

上海商联



上海市商业联合会

SHANGHAI COMMERCIAL ASSOCIATION

.2019



用爱与科技双驱动
为家庭和企业提供双管家

李尉

家政服务进社区 美好生活新体验

2019年10月(总31期)

上海市连续性内部资料准印证(沪)第0827号

SHANGHAI COMMERCIAL ASSOCIATION



内部资料
免费交流

市场巨变

上海，是消费文化浓厚的城市，在中国商业发展史上，一直有着举足轻重的地位。开埠以后，上海依托优越的港口和区位优势，成为远东第一大商业城市。彼时，欧美最炙手可热的商品、最新上映的电影、最流行的时尚服装，都曾第一时间出现在上海滩的繁华街头。新中国成立后，上海商业开始了新的发展历程，改革开放前的30年中，上海商业发展尽管几经曲折，仍保持着中国最大商业城市和商品流通中心的地位。1978年全市社会消费品零售总额54.1亿元，比中国经济恢复结束时的1952年增长3.9倍。

改革开放赋予上海商业“新活力”。1978年以来，上海商业积极进行商贸流通体制改革，率先引进国外先进的商业企业和技术，实现了一次又一次历史性跨越，用较短的时间完成了发达国家百年的商业演化进程。总体可以划分为3个阶段：1978—1991年，是上海商业由计划向市场转型的改革探索阶段，通过建立开放式、多渠道、少环节和多种经济成份参与的新流通体制，推动经济发展，告别了长期以来的商品短缺的困扰。1992—2000年，上海商业系统传达贯彻党的“十四大”精神和邓小平同志南巡讲话，进入全面改革开放的新阶段，通过外资商业进入、企业自主改革、连锁业态发展和商业民生工程全面推进等改革开放措施，为上海商业的市场化、国际化、现代化发展奠定了基础。2001年至今是上海商业升级转型的发展阶段，按照WTO规则，全面开放上海市场，培育各类商业新业态、新模式，积极发展电子商务，建设和完善各类市场，向世界展示了一个国际化、现代化的上海商业。

从建国初期的百废待兴到改革开放、跨越新世纪的百花齐放，上海商业

取得举世瞩目“新成就”。**一是商业规模几何式增长，成为经济社会发展的“压舱石”。**全市商品销售总额从1978年的303.4亿元增长到2018年的11.9万亿元，增长394倍；社会消费品零售总额从1978年的54.1亿元，增长到2018年的1.27万亿元，增长234倍。2018年商贸领域全行业从业人数超过327万人，比1978年的40万人



增加了287万人，贡献了全市约四分之一的就业机会。商贸业税收总额突破2000亿元，对全市税收增长的贡献率超过三分之一。**二是商业格局不断扩大，丰富、便利了市民的生活。**改革开放前，上海的商业街主要是南京路、淮海路、四川路、豫园商场这“三街一场”，现在已经形成了市级商业中心、地区级商业中心、社区商业中心加特色商业街区“3+1”布局体系，市级商业中心15个、地区级商业中心超过30个、特色商业街区67个。中心城区南京路、南京西路等市级商业中心通过更新改造、业态优化、品牌调整等，加快向世界级商圈发展。郊区逐渐形成一批现代化新城商业中心和轨交站点型商业中心，建成一批商旅文体融合

