚风潮。

◎**勇于创新，探索零售新前景** 优衣库非常重视中国的消费市场，加快在华实体零售的布局与投资，并同步投身于中国突飞猛进的电商领域，蝉联天猫“双十一”服装品牌全国销量第一。在新零售业态下，积极挑战、探索消费者需求的趋势变化，主动迎合消费场景，全面开通门店自提服务，网上下单后，消费者可选择在全国范围内的门店现场提货，打破了传统零售业内空间和信息的局限性，引导消费者体验线上与线下联动的购物模式。新颖、便捷的体验得到了消费者的热情参与和积极反馈，更坚定了持续推动零售业态向创新、智能连通方向发展的决心，秉持一贯的高标准，严要求，回馈消费者的支持与厚爱。

◎热心公益，践行企业社会责任

优衣库在得到广大中国消费者支持与厚爱的时候，始终谨记履行企业的社会责任，感恩并积极回报社会。在商联会的号召下，连续十年参与“蓝天下的至爱，千店慈善义卖”捐款活动，累计捐赠数额达62万元人民币。同时，作为践行企业社会责任的重要一环，从2012年3月开始，优衣库在中国大陆地区店铺正式开启全商品回收再利用活动，积极号召消费者将不再穿着的优衣库衣物送往各门店，连同优衣库及其商业伙伴合力捐赠的新衣物每年定期通过各地民政部门与慈善机构将商品捐赠至山区，最大程度发挥服装的价值，使凝聚着消费者爱与温暖的衣物得以传递。截至2019年6月，已将募集到的340余万件衣物送往全国30万户贫困地区家庭，用实际行动响应国家号召，促进精准扶贫工作，助力公益环保。

打造“时尚、风情、休闲”的中国特色商业街



上海吴江路休闲街管理有限公司成立于2000年3月，主要承担享有“中国特色商业街”称号的吴江路休闲街等商业街区的运营与管理。在公司的管理下，吴江路休闲街成为扬名上海的休闲餐饮、群众文化、中外交流、观光旅游的场所，并陆续获得了“中国特色商业街”、“上海市特色商业街”、“夜上海特色消费示范区”和“上海市争创迎世博文明示范标志街区”等诸多荣誉称号。由公司牵头的上海市特色商业街区发展联盟先后发布了《上海市特色商业街区发展状况调研报告》、评选了一批上海特色商业街区及提名街区等工作，相关成果获得市级部门、行业专家、媒体商街等的一致好评。



打造中国特色商业街区：吴江路休闲街

上海吴江路休闲街于1999年正式开街，东起石门一路，西至茂名北路，全长约300米，商业面积约1.8

万平方米。与中华第一街南京路毗邻，紧靠历史风貌保护区张园，周边恒隆广场、兴业太古汇等商业综合体聚集，更有轨道交通环绕，地理位置得天独厚。休闲街设计独具匠心，立体布局，人车分流，两座钢结构人行天桥将街区南北两侧巧妙联接，法国著名雕塑家苏泰的“骑车少女”和“滑轮少女”铜制雕塑回眸驻足。街区以



“休闲、时尚、风情”为特色定位，专注发展南京路后街经济，业态以高品质的各国风味美食为主，餐饮比例高达75%。休闲街还逐步引入“互联网+”概念，使整个街区形成全新的开放、智慧的SHOPPING MALL商业格局，并获得了支付宝示范街和银联示范街等称号。作为上海仅有的两条中国特色商业街之一的吴江路休闲街，早已成为休闲餐饮、旅游观光、公益慈善、群众文化、中外交流的不二之选。

担负建设特色商街使命：市特色商业街发展联盟

公司同时承担了上海市特色商业街区发展联盟秘书长单位。商街联盟于2016年8月成立，同年11月29日在上海市商务委、中国步行商业街工作委员会及其他相关部门的见证下举办揭牌仪式。目前商街联盟共由23家单位组成。商街联盟始终按

照“政府引导、联盟自律、企业参与、市场运作”模式运作，努力打造政府部门与特色商业街区之间的桥梁和纽带，不断推进消费领域的供给侧结构性改革，培育壮大“新动能”，提升改造“旧动能”，主动适应经济发展新常态；通过不断探索实践，发展智慧商圈，加快促进服务消费、品质消费，时尚消费等新消费领域及会商旅文体联动发展；促进本市特色商业街区开展合作交流、联合营销，并在规范制定、统计评估等方面加强资源共享、合作协调，为建设一批“有特色、有个性、有规范、有水平”，具有国际影响力和美誉度的特色商业街区发挥积极作用。

2018年5月28日，中央政治局委员、市委李强书记实地调研时，对吴江路休闲街提出了“背街小巷改造提升潜力巨大，要聚焦特色、做精做优”的殷切希望。公司作为吴江路休闲街的管理公司及商街联盟的主要牵



头单位，将按照市、区政府的要求，融合长三角一体化发展战略，注重专业化、特色化发展，加强精细化管理，努力做后街经济这篇大文章，营造更加优质舒适的购物环境，更好体现底蕴和独特气质，正全力打造彰显海派特色的“中国特色商业街”、“国际消费街区”。

创建国际时尚文化夜生活的聚集地

FOUND158 是上海大同延绿置业有限公司经营的商业地产项目，其前身是素有“淮海路都市商圈后花园”之称的大同坊街区。2014 年，公司进行整合并进行全方面产品升级，经过长达两年的市场调研以及反复的论证，于 2016 年 7 月正式推出 FOUND158 项目，并对外招商。招商定位是打造国际时尚文化夜生活的聚集地，通过不重复的各国音乐美食让来到这里的人们感受不同的异国风情。精准的定位使项目在短短的 3 个月内就完成了 90% 的招商。FOUND158 南至巨鹿路，东至成都南路，西至瑞金一路，北至延安中路，一边是高架的喧嚣繁华，一边是巷弄的市井生活，位于淮海路商圈，周边商业氛围浓厚、办公楼林立、高档小区聚集，更有锦江饭店、花园饭店、四季酒店等高档酒店环绕，人流之密集、消费水准之高可想而知。“158”也是上海话谐音“邀我吧”，项目处于如此得天独厚之地理位置，其商业价值不可估量。



打造一个多元化的时尚场所

公司致力于打造一个多元化的时尚场所，兼备上海海派风格及国际时尚元素，成为上海黄浦的一个时尚标签，将中国元素、上海元素带到这个国际平台上来。从自身物业硬件来看，具有独特性和创新性，物业水准极高，

内装设计巧妙融合了十八国经典建筑风格，充满了地中海异域风情，在工艺上大可观其气势、小可酌其细节，充分体现了向高级整体商业形象跃进的决心。

走进绿地深处，首先映入眼帘的是一圈彩绘涂鸦墙，讲述着各国的风情文化。沿着墙体向下俯瞰，你才会发现隐藏着 14000 平方米的的下沉式广场，沿着粉色楼梯拾级而下，音



乐声、谈笑声逐渐清晰起来。广场中间，是空旷的中庭，周围的店铺纷纷向周围延伸，半户外的商铺格局让这里多了几分闲适和自由。这里不仅有时尚潮牌买手集成店、各种创意十足的市集，还拥有 29 家各国原汁原味的风情餐厅，可以让顾客尽情享用来自世界各地的美食，玩转最纯正的爵士、电音、嘻哈音乐之声，让消费者们来到这里，能选择各种不同的体验。

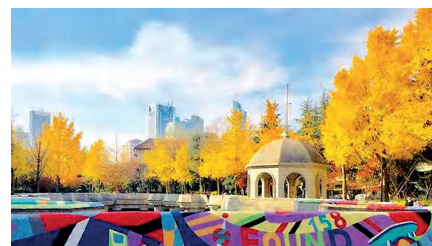
首批夜上海特色消费示范区

特色鲜明、自带人气、多元化、国际化的 FOUND158 是首批夜上海特色消费示范区，着力打造地标性夜生活集聚区。走进 FOUND158，淮海路上的熙熙攘攘戛然而止，轰鸣刺耳的车水马龙消失殆尽，留下的只有绿色、阳光、蓝天和一片异国风光。FOUND158 是休闲娱乐方舟，致力于在城市中心营造一片都市人的心



情绿洲。三五知己聚首于此，享受阳光的温暖与咖啡的香醇；时尚一族簇拥着种类丰富的潮流店铺，欢声笑语中洋溢着满足的幸福……全天候的休闲、餐饮和娱乐，让每个来过 FOUND158 的客人都带着新的笑容去继续他们的都市生活。

目前的 158，已成为时髦的中西文化交融区，时尚街拍、品酒用餐、听音乐聊天、网红打卡的地标。潮咖、老外聚在这里，听爵士乐、看魔术表演、蹦迪到天明……这里仿佛是隐藏在城市中心眼的百老汇，每个人都能在这里享受到专属自己的休憩后花园。2018 年 5 月法国前总统弗朗索瓦·奥朗德、2018 年 10 月挪威国王哈拉尔五世及夫人等国际政要曾先后



到访。FOUND158 也得到了业界及政府的肯定，在上海 WOW2017 年、2018 年评选中连续两年获得“魔都最佳地标奖”、2017 年获得了上海市商务委员会颁发的“夜上海特色消费示范区”称号。

汇集千种优质休闲美食

上海千食商贸有限公司专注于企业团购、员工福利及商务礼品的市场开发，是集品牌推广、营销代理、物流配送、售后服务为一体的食品类专业企业。千食商贸以“同心者同路，同路者同行”为宗旨，准确把握市场消费需求，放眼国内外各类优质休闲食品，经营炒货、肉制品、蜜饯、水产品、糖果/果冻、膨化、果蔬、豆制品、糕点等九大类近千种美食。目



前在上海、江苏、浙江、安徽、湖南等 10 多个省份拥有丰富销售渠道，每年为近 5000 万人次提供优质食品，2018 年营业额超出 5 亿元。

◎强势品牌推广

千食商贸致力于全方位强化旗下产品的品牌知名度与美誉度，长期关注并投放资源于嘉庆斋、三松、来伊份、臻味、明珠、喜木香耕等品牌的市场推广。除了在各种大众媒体、展会、促销活动等方面投入，还在京东、京东商城、一号店、一号店商城、天猫、天猫超市、苏宁易购、淘宝等众多电商平台进行线上推广及运营，更有千食官网、新食网、欢乐购三大自建电子商务平台。

◎优势自有品牌

千食商贸以为大众提供“安全、品质、美味、纯天然”的食品为己任，专注于各类特色食品的研发与创新，投入大量心血与精力打造具有企业

文化内涵的五大食品品牌：“嘉庆斋”牌粽子及卤腊味系列、“潘记”牌与“卢鼎记”牌阳澄湖大闸蟹、“二斤粮”牌甜橙柚、“锦上佳福”品牌礼品册。

◎深度营销代理

千食商贸拥有强大的分销网络、优良的客户关系与数量众多的忠实用户，与天喔、三只松鼠、广州酒家、喜木香耕、冠生园、来伊份、明珠、哈根达斯、杏花楼、85 度 C、克里丝汀等多家知名品牌厂商保持着长期稳定的战略合作关系，是众多优质产品的总代理、总经销商。

◎三大物流体系

千食商贸拥有强大的仓储物流体系，在公司本部、奉贤拥有上万平方米仓储中转中心，常年周转海量货物。其中本部仓负责小批量、灵活性高、应急货物的仓储物流，奉城仓与知名一流的专业物流公司长期合作，专仓存放、专人管理、重点负责大宗分销以及 B2B 一对一客户到货服务。

◎贴心售后服务

千食商贸建有完善的呼叫中心和高效的点对点配送体系，拥有二十多个客服坐席，全年提供预约送货、票券兑换、投诉处理等客户服务。经过



多年的努力与锤炼，千食商贸建立起成熟的销售与售后服务平台，已发展成为沪上同行业里涵盖面最广、销售量最大的企业之一。同时，千食商贸

根据市场需求推出“锦上佳福”系列礼品卡册、“嘉庆斋”品牌系列产品和“三只松鼠”、“来伊份”、“燕之坊”



等品牌定制款，以“优质、美味、健康”作为产品主要倡导理念，专注于节庆时尚礼盒系列食品，致力于打造成消费者心目中的节庆佳品。

千食商贸视其所从事的食品行业为“良心工程，道德产业”，一直将质量安全工作摆在第一位。千食商贸拥有完善的供应商管理体系和供应链体系，以“专业、专注、用心”的匠心经营休闲食品产业，为买家畅享安全、优质的食品保驾护航。

千食商贸积极倡导“奋斗精神”和“利润共享”文化，以“共赢”价值观为指引，传扬和发扬休闲文化。

千食商贸讲求社会责任心，力争经过自己企业的力量和平台，让更多多人参加到公益活动中来，把爱传送到最需要的地方。

千食商贸的愿景：构建中国礼品行业第一品牌。

千食商贸的任务：推广休闲文化，创制造快乐无限。

千食商贸的核心价值观：良心价值链——产品品质链：文化品质、人员品质、产品品质；良性价值链——企业经营链：制造商、分销商、零售行业者、买家良性共赢。

让人人实现自然健康

成立于2006年的上海赛鼎生物科技有限公司，以“精品引领健康，服务创造未来”为企业宗旨，不断探索更符合自然规律的健康长寿之道，全心全意服务于社会大众健康。经过多年努力与探索，赛鼎生物形成了以赛鼎牌 CELLFOOD、博可牌麦记片、鹿品牌鹿

骨胶原蛋白胶囊等系列天然营养品为载体，集健康观念、营养平衡、科学运动、社会互助为一体的健康服务体系，并将之命名为“自然健康”。

◎维护产品品牌，见证自然健康 2006年，上海赛鼎生物科技有限公司与美国新科技公司签约成为 CELLFOOD 红藻饮料中国大陆独家总经销。CELLFOOD 已经在全球90多个国家和地区热销半个世纪，其海藻天然提取物有利于调整机体状态，对人体健康有一定的帮助作用。CELLFOOD 作为赛鼎核心产品，公司认真维护品牌。2010年，CELLFOOD 亮相上海世博会美国馆；2018年，CELLFOOD 参展首届中



国国际进口博览会；2011年至2016年，赛鼎公司先后与青海天佑德自行车队、竞走运动员陈定、成都军区铁人三项运动队、解放军八一雪上运动大队、广东赛艇队等运动队（员）合作开展“提高有氧机能训练项目”，并助力以上运动队（员）在国内

外重大赛事中取得优异成绩；2016年，赛鼎公司迎来十周年庆典，分别在上海、深圳连续举办了四场万人盛典，邀请全国赛粉共襄盛会，得到国内外各界知名人士的广泛关注及高度认可，各大媒体争相报道，成为健康产业的盛事，是自然健康梦想成真的辉煌见证。

◎注重学术科研，广泛合作交流 赛鼎公司不断在产品的安全性、质量稳定性上进行摸索，对产品质量进行严苛把关。公司注重学术科研与成果积累，与国内相关科研机构及海外市场广泛合作交流，同时，加强对“自然健康”体系的认知与打造，经历了从“感性”到“理性”，从“国内”到“全球”的发展阶段。2016年，

赛鼎在上海成功举办了自然健康国际论坛系列活动，中、美、意三国科研专家共话自然健康，开启了自然健康交流的全新纪元。

◎扎根健康产业，提升服务水平

赛鼎公司坚定“让人人实现自然健康梦想”的企业愿景，贯彻落实《全民健康素养促进行动计划》，举办各类公益文化活动，播洒爱心，努力提升百姓健康素养及生活质量。如今，自然健康已遍布全国300多座城市，吸引了百余个志同道合的合作团队，“真诚替客着想”的新风在业内蔚然成风，中国健康产业正以全新的面貌

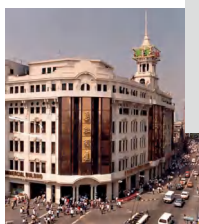


呈现在世界面前。赛鼎公司热心公益资助范围涉及抗震救灾、关爱生命、关注成长等多个领域，坚持开展系列公益项目和活动，为提高全民健康素养做出了积极的努力，也得到社会各界越来越多的关注和认可。

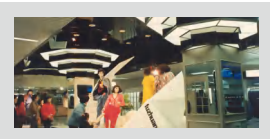


扩大企业经营自主权

从1984年起，在大中型商业企业推行经营承包责任制改革，以后又深化完善为“六自主”（经营活动、商品定价、劳动用工、工资分配、投资发展、机构设置）改革，到1993年底，全市共有600家中大型商业企业实行，占总数的93.89%，改革使企业焕发了青春。



▲1988年改建后的华联大厦，顾客蜂拥而至，“穿在华联”享誉沪上，闻名全国。



▲得利车行营业员为顾客选购沪产名牌自行车。



▲上海电视机商店经营各类中高档电视机、录像机、录音机。



▲延安路丝店的便民柜台关手千家万户。

16

发展多种商业

改革商业流通体制，建立三多一少（多种经济成分、多种经营方式、多条流通渠道，减少流通环节）商品流通体系，上海商业开始市场经济探索的步伐。



▲1979年9月，全国第一家生产资料交易市场——上海生产资料交易市场开业。



▲1979年10月，上海市区建立的第一个大型农贸市场——十六铺农副产品市场开业。



▲1979年10月，胶州路农副产品市场开业。



▶1984年10月成立的上海工业品贸易中心，是当时全国最大的开放式工业品交易市场。

20

发展多种商业

开放私营商业，各类小商品市场蓬勃发展。



▲榆林路小商品市场曾是上海最大的专业服装市场。



▲华亭路服装市场引领上海的时尚潮流。



▲福民街小商品市场主导周边地区小商品集散。



▲城隍庙福佑门小商品市场有“中国小商品城”之誉。

22

实施菜篮子工程



◀1988年，上海在全国首创“菜篮子工程”，并成为持续和不断完善的政府工程，从根本上扭转了主副食品供应长期短缺的局面。



▲菜篮子工程车奔驰在城市的街街小巷，保障了市民的生活。



▲1990年，陕北菜场在全市范围内率先在市场二楼设立“自选商品区”，成为行业标杆。



23

第二篇 1979—1991改革开放阶段即多轨制发展时期

扩大开放 拓展市场

这一历史时期，上海商业对外开放，引进利用外资开始起步，促进丰富了上海市场供应。

► 1989年，连锁快餐上海第一家店“肯德基家乡鸡”在外滩东风饭店底楼开业。



▼ 1991年，第一家沪港合资的星级涉外宾馆——扬子江大酒店开业。



▲ 1984年，沪港合资开办上海第一家超级市场——百佳超市，开始了上海超市业态的探索之旅。

24

扩大开放 拓展市场



◀ 1985年，上海远洋渔业公司引进中国第一艘大型远洋捕捞船“开创号”启航，为上海水产品市场的供应作出了历史的贡献。



▲ 上海粮食系统的福新面粉引进国际先进专用面粉生产线。



▲ 上海食品集团的大场肉类联合加工厂引进现代化肉类加工设备。

► 1991年起，中国华东出口商品交易会每年在上海举办。



25

推进股份制改革试点

国有商业企业体制改革有了新的突破，股份制试点起步，资产资本化，资本证券化成为主体内容。



▲ 1988年，上海豫园商场股份有限公司成为首批登录A股市场的商业公司，被誉为“中华商业第一股”。



◀ 1992年，上海第一食品商店股份有限公司上市。



► 1993年，上海市第一百货商店股份有限公司上市。



26

加强行业管理

按照市区明责放权，加强行业管理的要求，1985年起，上海商业行业协会大发展。1990年，市财办决定筹建上海市商业联合会，加强对各行业协会和区社会商业协会的指导和监督；1986年成立上海市消费者协会，对商品和服务进行社会监督，保护消费者合法权益。



▲ 上海百货商业行业协会成立。



▲ 上海中药行业协会成立。



▲ 上海饮食业行业协会成立。



▲ 上海洗涤业行业协会成立。



▲ 上海市消费者协会成立。



▲ 上海市商业联合会成立。

27

“一手牵菜园、一手牵菜篮”的不解情缘

上海市副食品行业协会会长 王永芳



与大家分享我与一颗蔬菜、一座城市的不解情缘。很有幸，我赶上了这个好时代，亲历了伟大祖国从“富起来”到“强起来”，也经历了我们蔬菜副食品供应事业从“短缺配给”到“物资丰足”，从“让市民有菜吃”到“让市民跟着纬度吃菜”的发展历程。

第一个阶段：供应不均衡，要让市民有菜吃

上世纪最后二十年，市场先后出现蔬菜短缺和相对过剩的问题。80年代，主要矛盾是市民买不到蔬菜，时任上海市长朱镕基提出了解决菜篮子问题。进入90年代，计划经济向市场经济转型，迎来了大市场、大流通，但由于信息的不对称，菜多菜少始终不能把握，菜多了，供大于求，菜价下跌农民受损；菜少了，供小于求，菜价上涨，市民还不够吃，可以说，从上到下，都为这件事头疼。当时我供职于真如市场，这是一个占地不到30亩地的小市场。为保证上海市民有菜吃、吃好菜，首先要“走出去”，因为市郊蔬菜供应远远不能满足市场需求，上海蔬菜供应90%靠外省市供给。那时候，到外地开拓市场，经费紧张，我们出去住的是10元一夜的招待所，什么地方便宜就住什么地方。为了节约经费，虽然带着许多麦乳精、饼干，但是从不舍得拿