项目。社区商业加快布局建设，逐步向精细化、集成化、平台化发展。**三是商业开放引领全国，新业态、新模式不断涌现。**上世纪90年代以来，上海商业设施进行了“脱胎换骨”的改造，创造了多个全国第一：1987年成立全国第一家商业股份公司豫园商城股份有限公司；1989年全国第一家中外合资餐饮公司肯德基外滩门店开业；1991年全国第一家连锁经营超市上海联华超市公司成立并开出第一家超市；1992年全国第一家中外合资商业零售企业上海第一八佰伴新世纪商厦开业。伴随着轨道交通建设和住宅建设，深入社区、延伸郊区，各种新业态新模式加快发展，商业、文化、展览展示相结合，零售与餐饮跨界，线上线下融合，无人店、无人餐厅兴起，盒马鲜生、超级物种等跨界零售新物种竞相登场，食行生鲜、万有集市等“互联网+社区服务”新模式百花齐放。2018年，网上商店零售额突破1500亿元，占社会消费品零售总额的11.9%。**四是打响“上海购物”品牌，国际消费城市建设成效显著。**去年超过3000个国际国内品牌在上海首发，新进首店超800家，国际品牌首店约占全国半壁江山。上海全球零售商集聚度达55.3%，位列全球城市第二。仲量联行发布的报告称，上海是全球十大最具吸引力零售目的地市场之一。上海服务境外旅客人数、退税商店开单数和退税商品销售额均居中国第一，总量占全国60%以上。上海时装周已成为时尚产业“亚洲最大订货季”，全年发布会超过180场次，居全球第三。

市商业联合会成立以来，充分发挥上海商业服务行业枢纽型组织的功能，以联合、服务、自律、创新为宗旨，服务企业、规范行业、发展产业，为上海商业的发展繁荣做出了突出贡献，在支

持举办上海购物节、营造诚实守信的消费环境、开展商业领域高技能人才培养等方面发挥了特殊的作用。

站在新的坐标起点上，我们将以习近平新时代中国特色社会主义思想为指导，围绕全面提升城市能级和核心竞争力，结合商务部门工作实际，实施好中央交给上海的“三大任务一大平台”，就是上海增设自贸试验区新片区，在上交所设立科创板并试点注册制，推动长三角更高质量一体化发展，持续办好中国国际进口博览会，加快构建更高层次的开放型经济新体制。**一是要持续放大进博会溢出带动效应。**对标更高要求、展现更好水平、营造更优环境、激发更多创新，努力做到展会升级、服务升级、形象升级、成果升级，提供一流城市服务保障，确保办成国际一流博览会。聚焦持续放大溢出带动效应，大力吸引更多新技术、新产品、新服务和优质项目落地。**二是要抓住自贸试验区新片区建设的重大机遇。**以更大力度的开放，激发增长动力。加大开放领域自主探索力度，大幅度缩减跨境服务贸易负面清单，深化制度创新拓展贸易功能，推动离岸转手买卖业务常态化运作，并探索有竞争力的税收制度安排。推动一批全球维修和再制造项目落地。**三是要强化协同助力长三角一体化发展。**紧扣“一体化”和“高质量”两个关键，坚持项目化、清单化推进，更好服务国家战略。构建完善多层次、宽领域合作机制，夯实商务领域长三角一体化发展的基础。要以重大项目建设为引领，提高商务领域长三角一体化工作的集中度和显示度。持续丰富全市项目清单，不断推动商务领域长三角一体化走深走实。

去年以来，市委市政府出台了全力打响“上海购物”品牌三年行动计划和促消费29条。我们将坚决贯彻市委市政府决策部署，以提升消费贡献度、消费创新度、品牌集聚度、时尚引领度、