出来自己吃，因为这是给种植大户、营销商的小孩子的礼物。当时我们率先抓住了山东苍山、安徽和县的蔬菜营销商。真如市场虽小，但是为了解决苍山客商的住宿问题，在市场内的一角还特意辟建了“苍山楼”。从而使小小的真如市场，每天蔬菜交易从400吨做到700吨，最后曾创下了一天交易1200吨的最高纪录。这一时期，我们就是通过走出去，对接蔬菜种植大户和营销商，让外地蔬菜供应上海市场，保证市民有菜吃、吃好菜。但如何保障上海市场的蔬菜稳定供应，依然存在不小的问题。

第二个阶段：供应需稳定，要让市民跟着纬度吃菜

要让市民吃到全国名优蔬菜。怎么办？唯有让上海市民跟着纬度去吃菜。我们江桥市场联系上海农科院和长三角的农业专家，把日本大阪的蚕豆种子、浦红909号番茄种子、中豌豆6号青豆等种子，送到浙江温岭、三门、路桥、松阳、苍南、瑞安，福建霞浦、莆田等地，让专家向农民传授改良种植的要领，形成了供应沪上的季节蔬菜链。最成功的例子是蚕豆，原来上海市场只有一个季度可以供应。经过我们的努力将种子引入到全国多个地方，一月二月云南、三月福建、四月浙江、五月江苏、接上六

月本地出产的蚕豆，让上海市民可以在大半年的时间里吃到新鲜蚕豆。我们还与各地农业部门对接，走访了安徽金寨、山东苍山、山西寿阳、甘肃定西、宁夏中卫、福建永安等地，送知识，教技术，出点子，参与农村产业结构调整，指导当地农民培育上海市民欢迎的农业主打品种，让无数的农民找到了脱贫之路。我们还提出了一个口号，吃菜冬天靠南方，夏天靠北方。即使在高温里，外地客菜也能源源不断供应上海大市场。那时，江桥市场在全国对接了86个各种类型的蔬菜基地，东西南北中全面覆盖，形成了“南方有灾北方菜相援，北方有灾南方菜相助”的大基地、大市场、大流通的客菜供应格局，确保了上海市场始终量足价稳，市民可以跟着纬度吃菜，实现了“市场需求万斤菜，江桥供应七千斤”的目标。

跟着纬度吃菜的理念，培育了一批候鸟一样的种菜人，他们跟着纬度去种菜，然后运到上海市场。如辽宁一位供应商，专种欧顿番茄品种，根据季节气候，他在七月至九月到宁夏、东北、湖北、山东等地种番茄，一月就以福建为主，一年四季轮回种。市场里欧顿番茄销路好，后来全国各地的蔬菜种植区的面积都有所增加，特别是宁夏，由于集中上市，一天的销

货量达1000吨，欧顿的价格因此回落比较大，多了就便宜了，受益的是老百姓。湖南长沙的一位菜商，2010年到沽源包了四五百亩地，种上了菠菜、香菜、蓬蒿菜、生菜、西兰花等，上海市场行情好时，供不应求，他就把周边的农民也带动起来了。四五月份，他的“先头部队”去沽源种菜，10月份他又像候鸟一样赶到海南去种菜了。在江桥市场里，有600至700名左右的客商，他们常年为供应上海市民吃菜作出了贡献，同时也带动了自己家乡的农民富了起来。

这一时期，我们让市民跟着纬度吃菜的理念，取得了丰硕的成果，在江桥市场的带动下，初步形成了全国蔬菜供应上海市场的格局。上海市民的菜篮子丰富了，各地菜农也得到了实实在在的实惠。但随着市场经济的不断深入，蔬菜供应充足问题解决之后，出现了新的问题，那就是蔬菜价格稳定和安全保障的问题。

第三阶段：供应有保障，去外地建蔬菜基地

原先我们以为依靠大市场、大流通的优势，利用价格杠杆的原理，自然会吸引外地客菜竞相来沪。2009年大自然给我们“上课”了。那一年全国灾害天气频发，南方和北方蔬菜都紧张，有一些原来供应上海蔬菜的地方，碰到灾害先满足当地供应，哪里的菜价出的高，菜就往哪里去。江西的毛茛苢过去一直是供应上海江桥

市场的，因受灾减产，广东、广西客商又直接跑到江西去采购，到上海的这一块就不来了；福建受台风影响，供应上海的豇豆、茄子、长萝卜等从每天的120吨锐减到40吨，一下子跌掉了三分之二，价格也随之上浮上涨了20%；海南遭受洪涝灾害，供沪茄果类蔬菜要推迟一个月才能上市，等等。那一年主要是天气问题导致供应链出了问题。

上海市民现在是冬天吃南方过来的菜，夏天则是大量从北方过来的菜，怎样把南方北方旺季淡季有序地组合起来，建立一条市场供应链？首先必须加强蔬菜基地建设，密切基地关系，掌握基地动态，建立市场到基地的信息快速通道，其中包括建立县、乡镇、营销大户三级网络。其次做好市场分析预测，心中要有一张“全国主要蔬菜品种生产基地”的图，在一旦出现灾害天气时，通过发布信息、主动对接来应对蔬菜缺货，避免菜价飙升。2009年一场菜价之涨，引起各方关注。蔬菜集团江桥市场当时的上级单位是上海国盛集团，决定出资数千万元设立蔬菜生产抗风险基金，用于支持外地供应上海的紧密型蔬菜基地建设。蔬菜集团对2000亩以上符合“品牌、品质、品种”和达到“规格化、标准化、包装化”的三品三化标准的外地供沪蔬菜基地给予补贴，届时通过年底验收即付诸兑现，从而在市场竞争中建立一条供应链。上海

的专项资金贴补支持外地紧密型供沪蔬菜基地，这一创举由此而来。实践表明对外地供应沪上的蔬菜基地，采取合作共赢已经势在必行。这几年我们蔬菜集团在国内建成了140个蔬菜基地，分四种类型：上海市外延基地8个，扶贫基地11个，保供基地43个，信息基地78个，对于保证上海市民吃菜起到了关键的作用。

第四个阶段：走高质量发展路，市民吃菜进入新时代

随着人们生活条件的大踏步前进，市民吃菜从吃的到、到吃得好，现在是吃得优，给蔬菜供应带来了新的“烦恼”。为此，我们创新了“基地+政府+客商+市场”的产销模式，要求基地对“种子、种植、施肥、施药、养护、采摘、包装、保鲜、运输”等环节进行全过程监督管理，并同步做好档案资料的收集整理，做到生产基地产品质量始终可控，把好源头关。同时，市场自身把好“龙头”关，由此筑起两道“防护墙”，确保了供应市场的蔬菜安全无忧。

随着科技信息技术的迅猛发展，社会产业结构的深层次调整，无论是蔬菜批发行业还是零售终端，都在发生深刻的转型变革。我作为上海市副食品协会会长，目前的主要工作就是通过制定升级版的标准，引导本市标准化菜市场创新模式、升级发展，将我们解决市民吃菜、农民致富的事业不断推向前进。



李纯敏自2006年入职上海中央商场维修有限公司，作为家电用品维修服务行业一名普通的维修人员，他坚持钻研维修技术知识，使自己的维修技术不断趋于纯熟。他勤奋好学，经常挤出业余时间充电，圆了自己的大学梦，实现了知识的提升。他具有责任意识和敬业精神，认真履行岗位职责，以饱满的工作热情和奉献精神，完成好本职工作。

李纯敏所从事的维修工作十分繁琐，他养成了不急不躁的工作态度，对待工作认真扎实，对待技术精益求精，对待服务质量更是一丝不苟。在他看来，顾客的事无小事，顾客的利益至上。李纯敏留给周围同事印象最深的是，他从不计较个人得失，不仅注重向老师傅及其他技术人员虚心求教，而且他在工作中勤于思考、善于钻研，尤其关注于钻研市场上新出现的家电用品的维修技术。

随着人们对健康生活的追求，最近几年来破壁机逐渐成为许多家庭厨房里的必备电器之一。但由

于使用的条件不同或使用的频次过高，导致许多机器会出现故障，常见的故障情况是杯子漏水严重，如要解决这个问题？通常的做法是需要更换整体刀组件。但市场上的破壁机牌子和种类繁多，有些能找到生产商，有些已不知去处，很难搞到客户送修产品的配件。于是，李纯敏急客户所急，潜心研究，从破壁机的制造原理入手，仔细研究了整体刀组件的结构，分解整体刀组件，找到了漏水的元凶原来是组合件的密封出了问题，只要处理好组合件的密封问题，很多破壁机的故障就能迎刃而解，根本不需要整体更换刀组件，只是花费的时间和精力要比之前大的多，维修的工序增加、还要自制拆卸工具等，经济效益不升反降。然而，李纯敏从客户角度出发，原先许多原无法正常工作的破壁机在经过他的精心修理之后焕发出了第二春，又重新回到了用户的厨房中，让许多用户节省了维修费用得到了实惠。

在日常生活中，有些人因缺少基本的电器知识或是

一时疏漏，经常会把工作电压为110伏的电器当220伏的去使用，由此会引发线路板损坏而无法正常使用。李纯敏在日常工作中经常会碰到这样的用户来修理，如果不进行细致的研究和琢磨，而是就事论事的更换线路板既方便也有效益，但李纯敏摒弃墨守成规，运用自己的专业知识于技术的特长，尽可能找到故障点，对其逐一

进行排除，这样做的结果是让用户得到了大实惠。如一位老年客户，拿来一台110伏的无叶风扇，经小李拆装检查，线路板严重烧坏，经检查发现D3整流管和V6集成块被击穿，其它元件则无异常，于是李纯敏只更换了已损坏的配件，让机器恢复正常运转，使用户的维修费用大大减少，拿回风扇使用之后相当满意。

在享受到中国经济发展的红利后，许多国人走出了国门，在体验异国风情的同时，也不忘从国外带些价格不菲的家用电器回国，因这些电器往往在国内无维修网点，如遇到故障是个棘手的问题，很多与之配套的配件又无法得到，使国内的维修

企业也很难有所作为。因不时有客户来店里打探国外带回家电的维修事宜，李纯敏急客户所急，做起了有心人。他通过互联网，终于找到了一家正规的专做进口配件的供应商，并与之建立起了良好的合作关系。在得到了可靠的供应商保证后，李纯敏开始放手为客户服务了。有个客户从日本回国的第二天就带着日本买的电饭煲满是懊恼找到小李要求无论如何帮忙修好，因前一天按耐不住尝新的想法，没有仔细研究使用条件，就送电烧饭，结果烧坏了崭新的电饭煲。李纯敏拆开电饭煲后，检查断定电源模块烧坏，于是马上联系了网上供应商，购得了电源模块顺利为客户解决了心头之痛。同时，电饭煲也不忘向客户普及基本的电器使用知识。

李纯敏立足本职岗位，认真钻研专业技能，秉持职业操守，岗位技艺高超精湛，熟练掌握有自身特色的岗位技术要领，用娴熟的技能奉献社会，用行动诠释了工匠精神，2018年荣获“上海商业技术能手”称号。



李纯敏
刻苦钻研家电维修
甘为用户排忧解难

陈凤担任历城宾馆客房部的领班，员工亲昵的称她为陈大姐。2018年，陈凤代表历城宾馆参加锦江之星举办的连锁企业客房技能比武复赛，这是一场体现酒店行业服务质量和水平的高标准技能比赛，参加复赛的选手是从39家连锁酒店初赛众多参赛者中层层选拔择优产生的。进入复赛的选手们各自拿出看家本领同台竞技。

比赛项目包括客房服务技能和专业技能，其中涉及客房业务、企业文化、消防安全等。陈凤平时作风扎实，精益求精，积累了丰富的实践经验和理论知识，在此次技能复赛中发挥出色，以总分第一的成绩勇夺桂冠，不仅个人赢得了口碑和荣誉，也为企业在服务行业中树立了良好的形象。

陈凤能获得这些荣誉来之不易，她作为一名外来务工的中年妇女进入酒店服务行业，对她来说完全陌生，必须从头学起。她虚心好学，不懂就问，严格执行宾馆制订的程序流程和操作标准。她平时勤学苦练，把提高服务质量和技能贯穿在日常工作中，见缝插针地挤出时间

练、加班加点练。她把动作标准化作为唯一标准，为达到铺床标准，为一个动作会练习上百次、上千次，有一股不达目标不罢休的劲头。

陈凤作为客房部领班一线管理者，为确保客房服务质量，她带领服务人员严格按照规范操作。她每天认真完成自己的工作任务后，作为领班还要每天检查十多个客房，包括每个角落的卫生状况、设施设备、照明等，做到严格把关，一丝不苟。她要求房间的清洁程度要做到看不见前一位客人留下的痕迹，这是宾馆对客人的承诺，同时也是提高客人满意度的一个重要准则。她在查房时还关注客房服务员打扫房间是否按照客房清洁操作规范、是否检查房间里的设施设备完好等。此外，她还加强客房服务员实务操作演练，按照宾馆客房清洁流程操作的标准制定评分表打分，进一步提高了服务员掌握业务流程的熟练度，强化了细节，锻炼了服务人员的业务技能。

陈凤不仅在操作技能超群，在工作态度和职业操守

等方面也很突出。她在历城宾馆工作九年的时间里，做到让每一位入住的客人满意而归，对工作追求完美。她有一次打扫房间时，发现枕头下面有客人遗留的一串价值不菲金项链，她在第一时间里报告前台，迅速联系了当事人，当客人拿到失而复得的项链时，特赠锦旗以示感谢。在陈凤拾金不昧的精神鼓舞下，感召着员工的品行，使客人遗失在历城宾馆

的物件100%都能失而复得。

陈凤说过：优秀的服务质量可以为宾馆形象加分，不但能够吸引客人，在无形之中也为宾馆创造了效益。为了保证宾馆对客人服务的水平，她主动向经理室提出建议把上岗培训、技能练兵、劳动竞赛与平时的工作结合起来，客房部相关培训文件和课程与日常工作中对下属员工考核相结合，并将这些培训考核流程落实到个人、实行责任制，同时做到奖罚分明，从而有效地提高了工作效率、提升了操作技能和员工的工作积极性。

陈凤作为员工的一位老大姐，平日里严格要求自己，时时为青年员工树榜样。她

总是克服家庭困难，为工作任务着想，连续几年主动放弃了回老家过年，坚守岗位。每到过年时宾馆人手十分紧缺，她一个人的工作量是平时的二、三倍，但她从不叫苦叫累。她耐心做好传帮带，毫不保留地将自己所有的操作技能、服务经验传授给每一位新来的员工，带出的徒弟一批又一批，帮助他们及时融入客房服务的团队，为企业的发展做贡献。

陈凤始终用责任心努力积极地做好客房服务工作，从不放过每一个细节，同时不断注重提高自己的业务知识和操作技能，不断学习待客礼节，对待客人如同亲人一般，努力在第一时间将客人的需要及时解决，注重提高对客人服务的效率。在平时工作中以身作则，处处严格要求自己，善于团结同事，带领客房服务员共同致力于宾客服务。陈凤坚守平凡的宾馆服务岗位，她以高超的业务技能，彰显工匠精神，工作踏实肯干，孜孜不倦，2018年荣获“上海商业技术能手”称号。



陈凤

勤学苦练服务技能
提升客房服务质量

徐雪兰：微笑服务 热情服务 细心服务

徐雪兰从1997年进入崇明华联超市，先后在理货员、主管、店长岗位工作，二十多年的工作磨练，她始终秉持的“微笑服务、热情服务、细心服务”理念融入日常工作中。

◎坚持优质服务，提升服务功能

2016年，徐雪兰调往崇明华联超市东门店担任店长。新的环境对她是一种新的挑战，她把平时所积累的服务理念和工作经验融入到新的岗位上，她坚信，优质的服务才是提升门店经营业绩的途径。首先，她根据门店附近的居民小区和所在的企事业单位日常商品销售情况进行查询了解，对周边商圈进行市场调研；其次，积极与总部商品部沟通，组织引进适应属地化销售的商品；再次，按照商品的属性进行商品陈列出样，真正做到一切为顾客着想、一切方便顾客选购。调整后的门店经营商品琳琅满目，吸引了周边地区顾客纷至沓来购物，为顾客营造良好购物环境起到了推进作用。

◎坚持与时俱进，创新服务内涵 超市如何适应消费者不断增长的生活需求、如何保持销售业绩的提升？这是摆在徐雪兰面前的一道难题。她认为，要改变这一现状，只有从思想上不断的与时俱进，业务上不断来提高自己的专业水平，同时要提供优质、新鲜的商品，才能满足消费的需求。于是，在徐雪兰的提议下，公司协调总部采购人员一起到市内各大卖场进行学习考察。她通过不断钻研，了解市场变化和顾客消费心理，贴近市场调整商品结构，为门店增加了生鲜盆菜包装食品，保持每天都有家禽、海鲜、牛肉等多样化商品供应。徐雪兰还注重不断加强自身修养来提升工作质量。无论平时工作多忙，她都会挤出时间来学习，不断储备新知识，以此增强实际操作能力，同时用自己掌握的业务知识，帮助员工共同提高业务能力，适应门店经营发展需要。

◎坚持诚实守信，践行服务规范 徐雪兰以“诚信兴商、品质消费”为主题，坚持服务为导向，促进服务理念提升。门店开展了真诚对待每一位顾客，严把商品质量标



徐雪兰

华联超市东门店店长
2018年上海商业服务品牌

准，树立服务规范化操作流程，牢固树立“消费者至上”的服务理念等活动。在门店醒目位置张贴了《商业单位诚信计量承诺书》《超市服务承诺制度公示》《超市行业规范》以及展示诚信主题公益广告和宣传诚信建设内容图片等。门店在服务过程中，采取“主动迎客—微笑服务—真诚接待—满意迎送”一站式服务理念；在营销上观察“顾客需求—推荐商品—促成销售—收银服务—真诚送宾”的服务方式。徐雪兰在门店积极推广的服务工作理念和方式，得到了上海联华超市运营中心的肯定，被区主管部门推荐为窗口服务示范店，收到城桥地区周边居民交口称赞。崇明区委书记唐海龙、人大常委会林杰主任等曾先后来到

东门店调研视察，对门店的商品质量管理、坚持诚实守信、践行服务规范等一系列举措给予了充分的肯定。

◎坚持团队协作，提升窗口形象 店长是超市的第一责任人，既是管理者，又是一线的战斗者，其自身素质直接影响着能否带领员工圆满完成上级下达的各项工作任务。因此，徐雪兰坚持做到勤于学习、勤于观察、勤于思考、勤于沟通、勤于落实。有位来自安徽的新员工，来到门店工作时刚已离婚，她身边还带着两个未成年的孩子，整天愁眉苦脸，有时目光呆滞，工作提不上劲。徐雪兰了解这一情况以后，就主动与这位员工谈心，开耐心导她树立信心，并利用休息时间到她家里看望她和两个孩子。在徐雪兰的关心和帮助之下，使这位员工重新振作了精神，工作积极性大大提高。徐雪兰表示，作为一个店长，有义务帮助员工在工作和生活中保持良好的心态，从而有利于促使门店形成一个锐意进取、团结一致的良好氛围，树立超市的良好形象。

徐雪兰以超市为家，勤勤恳恳，任劳任怨，始终保持严谨认真的工作态度和一丝不苟的工作作风。她所在的东门店荣获上海市食安委“守信标准超市”和“放心肉菜示范店”。她在平凡的岗位上干出了不平凡的事业。

丁碧军：用专业的药学服务每一位顾客

丁碧军在十多年前刚从医药学校毕业，第一份工作就是进入童涵春堂大药房担任营业员。创建于1783年的童涵春堂，素以地道药材、遵法炮制、精制饮片享誉海内外。入职童涵春堂的丁碧军爱岗敬业，虽然当时她只有中专学历，但她认真钻研药学服务专业技能，自学成才，完成了药学本科学历，并先后考出了药师、高级工的职称，相继成为柜组长、副店长、店长。

丁碧军自2015年起担任童涵春堂南市店店长，她带领门店团结协作的同时，仍坚持在一线岗位上履行一名药师的服务职责。在每月15日开展便民服务日活动时，丁碧军作为青年药师的代表，积极主动担任童涵春堂药师志愿者，带领门店

的药师服务志愿团队准时出现在附近社区内，义务为周边居民提供量血压、测血糖、义务指导用药和普及健康养生知识、回收过期药品、名贵药品鉴别等服务。有时放弃自己休息时间到社区服务居民。她对一些行动不便的老人可根据老人的需要，提供送药上门服务。丁碧军认为，作为服务性行业，要永远坚守在第一线为消费者服务。大家都很尊重她、信任她，称呼她为“身边的好药师”，亲切地叫她“丁丁”。丁丁说，“这条路必须走下去，要对得起这份信任。”