消费满意度为着力点，推进上海商业高质量发展，全力打响“上海购物”品牌，加快上海国际消费城市建设。**一是聚焦总体规划和重点领域，提升商圈商业街能级。**推动商业设施建设和业态布局与人口分布、消费需求、交通体系、环境保护等相协调。深入推进南京路步行街改造提升，重塑“中华商业第一街”形象。加快打造南京西路后街集群，支持自贸区新片区、长三角一体化发展示范区和虹桥商务区商业加快发展，引导徐家汇、五角场、愚园等商圈打造特色鲜明的区域商圈，培育20条左右特色鲜明、服务优秀、管理完善的精品特色商业街区。**二是聚焦首发经济和品牌培育，丰富高品质商品供给。**发挥进博会溢出效应，打造虹桥品汇项目，推动国别商品中心、跨境电商平台、国别商品周等加快发展。发挥上海时装周品牌培育集聚功能，大力培育本土时尚设计师和设计师品牌。继续推进老字号创新发展和营销推广，继续做大做强“首发经济”，打造“全球新品首发地”，做强一批新品发布专业平台和新品首发地标志性载体。**三是聚焦商业技术业态模式创新，打造新零售策源地。**鼓励商业企业利用移动互联网、大数据、物联网、生物识别、5G等技术推进数字化改造，开展全渠道营销，增强商业场景化、立体化、智能化展示功能。发展平台经济和数字商务。推动商业企业培育品牌文化，提高核心竞争力，引导商业企业加大自主经营力度，发展自有品牌、直接采购、自营购销等经营方式办好全球零售创新大会、“全球智能新商业峰会”等大型商业会议活动，提升上海商业创新引领辐射能力。**四是聚焦商旅文体融合联动，擦亮上海购物名片。**开展“上海购物”品牌整体形象宣传推广，提高上海国际消费城市的知晓度，打造“周周有活动”“月月有节庆”的消费氛围。持续提升上海购物节、上海酒节、

上海国际婚礼时尚周等商业节庆活动影响力，支持举办汽车文化节、美食节、年货节、家电节、化妆品节、家居博览会等特色活动。**五是聚焦社区商业补短板提能级，增强市民获得感和满意度。**优化社区商业空间布局和服务功能，推动发展社区商业新模式，完善社区商业综合服务功能。加快推进标准化菜市场改造和早餐示范工程，大力发展生鲜电商。深入推进社区便利店连锁化、品牌化发展。创新发展智能化社区商业，推进“互联网+”家政、餐饮、菜篮子、养老、家电维修等服务消费新业态。**六是聚焦提升中高端消费品竞争力，促进消费回流和外来消费。**支持机场、邮轮港等各类口岸出入境免税店加快发展，支持高端品牌奥特莱斯扩大销售规模。服务支持市内免税店加快发展，完善即买即退政策试点，支持境内外离境退税代理机构拓展业务。推动扩大市内免税店销售对象，提高免税额度，发展保免一体化业务。建立国际中高端品牌价格监测比价机制，引导国际品牌零售商缩小国内外价差，提升上海消费品价格国际竞争力。七是聚焦消费环境营商环境双优化，提升消费者和企业感受度和满意度。试点建设南京路步行街信用示范商圈，发布重点商圈商务诚信指数。进一步优化线下大型商业企业七天无理由退货服务。加快推广“一照多址”、“一证多址”“证照分离”、“一业一证”等商事登记制度改革试点，为新业态、新模式发展提供更加开放包容审慎的营商环境。

面向未来，让我们携手努力，共同推进国际消费城市建设，打响“上海购物”品牌，让全国、全世界的消费者“要购物、到上海”！

（本文为2019年9月24日上海市商务委员会主任华源在市商业联合会“市场巨变·上海商业服务业七十年”国庆70周年专题座谈会上的发言）



P4 商联视窗

市场巨变 · 上海商业服务业七十年 我会召开国庆 70 周年专题座谈会

封面人物

上海悦管家网络科技有限公司董事长
荣膺“上海市工商业拔尖人物”