“丁丁性格好”。这是同事和顾客对丁碧军的评价，还有同事说从来没见过丁碧军红过脸，一直笑嘻嘻的。家住药店附近的邱老伯，孩子不在身边，一次头晕便跑来找丁碧军，她立刻替邱老伯测了血压，结果高压150、低压90，确实有点偏高，便叫他一定要去医院作进一步诊断。邱老伯却仗着自己平时身体好，年轻时还当过献血状元，不爱去医院，总觉得扛一扛可以过去。丁碧军耐心开导邱老伯，天冷容易诱发血管收缩，上了年纪的人有什么不舒服是不能忍的。在丁碧军一劝再劝之下，邱老伯总算听进去了。几天后邱老伯向她抱怨说，去了一趟医院，足足花了两千多元钱。丁碧军微微一笑，说是这钱用的值，身体好最重要。根据邱老伯身体状况，推荐他服用生晒参条调



丁碧军

童涵春堂南市店店长
2018 上海市商业服务品牌个人

理，150元一两，可以服用一个月，有人问邱老伯，小丁推荐的生晒参你就不嫌贵了？邱老伯一本正经地回答说，丁丁就像我自己的孩子一样，她说的话我信。丁碧军常说，对待顾客应当视为家人看待，这样才对得起顾客的信任。当然不是所有的顾客都像邱老伯一样。一次有位中年男子提着塑料袋横冲直撞冲进门店，怒气冲冲的大喊大叫：你们的双黄连口服液为什么要比其他药店贵的多，想钱想疯了？我要退货！他一边说一边从塑料袋里拿出一盒已经开封的双黄连口服液，很用力的扔在柜台上。丁碧军一看，原来是相同品名的双黄连口服液规格不一样，他买的是16支装，而其他药店是10支装的，包装大小看上

去差不多，难怪会误会。面对脾气暴躁的顾客，丁碧军依然耐心作出解释，结果那名男子连连致歉离开了店里。丁碧军说，来药店买药的人多多少少有时心情不大好，我们做营业员的只能将心比心，多聆听、多解释，解疑答难，我想顾客总能理解的。

丁碧军参加工作十几年来，从未受到过顾客的投诉，有的老年顾客耳朵听力不好，她重复一遍又一遍；有的顾客搞不清楚药品的报销标准，问了一遍又一遍，她总会耐心解释说明。慢慢的许多顾客都变成了回头客，有的还成为童涵春堂的会员。童涵春堂南市店所在的区域属于老城厢居住着大约900户居民，老年人居多，丁碧军认为对他们必须做到耐心、细心、周到的药学服务。

丁碧军先后获得了“黄浦区十佳商业服务明星”“黄浦区新长征突击手”“黄浦区工人先锋号”“黄浦区青年岗位能手”等荣誉称号，并当选第十五届上海市人大代表。丁碧军表示，这份荣誉是百年老字号的光荣，荣誉的背后觉得更多的应该是责任，在未来的日子里，将持之以恒，继续奋战在一线岗位，秉承“童叟无欺，涵合理中，春生万物，堂堂正正”的堂志，用专业的药学服务，用心对待每一位顾客。

黄晓雯：三尺柜台大文章

黄晓雯自1998年进入东方商厦DAKS品牌销售一直工作至今，在一线营业员岗位上工作超过了20年。她以娴熟的商品知识，精湛的销售技巧，务实、勤恳的工作作风，从而在商场的销售中名列前茅，经常获得顾客称赞和好评。

在市场竞争激烈、实体商场客流持续下降，如何才能销售上有所突破？黄晓雯挖掘潜力、开拓思路、寻求支持，千方百计提升销售业绩，她有自己的一套独特方法，做好三尺柜台大文章。

◎精挑细选，货品充足

由于每家店铺的目标顾客不同，所以在进货中如何调整货品比例是大有讲究的。黄晓雯对自己商场的消费群体十分熟悉，她善于根据顾客的不同需求，来确定货品的款式、数量等，以尽可能精准的备货来满足顾客的需要。

有一天晚上临近下班等时候，有两位女性顾客走到DAKS柜台，黄晓雯热情接待了她们。这两位顾客对着出样区域的三条围巾爱不释手，黄晓雯见状便邀请她们进柜台内看看，原来柜台里还有许多未展示的款式。顾客表示，她们需要的数量比较多，事先已经在其他地方看过几个大品牌，但都没有看中。当看到黄晓雯将十几种款式同时出现在她们眼前时，欣喜若狂。她们又表示，不仅需要女式羊绒围巾，还需要男士的。顾客的这一需求也没有难住黄晓雯，原来她早已考虑到部分男士顾客的需求，特别准备了一部分经典中性格子风羊绒围巾，以备不时之需。顾客获悉后非常开心，看看围巾，听听介绍，当她们了解到DAKS是一个英伦绅士及名媛钟情的老牌子，衣服及配饰用料精良，透露出低调的奢华，堪为品质和优雅的体现，抚摸这些出自苏格兰优质羊绒的围巾，柔软丝滑，如婴儿的肌肤般温和，不禁露出了满意的笑容。她们共挑选了十八条围巾，但算下来价格要四万多元，便有些犹豫。黄晓雯立马又为顾客推荐了几款价格低一点的苏格兰羊毛围巾，虽然是羊毛的，但手感并不逊色，使顾客不但能实现购买需求，还解决了预算金额问题，她们表示非常满意商品推荐和细节服务，最终一笔3.8万元的生意达成了。



黄晓雯

DAKS 东方商厦旗舰店店长
2018 年上海商业销售能手

◎抓住团购，确保销售

东方商厦一直以团购销售为主，虽然DAKS现在属于女士精品商场，团购较以往大幅下降，但黄晓雯对于团购客户的维护一直没有放弃，尤其是对一些老顾客一直保持不间断的联系，并对顾客的需求了如指掌，只要有相关货品折扣活动便及时通知，赢得了顾客的极大信任，因此依旧保持了一定数量的团购业务。

◎VIP活动，准备充分

每年品牌的VIP活动都是商场销售的重中之重。为了做好相

关活动，黄晓雯边备足货品边重新梳理老客户名单，并安排柜台员工逐一通知到人。她还主动寻求商场的支持，利用商场微信平台进行微信推送，这样无论是品牌VIP还是商场VIP都能收到相关活动的信息，起到渠道畅通的宣传作用。同时，对一些活动期间不能到场的VIP顾客，还可进行提前预售，既能加强与老顾客的情感维系，也为活动奠定了基础，促使同期业绩不断得到提升。

◎配合商场，助力营销 由于商场逢年过节都有大型的营销活动，黄晓雯认为，借用商场的营销宣传，做好品牌的销售无疑是省时又省力的事情。一年一度的内购会是东方商厦的重头戏，为了做好内购会，黄晓雯绞尽脑汁。她一方面四处调配货品，确保货源，另一方面对VIP顾客进行梳理，有针对性地进行联系，还利用微信进行预售，一次内购会便取得了20万元的销售业绩。

◎群策群力，加强协作 俗话说：一个好汉三个帮。黄晓雯作为柜长，深知柜台销售也要发挥团队的作用，柜员之间需要团结协作。她根据每个人的特长，合理安排柜台事务，从货品验收、陈列出样到VIP维护、销售结算，每个人都有侧重点，又相互配合、相互督促。在销售中，她也会听取员工建议，合理调整销售方式，为提升业绩共同出谋划策。

黄晓雯就是这样在工作中满怀激情、积极主动，带动柜台员工一起积极应对各种挑战，用团队的力量和聪明才智取得销售的成功。

陆君：展现“让女人更美丽”的服务理念

陆君担任内衣门店店长九年来，一步一个脚印，踏实工作。她将各项工作任务细化分解，全力以赴地完成每年的各项销售指标。对于工作中遇到的问题及时分析总结，不断提高整体工作效率，将各项工作有条不紊地加以提升和优化，使流程更加系统化、条理化。

◎熟知产品特性，注重推介技巧

陆君认为在内衣销售过程中，导购有着不可替代的作用，因此掌握销售技巧、推介技巧很重要。一线员工手上小小的卷尺传递着企业文化、品牌价值。通过这一寸寸的丈量，也表现出每一位员工工作态度和敬业精神。对于顾客问询，陆君自有一套方式方法，既能做到让对方满意，又不显冒失，避免让顾客产生反感。无论服务多到位，最后仍免不了询问价格，尽管有些顾客看到标价是多少，还是喜欢问多少钱，言外之意就是看看有否优惠。陆君总是牢牢把握尺度，将优惠幅度根据顾客心理尺寸递增，但服务内容和态度始终不变，所以顾客对陆君的服务过程总是赞不绝口。

◎**热情服务顾客，秉持一视同仁** 对每一位登门的顾客，陆君都坚持做到一视同仁，不以貌取人，只要进店都是VIP贵宾。哪怕顾客只买低价内衣产品，她都会耐心主动的做好服务，介绍商品，不论高价还是低价，都提供每个品种自身的性价比。陆君坚信只要始终坚持融入“顾客第一，服务至上”的理念，便一定能做好销售工作。有次店里来了一位外地顾客，陆君细心发现顾客的眼神时不时地看了好几次某款内衣品种。于是，陆君马上前去向这位顾客表示欢迎，把顾客迎到服务区，热情向她介绍品牌，然后再询问顾客的需求，最后根据顾客的需求和体型，介绍了适合她的产品，并请顾客进试衣间助教试戴，结果使这位顾客非常满意，表示这是一次非常愉快的购物经历。

◎**保护顾客隐私，懂得换位思考** 每天进店选购内衣的客人繁多，有时不免会接待一些特殊的顾客，她们由于疾病不得已做了乳房切除手术等，而女人都是天生爱美



陆君

古今内衣集团有限公司大华店店长
2018年上海商业销售能手

的，所以术后来店咨询也是遮遮掩掩，生怕被别人看出来。每当陆君接待到这样的顾客时，总是设身处地的能为顾客着想，尽量压低声音，先把顾客请进试衣间，因为试衣间是十分私密的地方，这样也便于和顾客沟通，让顾客消除顾虑。一次，一位顾客进店表示要试穿特殊规格的产品，因为她买了一件漂亮的连衣裙要参加一个聚会，很着急没有适合的内衣，陆君接待了她，并在试衣间帮她试穿产品，顾客怎样试穿都觉得不对称、不自然。此时陆君耐心的开导她，再细致的为顾客调整并解说给顾客听应该怎样穿戴、怎样保养。让顾客打消顾虑，勇敢面对，自信的穿上了连衣裙。还有一次，一对母女来到店里“古今花”品牌柜台前，对着

产品看了又看。陆君便主动上前和她们打招呼，并介绍了产品的性能和特点，其中的女儿听了很满意，选拿了几款文胸去试衣间试穿。妈妈坐在外面沙发上等待，没过几分钟，这位妈妈突然叫住陆君说：“今天就不买了，我们有事要先走”。陆君仍然面带微笑，一边对她说，“没关系，今天你女儿试穿好的尺码我可以帮你预留，欢迎改日再来好了”。一边便不动声色地进行观察，发觉这位妈妈脸色苍白，人也蜷缩起来了，该是胃部不适吧？陆君马上递上一杯热茶，请她先坐一会喝点热水，过了一会这位妈妈的脸色渐渐有了恢复，确实是因她胃不舒服才想离开的。她对陆君说：“真谢谢你，你不仅让我身体舒服很多，而且没有让我感到尴尬，心里感到更舒服。请你也来帮我也量一下尺寸吧，我自己也想买呢”。就这样，在陆君专业指导下，帮助他的女儿挑选了两套内衣，那位妈妈也买了好几个文胸，临走时还连声道谢，称心满意而归。陆君递上的热茶不仅留住了顾客的脚步，更留住了顾客的心。体现了古今细致入微的人性化服务艺术。

陆君以实际行动展现了古今“让女人更美丽”的服务理念，赢得了顾客的赞誉，也赢得了窗口服务行业的示范形象。

加快虹桥商务区建设 打造国际开放枢纽

为打造国际开放枢纽，建设国际化中央商务区、国际贸易中心新平台，11月13日，上海市印发《关于加快虹桥商务区

建设，建设打造国际开放枢纽的实施方案》，提出把虹桥商务区建设成为上海改革开放再出发的重要主战场、服务长三角一体化发展国家战略的排头兵、持续办好中国国际进口博览会的主力军、打造国际一流营商环境的践行者。

5月13日，中央政治局会议审议通过的《长江三角洲区域一体化发展规划纲要》对虹桥商务区明确了新的定位，要致力打造虹桥国际开放枢纽，提升服务国家发展大局能级，建设国际化的中央商务区 and 国际贸易中心新平台，形成服务长三角联通国际的枢纽功能。此次经上海市委常委会审议通过的《关于加快虹桥商务区建设，打造国际开放枢纽的实施方案》，进一步明确了虹桥商务区的定位和目标，提出了对标国际、面向全球，打造国际开放枢纽的实际举措和政策支撑，实现151.4平方公里商务区整体协调发展。

《实施方案》的基本内容

◎明确了总体要求。一是指导思想。以习近平新时代中国特色社会主义思想为指导，贯彻新发展理念，践行一体化高质量发展要求，增强服务长三角、联通国际的枢纽功能。二是基本原则。坚持高起点规划引领，坚持高水平功能开发，坚持高质量融合发展。三是区域范围。按照街镇建制提升的原则，进行规划建设管理和功能打造的统筹，实现151.4平方公



里商务区整体协调发展。四是发展目标。2022年，成为带动区域经济高质量发展的重要引擎。2025年，基本建成虹桥国际开放枢纽。

◎明确了重要举措。一是建设一流的国际化中央商务区。包括：打造现代服务业发展高地。提升国际高端都市商业功能。做优做强特色园区和特色楼宇。形成高品质商务活动集聚区。推进虹桥国际人工智能中心建设。二是建设开放共享的国际贸易中心新平台。包括：打造进出口商品集散地。促进各类贸易平台集聚。培育高能级贸易主体。率先打造全球数字贸易港。三是增强联通国际国内的开放枢纽功能。包括：打造总部经济集聚高地。推动会展经济提质增效。提高招商引资质量和水平。集聚高能级国际组织和机构。实现更高水平“走出去”。助推长三角高质量一体化发展。探索重点领域开放的先行先试。四是营造国际一流的商务生态环境。包括：加快智慧虹桥建设。推动绿色低碳发展。创设虹桥国际商务人才港。提高公共服务配套水平。建设协同高效的一体化综合交通体系。实施更大力度的支持政策。

◎明确了保障措施。一是发挥党建引领作用。二是优化完善管理机制。三是形成区域发展合力。



《实施方案》的主要亮点

◎全面对标国际，面向全球。对标国际最高标准、最好水平打造虹桥国际开放枢纽，推动高端商务、会展、交通功能深度融合，依托大交通构建对内对外国际枢纽，依托大会展打造国际贸易中心新平台，依托大商务建设国际化中央商务区，持续放大中国国际进口博览会溢出带动效应，营造具有国际竞争力的商务生态和营商环境，断增强全球高端资源要素集聚和



配置能力，加快提升区域发展能级和核心竞争力，打造服务引领长三角更高质量一体化发展的重要引擎。

◎区域发展规划更加统筹。为放大辐射带动效应，在虹桥商务区86.6平方公里基础上，将四至范围外、所涉街道（镇）区划范围内的64.8平方公里区域作为拓展区，推进虹桥商务区与拓展区共151.4平方公里整体协调发展，进一步实现产业功能统筹、交通基础设施统筹、建设标准统筹和政策管理统筹。

◎阶段性目标细化明确。到2022年，集聚一批高能级贸易主体和功能型平台，形成若干总部经济、平台经济、数字经济、会展经济等现代产业经济集群，成为带动区域经济高质量发展的重要引擎。到2025年，虹桥商务区服务长三角、联通国际的枢纽功能不断提升，成为具有世界水准的国际大型会展目的地，成为总部



企业、国际组织和专业机构首选地，成为国际商务资源集聚、贸易平台功能凸显、各类总部企业活跃的经济增长极，基本建成虹桥国际开放枢纽。

◎中央商务区国际影响力凸显。

一批新技术、新产品、新服务将在虹桥商务区推出和应用。重点在人工智能、物联网、卫星定位、大数据、航空服务、科技服务、大健康医疗和绿色金融等产业做大做强。通过开展离境退税“即买即退”试点、建设中高端消费品发布展示中心等，提升国际高端都市商业功能，形成全球知名品牌区域消费中心、国际化消费体验中心。在区域内实施“一地一策、一楼一案”聚商，打造贸易、科技、文化创新园区和特色楼宇，形成高品质商务活动集聚区。

◎**开放共享国际贸易中心新平台。**建设一批面向“一带一路”的商品直销平台、国别商品交易中心、专业贸易平台和跨境电商平台，培育壮大一批贸易集成商，加快虹桥进口商品保税展示交易中心建设，高水平建设虹桥商务区保税物流中心（B型），打造长三角国际贸易走廊。通过整合跨



省、跨城国际贸易产业链及贸易流量，构建一体化互联互通综合国际贸易产业及物流体系。以虹桥商务区为核心区域，建设上海数字贸易国际枢纽港，通过搭建数字贸易资源配置和项目对接功能平台、数字贸易交易促进平

台，引进培育一批数字贸易创新市场主体，集聚培育一批高能级跨境电商龙头企业和上下游产业链企业，构建区域内公共数据资源开放共享体系。

◎**更大力度的政策支持。**加大财政支持力度，支持虹桥商务区重大基础设施和重点产业及其项目建设，扩大虹桥商务区专项发展资金规模，加大对虹桥商务区内重点功能打造、人才引进、产城融合等项目的支持力度。探索和鼓励建设用地综合化、复合化兼容利用。完善国土空间规划的调整机制，合理提高商办、会展、物流、研发等土地利用强度，促进土地高质量利用。强化计划总体控制，统筹做好年度土地利用计划、土地储备计划、土地出让计划、重大投资项目计划等的制定实施，严格执行相关开发标准，强化开发时序控制。加大金融服务力度，鼓励金融机构对虹桥商务区内创新型企业加大资金支持力度，加快建设相关主导产业和重点项目设施。

◎**重点领域开放先行先试。**聚焦产业链关键环节，吸引各类跨国公司地区总部、民营企业总部、贸易型总部等，引导总部企业向价值链、产业链、创新链高端发展，推动跨国公司地区总部向亚太总部、全球总部升级。依托国家会展中心（上海）打造具有国际竞争力的会展集团。依托进博会平台，开展国别招商、以商招商、产业链招商等投资促进活动，加快引进更多高能级项目。引进具有影响力的国际经贸组织、贸易促进机构、商协会等入驻，吸引商务流、资金流、信息流等要素集聚，在数字贸易、金融服务、信息服务、会展服务等领域打造全方位开放的前沿窗口。

◎**商务生态环境更具国际竞争力。**一是厚植国际人才优势。加大专业性、国际化、创新型人才引进力度，创新国内外高端人才服务机制，提升面向长三角的海外人才就业服务功能，建立外籍高层次人才申请永久居留和工作居留直通车制度。二是强化公共服务配套。推动一批高水平教育、医疗和文化体育等公共服务项目落地，优化医师区域注册管理制度，支持设立面向全国的外籍人员子女学校，鼓励外商投资建设文化场馆。打造世界一流的绿色低碳发展商务区。



三是建设“智慧虹桥”。加快5G基础设施建设，推动光纤宽带网、无线宽带网、移动物联网深度覆盖，完善商务区新型城域物联专网平台，形成全区域覆盖、跨区域协调、统一监管的管理指挥平台。

◎**服务和融入长三角一体化。**虹桥商务区在着力开发建设和功能打造的基础上，进一步强调服务和融入长三角一体化发展战略。一是实现有机衔接，从指导思想、重点内容、推进实施等多方面做好总体方案与长三角一体化发展规划纲要的有机衔接；二是突出协同创新，探索研究建设G50长三角国际贸易走廊，支持推进虹桥——嘉定——昆山——相城等一批功能性科创走廊建设；三是强化带动引领，支持商务区优势产业向长三角地区拓展形成产业集群，加强商务区与海关特殊监管区域、临港新片区、长三角一体化示范区等联动，放大辐射带动效应。

互联网十大热词



1 人工智能(简称AI) 是研究、开发用于模拟、延伸和扩展人工智能的理论、方法、技术及应用系统的一门新技术科学。人工智能领域的研究包括机器人、语言识别、图像识别、自然语言处理和专家系统等。其标志性事件是2016年3月12日,世界围棋冠军李世石遭遇三连败,五番棋比赛中谷歌AlphaG。最终赢得胜利,这足以见人工智能的强大。

2 大众创业、万众创新 出自2014年9月夏季达沃斯论坛上李克强总理的讲话。当时提出,借改革创新的“东风”,在960万平方公里土地上掀起一个“大众创业”“草根创业”的新浪潮。此后,这一关键词成为热词。

3 5G 即为第五代移动通信技术,5G的性能目标是高数据速率、减少延迟、节省能源、降低成本、提高系统容量和大规模设备连接。2019年6月6日,工信部正式向中国电信、中国移动、中国联通、中国广电发放5G商用牌照,中国正式进入5G商用元年。政府高度重视、企业积极抢滩,“中国5G发展引领全球”正在逐步成为可能。