封2 **卷首语** 市场巨变

08 **商联文化** 市场巨变

16 **商联视窗** 首届重要产品追溯展览会在沪举办

18 **商联短波**

13 **观象台** 南京路步行街迎来开街二十年

14 **走进进博会** 2019 进博会前奏曲

专家谷

20 新中国 70 年上海商业回顾和展望

21 中华老字号品牌文化与创新

会员传真

22 依托供应链创新转型 实现供给侧终端升级

24 质量安全永远在路上

25 不断完善生产体系建设 提升乳品质量管理水平

26 严格控制生产流程质量 不断提升旗袍制作技艺

27 改进服务流程 缩短交易时间

28 以质量求生存 以质量求发展

29 将全流程质量监控应用于团餐供应

会员之家

30 立足于金山区商业经济的发展

31 品质生活 便利中国

32 新黄酒 新体验

33 打造国内一流的现代会展民营企业

34 坚持高起点高标准打造现代化全产业链企业

35 让更多家庭体验到高品质的家政服务

人物志

36 两代商业劳模：老马与小马

P9 上海购物节

购物节申城消费谱新篇



- 37 糖艺达人刘福焕
- 38 彭 飏：助力企业打好精准扶贫攻坚战
- 39 徐长鸣：心系富春 服务于行
- 40 徐 波：立足产品研发 助推产业化推广
- 41 鲍志华：勤思善学 敢作善成

政策解读

- 42 小切口服务大民生
- 44 促进消费“20条”来了！
- 45 **聚焦大健康** 健康中国人的50条标准

商品微信

- 46 牛奶纤维的学问
- 47 小议锂电池

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：上海市静安区新闻路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10月25日出版

（内部资料 免费交流）



市场巨变·上海商业服务业七十年

我会召开国庆70周年专题座谈会



9月24日，上海市商业联合会在锦江小礼堂召开“市场巨变·上海商业服务业七十年”——国庆70周年专题座谈会。冯国勤、周太彤、任文燕等曾经分管过本市商业的老领导、现任市商务主管部门领导、曾在本市商业主管部门担任过领导职务的一批“老财贸”与商业服务业行业协会、商业企业代表们欢聚一堂，回顾过去，展望未来，共话上海商业70年来不凡的发展历程。座谈会由市商联会常务副会长吴星宝主持。



市商联会老会长任文燕宣读了关于授予王相道、甘总泽、沈思明、张广生、张俊杰、张新生、徐立夫、崔善江等同志“上海商业服务70年历史贡献奖”荣誉的决定，冯国勤为获奖代表颁奖。冯国勤、周太彤，以及张俊杰、张广生等市、委办老



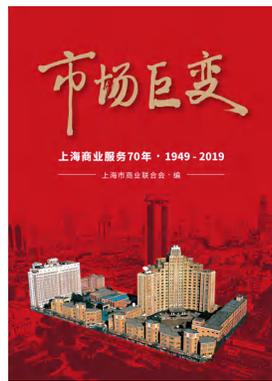
领导先后满怀深情地作了即席讲话。



市商联会会长蔡鸿生致词。他说，今年恰逢新中国成立和上海解放七十周年，上海市商业联合会的同仁们共同商议做两件事，一是组织一次纪念会，二是编一本纪念册。两件事得到了市商务委华源主任的认可和支

持。今天，纪念座谈会如期顺利召开，我首先代表市商联会对前来参加会议的各位新老领导、各位同行、各位会员表示衷心欢迎和感谢。他指出，追根溯源，上海是怎样的一座城市？当问及日常生活在这里的主人

和到访这里的客人，大多会回答：一个大都市，一座带“商”的城市。“商业”是与这一城市与生俱来的印符。就历史沿革而言，一百多年以来，中国诸多引领商业潮流，引领时尚的源头都从这里开始，店铺栉比、百货杂陈、车水马龙、摩肩接踵、高楼林立、万商云集、灯红酒绿、繁荣繁华，由此而呼之欲出的现代市政设施，各种社会服务自然也由此催生。然而，这种奇异繁华的轨迹与市民日益增长的生活需求和改善，与经济社会发展的推动力一度不能相适应。70年前，历史车轮进入了新的道路，从那时起，在中国共产党和人民政府的领导下，团结各界人士，拨开迷雾、打击违法、发展经济、保障供给，取得了不可磨灭的历史成绩。这里必须提及的是，所有这些业绩的创造，是称之为“海商”的队伍所成就的，因为这支商业服务业的百万职业大军，从事着城市生活中须臾不可