4 VR(VirtualReality) 中文意思是虚拟现实,在20世纪80年代左右提出,具有沉浸感、交互性、多感知性等特点。随着互联网的快速发展,VR虚拟现实技术在现代社会应用范围十分广泛,如三维游戏、融媒VR作品等。

5 互联网+ 2015年《政府工作报告》中,首提制定“互联网+”行动计划,点燃了“互联网+”创新创业激情。

2015年7月,国务院印发《国务院关于积极推进“互联网+”行动的指导意见》。“互联网+”代表一种新的经济形态,其充分发挥互联网在生产要素配置中的优化和集成作用,将互联网的创新成果深度融合于经济社会各领域之中,提升实体经济的创新力和生产力,形成更广泛的以互联网为基础设施和实现工具的经济发展新形态。

6 共享经济 2010年前后,随着Uber、Airbnb等一系列实物共享平台的出现,共享开始从纯粹的无偿分享、信息分享,走向以获得一定报酬为主要目的,基于陌生人且存在物品使用权暂时转移的“共享经济”。2017年《政府工作报告》提出“支持和引导分享经济发展,提高社会资源利用效率,便利人民群众生活”。2018年《政府工作报告》要求“发展平台经济、共享经济”。2019年《政府工作报告》提出“坚持包容审慎监管,支持新业态新模式发展,促进平台经济、共享经济健康成长”。共享经济连续三年被写入《政府工作报告》,是政府对共享经济的肯定,也预示着共享经济未来还有广阔空间,还大有可为。



7 大数据(bigdata) 是指无法在一定时间内用常规软件工具对其内容进行抓取、管理和处理的数据集合。大数据有五大特点,即大量、高速、多样、低价值密度、真实性。大数据的用法倾向于预测分析、用户行为分析或某些其他高级数据分析

方法的使用。大数据技术的战略意义不在于掌握庞大的数据信息,而在于对这些含有意义的数据进行专业化处理。换言之,如果把大数据比作一种产业,那么这种产业实现盈利的关键,在于提高对数据的“加工能力”,通过“加工”实现数据的“增值”。

8 云计算(cloudcomputing) 是分布式计算的一种,指的是通过网络“云”将巨大的数据计算处理程序分解成无数小程序,然后通过多部服务器组成的系统进行处理和分析这些小程序得到结果并返回给用户。现阶段所说的云服务已经不仅仅是一种分布式计算,而是分布式计算、效用计算、负载均衡、并行计算、网络存储、热备份冗余和虚拟化等计算机技术混合演进并跃升的结果。现如今,云计算被视为计算机网络领域的一次革命,因为它的出现,社会的工作方式和商业模式也在发生巨大的改变。

9 物联网(TheInternetofThings,缩写:IoT) 是基于互联网、传统电信网等信息承载体,让所有能行使独立功能的普通物体实现互联互通的网络。其应用领域主要包括运输和物流、工业制造、健康医疗、智能环境(家庭、办公、工厂)等,具有十分广阔的市场前景。

10 区块链(Blockchain) 是借由密码学串接并保护内容的串连交易记录(又称区块),是分布式数据存储、点对点传输、共识机制、加密算法等计算机技术的新型应用模式。区块链本质上是一个去中心化的数据库,同时是一串使用密码学方法相关联产生的数据块,每一个数据块中包含了一批次比特币网络交易的信息,用于验证其信息的有效性(防伪)和生成下一个区块。



客从八方来 器成走天下

陶瓷在英语里叫作“China”，人们自然而然会想到中国，因为在英语里中国也叫作“China”。对陶瓷稍有了解的人肯定知道景德镇，景德镇从元代开始就是皇家官窑的所在地，据说China的由来与“客从八方来，器成走天下”的景德镇颇有渊源。作为一家坚守六十年专售景德镇瓷器的老字号商店，上海景德镇艺术瓷器有限公司与景德镇陶瓷也颇有渊源。

公司创始于1959年，前身是静安区日用杂品公司下属的“精丽陶瓷商店”，2001年改制为“上海景德镇艺术瓷器有限公司”。六十年来，公司始终立足于繁华的南京西路商业街深耕经营，经历了从计划经济到改革开放市场经济的时代，也走过了中国经济的大变革、发展最为迅速的时期。从当时上海百余家国营大中型瓷器商店的激烈市场竞争中一路走来，一直到目前上海滩独此一家国营瓷器商店，经受住了市场大浪淘沙的考验，也博得了“老字号”瓷器品牌商店的称号。在六十年的经营中，公司不断探索创新，按照市场需求适时调整经营思路与商品结构，从当初经营中低端陶瓷制品、搪瓷制品、玻璃器皿、铝制品到如今与景德镇五大瓷厂达成了长期合作，成为景德镇瓷器专营店，通过不断努力调整理念，秉持以“艺术瓷器日用化，日用瓷器艺术化”为主旨，专注于经营景德镇出产的名人名家瓷器作品、仿古精品瓷、中高档陈设瓷和日用瓷，让产品销售往高端景德镇精品瓷器发展并成

为主流，从而更符合南京西路奢侈品销售街区的身份。目前公司与数十位景德镇省级高工和大师、国家级大师与保持长期良好的合作，并有多位景德镇杰出的中青年艺术家的创新作品扎堆在店内展销。正因为如此，公司经营景德镇瓷品都极其精致、趋于完美。公司本着“诚实信誉、顾客至上”为第一宗旨，成为上海专业名特商店、瓷器销售放心店，在国内外享有声誉，成为许多中外瓷器爱好者必



经之地。多年的用心经营也孕育出了一批忠实粉丝消费群的跟随，更是许多收藏者的“挖宝”之地。并先后有十多个国家政府首脑或高官慕名前来参观选购瓷器。公司于2015年7月1日成为上海市第一批境外旅客购物离境退税商店。

景德镇陶瓷始于汉世，历史悠久，以“白如玉、薄如纸、明如镜、声如馨”誉震海外，尤其是熔工艺、书法、绘画、雕塑、诗词于一炉，诚乃“贵逾珍宝明逾镜，书比荆关字比苏”。公司作为有经销景德镇陶瓷的专业老字号商店，许多精品瓷器都在店内常年销售，包括青花瓷、粉彩

瓷、珐琅彩瓷、颜色釉瓷、玲珑瓷、仿古瓷、仿国礼瓷等，大部分瓷器都是真正的纯手工一笔一笔刻画和制作的，釉面细腻晶莹，滋润悦目，镂雕精致，玲珑剔透；工笔浓重细腻，色彩清丽脱俗；构图主次分明，人物形象清俊、娟秀，栩栩如生；皆为匠心独具的佳品。

公司走出了六十年的精彩，创建了这块“老字号”招牌。“老字号”功在继承，胜在创新。如为实现上海购物中心的功能定位，助力静安区后街经济的发展，经过升级改造，陕西北路老字号专业街焕然一新，公司也以全新的面貌与内涵回归，石库门的外墙加现代派的门厅，历史的典雅与现代的灵逸在这里交相辉映，给人一种强烈的视觉冲击。公司除了继续做好原有的经营外，尝试创建精品瓷器私人定制品牌“菁艺轩”的产品创新与推广。不断试水互联网+老字号，让新活力赋能老字号新发展，利用互联网、新媒体把中国的瓷文化不断传承与传播给更多国内外宾客，成为景德镇与上海在陶瓷艺术两地交流上的嫁接桥梁和纽带。将继续寻找挖掘景德镇这两年新晋升的中青年优秀陶艺师与其合作，使公司的创新作品源源不断、生生不息，力求推出的瓷品给消费者的感受匠心独具、精益求精，达到更好的宣传景德镇陶瓷艺术，把这块“老字号”招牌继续传承发扬，继续为弘扬中国瓷器博大精深的艺术魅力做出一份贡献。

（上海日用品行业协会推荐）

◎香蕉通便？小心越吃越便秘

便秘了，很多人的第一反应是吃点香蕉。但其实香蕉对于改善便秘的作用有限，甚至有些人吃了反而更容易便秘。首先，香蕉中含有鞣酸，此类物质有很强的收敛作用，容易使粪便变得干硬，导致便秘，尤其是带有绿色、较硬的未完全成熟的香蕉，所含的鞣酸成分更高了；说香蕉能缓解便秘，主要是因为其膳食纤维，但其实香蕉中的膳食纤维含量还没有苹果、火龙果多。更何况引起便秘的原因众多，肠道菌群失调占的比例更大。



◎木瓜能丰胸？以形补形不靠谱

木瓜能丰胸的说法自古就有，传统认知中是依靠“以形补形”的理论；还有一些人认为其所含的木瓜酵素和维生素A能刺激女性荷尔蒙分泌，有助于丰胸。木瓜素是一种蛋白酶，能促进蛋白质吸收，但进入人体后，会被胃蛋白酶分解，发挥的作用很小；而维生素A也并没有刺激雌激素分泌的作用。虽然木瓜没有丰胸的功效，但其有“万寿瓜”的美誉，富含17种以上氨基酸及多种营养元素，如钾、镁等，而且木瓜含糖量低，每100克木瓜中大约只含有27大卡的热量，有利于体重的控制。



◎柠檬能美白？做好防晒更有效

柠檬中含有维生素C，而从科学的角度，维生素C也的确有减少黑色素生成、美白淡斑的功效，但抛开剂量谈效果都是空的。一颗柠檬中所含的维生素C有限，而且日常多采取泡水饮用，遇水后维生素C又被破坏，所剩无几，而且柠檬水喝多还易导致肠胃紊乱。与其指望柠檬美白，不如注意防晒，当你穿了长袖、戴了帽子，又撑了伞，射到皮肤表面的紫外线减少，黑色素生成自然也就少了。



◎吃醋能软化血管？其酸性还不如胃酸

很多人觉得醋酸都能泡软牙齿、骨头等钙质，那软化血管肯定绰绰有余。但是，醋吃进去后并不会直接进入血管，会在小肠中被碱性消化液中和，其中少量进入血液的醋酸也会被人体自带的稳定系统清理掉，发挥不了作用。而且导致血管硬化的，不只是钙化物，还有成分为脂肪的软斑块，醋则没有溶解脂肪的功效。若为了软化血管大量



吃醋，反而会灼伤胃粘膜和食道。

再者，若是酸性物质真的有软化血管的功能，那我们强大的胃酸自身就能完成了，根本不需要外来物质的帮助，所以别盲目。随着年龄的增长，血管必然会发生老化，可以通过控制血压、血脂，

◎适量饮酒有益健康？不喝更健康

有些人习惯在睡前喝点红酒，认为能美容养颜、助眠，其实不然。专家表示，虽然葡萄酒中含有一些抗氧化物质，但含量极少，并不能起到美容养颜的功效；喝酒助眠也是不可取的，酒精虽能帮助入睡，但会使大脑处于异常活跃状态，导致频繁醒来，而且酒精会使支撑下颌的肌肉松弛，可能导致呼吸道受阻，出现呼吸不畅、打呼噜的现象，反而降低睡眠质量。《美国心脏病学会杂志》曾刊登过一项研究：少量饮酒即可增加房颤风险！心房纤颤可引起心血栓、脑梗等严重后果。因此，酒对人体弊大于利，还是能戒则戒。



◎洋葱、大蒜能辅助防癌？有一定的可能

洋葱的防癌功效，主要来自于所含有的硒元素和槲皮素——硒元素是一种抗氧化剂，能刺激人体免疫反应，抑制癌细胞的生长和分裂，槲皮素能抑制癌细胞活性。大蒜中的硫化物则有很强的抗菌消炎功效，能增强人体免疫功能，而且

有研究人员发现，大蒜摄入量与结肠癌、前列腺癌、卵巢癌、食管癌、喉癌、口腔癌和肾癌呈负相关。但要注意，这两种物质都要避免高温烹饪，而且因刺激性较强，不宜多食。更建议服用其提取物或补充剂之类。除了大蒜、洋葱，其实日常膳食中可以多吃菌菇类食物，如香菇、金针菇、黑木耳等，其所含的多糖体也有一定辅助抗癌的作用。



友情提示：食物最主要的功效还是提供日常所需的能量、蛋白质、维生素，切勿为了达到某些保健作用大量地吃，这样反而可能对身体造成伤害。

食物误区一席谈

警惕电子烟有害健康

电子烟在年轻人日常生活中有多“流行”？抽电子烟真能既“健身”又“美容”？电子烟“未成年人禁令”落实情况如何？



◎劝戒还是劝吸？年轻群体已成电子烟消费主力军

冰镇西瓜、清香绿茶、香芋冰淇淋、白桃乌龙茶……这是专为年轻人定制的电子烟口味；“雾化棒”“能量棒”“天使棒”……这是为年轻人取的电子烟“雅号”；“电子烟花式教学”视频，教年轻人把吞云吐雾当做时尚炫酷。电子烟已向年轻人群加速蔓延。社区超市、便利店常能看到色彩鲜艳、样式繁多的电子烟，摆放在收款二维码的旁边，非常显眼，买起来非常方便，时常能看到一些年轻人购买电子烟，最多的是原本不抽烟的年轻女孩。电子烟主要消费群体是90后甚至95后，因为这些年轻人追求潮酷、敢于尝试。另外，一些网络社交平台、视频平台上，大量充斥着专门年轻人玩电子烟的视频，还有不少文章鼓吹电子烟无害和所谓电子烟时尚，将电子烟称为“新一代年轻一代不可或缺的时尚配件”。

中国疾控中心数据显示，与2015年相比，接受调查的人群中，听说过、曾经使用过和现在使用电子烟的比例均有提高；年轻人使用电子烟比例相对较高，15-24岁年龄组最高。很多年轻人把电子烟作为娱乐休闲时吸一吸的玩具，这对健康有害。虽然电子烟不含焦油，但尼古丁依然有害健

康，有些电子烟的尼古丁含量甚至超过传统卷烟。

◎电子烟商家争夺年轻人市场“套路”多

为争夺年轻人市场，电子烟商家们还形成了一系列“套路”：一打“三观牌”。名为鼓吹价值观，实为鼓吹电子烟。有一篇讲述电子烟推销员心路历程的文章出现在多个网络社交平台、青年群组。该文除用细腻的文笔讲述某电子烟推销员的“奋斗”经历之外，还着重强调了“合格的电子烟比卷烟对身体的影响小，不对周边的人造成二手烟危害。所以，电子烟是个‘减害’的产品，是卷烟最好的替代者”等观点。经调查，该文实际是



某电子烟品牌的推广“软文”。有公关人员同时向多个500人微信群发出文章链接，并配上转发语和微信红包求转发。这也是当前电子烟品牌推广的常用方法。二打“健康牌”。声称吸电子烟能戒烟、强身、美容。不少品牌电子烟不仅回避产品中尼古丁等成分的危害，还自我标榜“健康”。有的声称产品中含有维生素、胶原蛋白、褪黑素、乳酸菌等多种有益成分，吸食后不仅不伤身体，还能够提高免疫力、美容抗衰老、提神醒脑、安神助眠、益脾护肺、消除疲劳、解酒醒酒……三打“创业牌”。以“创业”为名鼓动年轻人代理产品，提升人气。交6000元货款成为二级经销商，交30000元货款成为一级经销

商，交15万元货款直接成为联合创始人。从多家电子烟品牌处了解到，有企业专门招收年轻人，特别是年轻女性做代理商，引导他们通过发布渲染时尚、高档气氛的朋友圈等方式向同龄人推销电子烟，经营烟友圈。

◎落实电子烟监管仍有难处

电子烟容易以时尚的方式诱导青少年先接触电子烟，之后可能就接触传统的烟草。许多电子烟产品所含的尼古丁浓度标识模糊，容易导致使用者吸食过量，同时电子烟的器具还存在着电池爆炸、烟液渗透、高温烫伤等安全风险。鉴于电子烟具有不安全性，对青少年健康行为习惯的形成会存在影响，所以必须严格加强电子烟的监管。

加强监管并减少电子烟对年轻人不良影响虽已成各方共识，但要落实仍有一些难处。2018年有关部门明确规定我国市场主体不得向未成年人销售电子烟。一些出售电子烟的超市，售货员并不询问购买者年龄，也不要求出示身份证购买。还有一些设置了自动结账系统的便利店，购买电子烟后可自主结账离店，无任何确证年龄环节。除正规渠道外，在一些社交媒体上、朋友圈微商处甚至还能轻易买到非法入境的电子烟产品或耗材。另外，缺少权威、明确、统一的行业标准和监管部门也不利于提升监管效能。



当前，一些地方正着手加强对电子烟的规范和管理。期待将电子烟及早全面纳入控烟范围。



(2016.9 - 2017.2)

● 2016 年

9.6. 上海市商业联合会沉香专委会召开年中工作会议暨沉香标准制订推进会。

9.9-10.9. 上海市商务委、市经信委、市旅游局、市文广影视局主办，市商业联合会承办“2016上海购物节”，本届购物节主题为：新消费、新体验、新联动。



10.12.2016 全国部分经济中心城市商业联合会（总会）联席会议在青岛召开，上海市商业联合会常务副会长蔡鸿生率队参会。会议交流了各地的做法与经验，并就商协会脱钩改革进行了讨论。



10.13. 在 2016 江苏省太仓（上海）招商投资说明会上，太仓市人民政府与上海市商业联合会签署《战略合作协议》，共建沪太两地商贸流通业交流合作平台。

10.13. 第七届“银联杯”收银员职业技能竞赛上海地区总决赛在上海电信培训中心举办。上海市商业联合会副会长兼秘书长刘荣明、银联上海分公司总经理陈刚亲临现场做赛前动员讲话和观摩指导。

10.17. 上海市商业联合会秘书处根据向全体理事书面征询反馈意见，形成第四届理事会决议：同意撤销市商

联会南京路步行街企业、对外经济、质量及价格四个专业委员会，注销购物中心专业委员会。



10.20. 上海市商业联合会党委举行“两学一做”第三专题学习教育会，布置学习计划，并提出具体要求。



10.20. 上海市商业联合会党委组织各直属支部、双重管理支部书记及部分秘书长前往苏宁奉贤物流中心考察学习，实地观摩自动化商品进出库和信息化拣配、调拨、包装等流程。



11.16. 上海市商业联合会党委召开支部书记学习会，重点学习十八届六中全会精神，并结合“两学一做”第四专题开展学习教育。

11.23. 上海市商业联合会会同上海市慈善基金会联

合召开第 23 届“蓝天下的至爱——千店慈善义卖”活动工作推进交流会。市商联会副会长兼秘书长刘荣明出席会议并讲话。



11.29. 上海市商务委员会支持、上海市商业联合会主办 2016 年上海市“诚信兴商”暨“创先争优”总结宣传推广会在车享网举行。会议由常务副会长蔡鸿生主持，副会长、东方国际集团董事长吕勇明宣读表彰决定，会长任文燕发表讲话，市商务委刘敏副主任与会致辞。会议对 2016 年上海商业十大杰出人物、31 个服务品牌（柜组）、14 名服务品牌（个人）、28 名技术能手、19 名销售能手进行了表彰和颁奖。市商联会整理汇编《人物、品牌、能手——2016 年上海商业服务先进荟萃》。



12.29. 上海市商业联合会召开区工作例会，各区商联会会长、秘书长等 50 余人参加会议。会议由市商联会常务副会长蔡鸿生长主持。会议并被通报了 2016 年工作总结和 2017 年工作思路。

● 2017 年

1.1. 第二十三届“蓝天下的至爱——汇流成河，助老崇德”2017 年千店慈善义卖活动在徐家汇 T20 大厦拉开



帷幕，市慈善基金会理事长冯国勤、市文明办主任潘敏、徐汇区区长方世忠、市商联会副会长兼秘书长刘荣明等领导共同启动 2017 千店慈善义卖活动。

1.16. 上海市“销售真牌真品，保护知识产权”承诺活动工作交流会在上海电信培训中心召开。市商联会副会长兼秘书长刘荣明代表活动办公室报告 2016 年承诺活动推进情况，市知识产权局芮文彪副局长作动员讲话。

2.8. 市商联会党委举办“闻鸡起舞，共话发展”书记劳模新春座谈会，各直属和双重管理党支部书记、商业劳动模范交流发言，市公务员局考核奖惩处林敏处长应邀出席并讲话。



2.10. 市商联会举办新春联谊会，任文燕会长向大家致以新年问候，常务副会长蔡鸿生致词，百余位会员单位相聚一堂，共话新春。

2.15. 市商联会沉香专委会召开新春座谈会，沉香专委会主任周伟珠做主题发言，总结 2016 年，展望 2017 工作。常务副会长蔡鸿生、副会长兼秘书长刘荣明与会，市商务委副主任吴星宝等嘉宾和会员共 40 人出席。



2.20. 市商联会党委召开 2017 年工作会议，通报 2016 年党委工作和 2017 年打算，并组织观看中纪委宣传部电视专题片《打铁还需自身硬》。党委书记刘荣明与各支部书记签署了本年度《党风廉政建设责任书》。

2.24. 市商联会召开四届七次理事会，会长任文燕主持会议。会上审议通过《上海市商业联合会第四届理事会工作报告（草案）》和《上海市商业联合会第四届理事会财务收支报告》，并经过表决，同意将上述报告与换届筹备相关报告材料一并提交会员大会审议。



2019 销售真牌真品 保护知识产权
AUTHENTIC BRAND GENUINE PRODUCT

上海市“销售真牌真品，保护知识产权”承诺活动办公室 制
PROVIDED BY SHANGHAI “AUTHENTIC BRAND , GENUINE PRODUCT” OFFICE