缺的铺垫劳作，才有了上海商业的繁荣。积淀的历史价值，海商“契约”文化的美誉，他们理应得到历史和社会的尊重，只有这样，城市的生命才能延续下去，上海始终保持它的都市魔力。今天，在科技力量的推动下，网络、大数据、平台以及新体验生活创新模式等不可抗拒力量的影响之下，

商业服务业的形态、方式正在发生着深刻的变化，无论是投资者、管理者、经营者，一切从业人员都要准备并着眼于一个不断刷新的时代的谋划，这里不会落伍。



市商务委主任华源与会发言。他强调，上海商业从建国初期的百废待兴到改革开放、跨越新世纪的百花齐放，取得举世瞩目新成就：商业规模几何式增长，成为经济社会发展的“压舱石”；商业格局不断扩大，丰富、便利了市民的生活；商业开放引领全国，新业态、新模式不断涌现；打响“上海购物”

品牌，国际消费城市建设成效显著。站在新的坐标起点上，上海商业要聚焦总体规划和重点领域，提升商圈商街能级；聚焦首发经济和品牌培育，丰富高品质商品供给；聚焦商业技术业态模式创新，打造新零售策源地；聚焦商旅文体融合联动，擦亮上海购物名片；聚焦社区商业补短板提能级，增强市民获得感和满意度；聚焦提升中高端消费品竞争力，促进消费回流和外来消费；聚焦消费营商环境双优化，提升消费者和企业感受度和满意度。要以提升消费贡献度、消费创新度、品牌集聚度、时尚引领度、消费满意度为着力点，推进上海商业高质量发展，全力打响“上海购物”品牌，加快上海国际消费城市建设。让全国、全世界的消费者“要购物、到上海”！

座谈会上，来自具有时代行业代表意义的企业负责人分别作了交流发言。**百联集团副总裁浦静波**回顾了百联集团的发展历程与探索。目前百联集团经营规模超过1400亿元，营业面积超过600万平方米，总资产约800亿元，员工总数5.5万人，控股上市公司6家，零售业务涵盖9个细分业态，零售



网点近4000家，营业范围覆盖了全国20个省份的200多个城市。百联集团的发展得益于上海经济的快速增长、市场规模不断提升和消费能力的持续提高，得益于新技术的广泛运用。百联集团的愿景是：让消费者更喜爱我们！

锦江国际集团副董事长陈礼明畅谈了锦江国际集团超越致远的志向。锦江国际集团作为上海商业服务业的重要组



成部分，立足深耕国内，着眼全球布局、跨国经营，目前已经位居中国酒店集团规模排行榜第一，同时成为全球第二大酒店集团，拥有酒店数量8715家、客房数94.18万



间，拥有40多个全系列品牌。在民族品牌走向世界，服务于国家“一带一路”倡议方面取得阶段性成果，特别是国有资产成倍增长，经济效益成本提升，成为带动整个行业与世界接轨的主力军。锦江国际集团将不断超越，

向更高的目标迈进。**市副食品行业协会会长王永芳**交流了上海蔬菜副食品供应事业经历了从“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。如今市民吃菜追求品质，消费升级了，上海蔬菜供应创新了“基地+政府+客商+市场”的产销模式，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，把好源头关，确保了供应市场的蔬菜安全无忧。副食品协会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。



会上，由吴星宝主持展开嘉宾对话，与会人员分享站在社会组织角度努力做好服务、优化营商环境；为消费者提供安全、可靠、规范的家政服务；用信息服务推进智慧食安，为食品安全治理出谋划策；推进智慧微菜场进社区，让市民享受到新鲜、丰富、价优、安全的生鲜食材；外资企业落户上海，在中国市场发展成长的经历。**静安区商业联合会会长董伦超**认为，静安商业是



上海商贸行业七十年来有一个有特色的样本，尤其是经历改革开放，商贸服务业稳健占全区比重约 1/3，南京西路聚焦带地均产出达到 124 亿元/平方公里；总部经济、楼宇经济发达，涉外经济比重保持在 50% 以上，集聚了 81 家跨国公司总部，入驻的国内外品牌已达到 1800 多个，其中 60% 是国际知名品牌；2018 年以来，进入静安的首店品牌商 80 家；纳税 200 强今年上半年同比增长 2.3%，占企业是创造社



体，政府是管的主体，商会作为社会多元链接者之一，宜商环境，践行社会责任，上下功夫。悦管家网络科技有限公司董事长李尉指出，上海家政服务业历经 30 多年发展，家庭服务业从无到有、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，也包括市场需求带来的发展空间（城市人口数量和比重大幅增加、人口老龄化、家庭小型化、全面二胎政策等，创造了大量的家政服务潜在需求），还包括政府各项扶持政策，共同助力家政服务业进入的新时代。上海家政从业人员庞大，据初步测算，上海市已有 50 万余家政从业人员，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。悦管家被国家发展改革委列为家政服务业“领跑者”标杆企业，将努力打造精细化、品质化和人性化的特色服务，为长三角一体化的服务作出一份努力和贡献，带动生活服务业



产业的升级。中信信息发展股份有限公司董事长张曙华强调，食品安全治理是一个庞大、复杂的系统工程，过去十年，我们从技术的角度出发，做自己的大数据平台，同时推出了贯穿农产品流通环节的五朵业务云：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，不仅对数据进行汇总，而且还加载了业务。比如源头的智农云，通过与大中型农场合作，对接智能灌溉系统，用物联网来释放劳动力，大大节省了人力成本，同时产生的数据对接到农业监管

平台，实现对农业生产源头监管。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。在食品安全治理领域，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。随易网络有限公司 CEO 张洪良说，“食行生鲜”是一家生鲜电商企业，充分利用互联网技术，通过独特的“预定制+到柜自提”模式，让市民不出小区就能买菜。通过全程冷链和严格的安全管控体系，大大降低了菜品破损的比率，既保证了菜品的质量，又能够做到低成本，零售价比超市、菜场同类产品质量却更高。同时，各地建立供应基地，预订制的模式，以保证菜品价格稳前，食行生鲜在上盖 14 个区、1884 站点，为近 150 万



提供便捷、优质的生鲜服务。迅销(中国)商贸有限公司客服主任涂云芝表示，“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，已在大陆地区的 170 多个城市开设超过 700 家实体店铺，深受中国消费者的喜爱。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。优衣库坚持将“诚信”作为品牌发展的重要基石，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。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，这得益于上海宝贵的商业沃土，奠定了优衣库在中国市场发展新的里程碑。优衣库一如既往地秉持服务于社会、服务于广大消费者的使命，经营自律，共同为创造安心、舒适的购物环境，为构建和谐营商环境与上海国际消费城市的建设履行企业应尽的职责。

上海是以商兴市而崛起的城市，地理优势赋予这座城市繁荣商业的先天条件。让我们沿着上海商业发展的轨迹，改革开放再出发，创新发展再突破。



冯国勤讲话 (摘要): 任何一个国家、任何一座城市, 看民生社会或经济状况, 首先要看商业的发展、看人们的消费。七十年来, 上海商业在每个不同的阶段都有一个工作重点, 以前主要是保障供应, 如今保供虽已不成问题, 但商业仍然是一个窗口, 商业服务的好坏, 体现了城市的温度。

因此, 上海商业具有不可动摇的地位, 继续发挥着重要的作用, 上海商业七十年发展过程正是一代代商业工作者共同努力的结果。当前中国特色社会主义进入新时代, 上海商业如何发展? 中央提出了重要的战略方针, 要为人民美好生活需要服务。为此, 上海商业要创新思维, 敢于实践, 善于打破传统商业模式和理念, 攻坚克难, 探索新的业态, 开路引导, 助力上海城市能级的提升。



周太彤讲话 (摘要): 共话新中国成立 70 年来上海商业发展历程, 感慨万千! 其间每个历史阶段的商业发展, 都凝聚着上海商界历任老领导、老同志和商业职工的心血和汗水, 铭刻了他们不可磨灭的历史贡献。当前, 新经济、新科技、新业态、新模式层出不穷, 互联网信息化与经济生活的方方面面加速融合和渗透, 关注民生和不断满足人民群众对美好生活的向往越来越放在首要位置, 给上海商业提出了更新更高的要求。为此, 要进一步着力上海商业品质提升、商业内功锤炼、商业价值凸显、商业文明延展、商业氛围集聚, 打造上海商业独特的金字招牌和城市名片。

因此, 上海商业具有不可动摇的地位, 继续发挥着重要的作用, 上海商业七十年发展过程正是一代代商业工作者共同努力的结果。当前中国特色社会主义进入新时代, 上海商业如何发展? 中央提出了重要的战略方针, 要为人民美好生活需要服务。为此, 上海商业要创新思维, 敢于实践, 善于打破传统商业模式和理念, 攻坚克难, 探索新的业态, 开路引导, 助力上海城市能级的提升。



原市财贸办主任张俊杰发言 (摘要): 从 1951 年进入上海商业部门工作, 至 2001 年退休, 整整五十年, 干了一辈子的商业。解放初的三年恢复时期, 上海成立了华东区百货采购供应站, 工业品统购包销, 45% 以上分配调拨到全国, 促使工业生产恢复, 其中商业发挥了重要的作用; 三年困难时

期, 进入票证时代, 几千种商品实行凭票凭证定量供应, 商业部门不辞辛劳度难关, 确保了社会的稳定; 1978 年改革开放, 推行市场经济。实际上经历了三个阶段: 先是实行计划为主、市场为辅; 然后是计划和市场并重, 最后才是市场经济。改革动真格, 打破原来体系, 政企分开, 价格放开, 自主经营。所以, 商业体制的改革彻底改变了计划经济时期商品流通封闭、阻碍生产的局面, 迈入了社会主义市场经济的新阶段。



原市商委主任张广生发言 (摘要): 1978 年开启改革开放的历史新时期, 上海商业经营管理体制由此发生了一场生动而深远的变革: 一是打破了原有的计划经济管理体系, 推进流通体制改革。撤销了商业一局、商业二局、水产局、供销社、粮食局; 直属企业剥离, 组建企业集团, 下放区公

司, 扩大企业自主权, 鼓励适当竞争; 上海出现了一批股份制上市公司和现代企业制度的集团公司。二是放管结合渐进式推进价格改革。价格的问题非常敏感, 关乎工农业生产企业的切身利益和消费者的承受能力。从 1979 年开始, 经历了计划调节为主、市场调节为辅的双轨制改革; 1993 年取消了所有票据。三是扩大企业自主权, 把企业推向市场。上海在上世纪 80 年代初, 小型企业改革, 鼓励发展私营经营; 90 年代初对大中型企业推进六自主改革, 打破了大锅饭, 转换企业经营机制, 对内有动力, 对外有压力, 形成一种竞争的态势。四是积极推进菜篮子工程, 让人民群众得到实惠。市长抓菜篮子、区长抓菜摊子、县长抓菜园子, 确保本市 16 万亩菜田不被侵占, 积极推进现代化的农业种植技术, 实现规模化养猪养鸡, 还建立了遍布各地的蔬菜副食品生产供应基地。五是积极引进外资, 推进连锁商业发展。借鉴国外商业先进经营管理经验, 重塑上海商业的产业链和供应链, 上海商业成为这个城市最具特色的城市标志。上海商业经历改革开放, 市场经济体系已经确定, 在商品流通领域出现了多种经济成分、多种流通渠道、多种经营方式参与的市场竞争的格局, 改变了商业批发零售企业的流通方式、工农业生产方式、城乡居民生活方式、政府工作的管理方式以及人们的思维方式。市场经济正在通过它有形和无形的手, 实现资源的有效配置。在市场经济的驱动下, 商品日益丰盛, 国民经济由以生产为中心转换为以消费者为中心的新的时代。

市场巨变

1949-2019
上海商业服务70年
上海市商业联合会·编



上海商业职工喜迎解放

1949年5月25日，人民解放军进入上海，商业职工欢欣鼓舞迎接解放。



▲ 1949年5月25日，永安百货职工在顶楼绳云阁挂起南京路上第一面象征上海解放的红旗。



◀ 1949年5月25日凌晨，新新公司地下党在五楼凯旋广播电台率先向全市人民报告“人民解放军已来到上海南京路”。



◀ 当时电台所在位置。

2

上海商业职工喜迎解放



▲ 1949年5月，上海人民欢庆解放。

▼ 中华人民共和国国旗图案设计者——原上海市供销合作社总社职工曾联松。



▲ 国旗原稿现藏于中国国家博物馆。



▲ 1949年10月2日，上海升起第一面五星红旗。

3

建立国营商业



▶ 1954年，上海市第一食品商店在新新公司原址成立，成为全国最大的食品专业单体卖场。

◀ 1949年10月，上海市第一家国营百货商店成立，后定名为国营上海市第一百货商店，单体商品零售总额多年名列全国同行第一。



◀ 1951年，新上海第一家宾馆锦江饭店开业。在以后的历史风云中对国家外事活动和旅游事业的发展做出重大贡献。

4

第一篇 1949—1978计划经济即市场供给的总体短缺时期

社会主义改造

为推进对资本主义工商业的社会主义改造，1955年，上海开始进入私营商业全面公私合营阶段。

▶ 1955年11月，上海最大的私营零售公司之一的永安公司申请批准公私合营。



▲永安公司糖果柜台

▼新世界百货商场公私合营



市场短缺时期一瞥



▲老虎灶泡热水是当时居民日常生活一景



▲爆米花，孩子们的奢侈零食



▲修修补补又三年的日子



▲“四大金刚”是很不错的早点



▲买点菜真不容易

发展经济 保障供给

独具特色的号码百货商店分布市区，引人注目
(从左到右，从上到下，依次为：第一百货商店到第一百二十百货商店)。



▼ 伴随工人新村的兴建，完善商业配套设施，曹杨、天山、张庙、闵行等街区形成名噪一时的商业一条街。



▲天山南街

▲张庙南街

▲闵行南街

▲曹杨南街

发展经济 保障供给



▲ 总体短缺时期，上海商业攻坚克难，排除干扰，探索前行，推动市场在曲折中发展。

购物节申城消费谱新篇 2019上海购物节圆满落幕



历时一个月的2019上海购物节于10月20日圆满落幕。今年购物节依托打响“上海购物”品牌战略，紧紧把握进博会契机，打造促进扩大消费的重要平台，向新中国成立70周年献礼。购物节聚焦时尚潮流趋势，打造夜生活集聚区，积极探索新业态新技术，凸显了众多创新独特之处。购物节以“夜上海，潮生活”为题，精心策划的100余项重点活动

◎首店经济添活力，吹响“最新最潮”集结号

各大品牌新品新店首发不断，丰富了消费者的购物体验。徐家汇美罗城引进Adidas FDD旗舰店，成为全球首家展示adidas logo三叶草蓝形象店；尚嘉中心引进美国EVERLAST官方授权的上海首家品牌运营店，国庆节期间实现销售额同比增长2位数以上；上海环球港引进沪上最大的POP MART旗舰店，国庆节期间销售额同比增长20%以上。众多新业态首店竞相落户上海，带来更多元的新兴选择。海尔智家001体验中心全国首店提供一站式智慧生活方式，主打智慧型家庭整装概念，开业至今总交易额超过2500万元；网易严选上海线下首店plus定制店在兴业太古汇正式开业，带来高性价比的心动好物与精致简约的生活美学；美国连锁会员制仓储量贩超市Costco中国首店将原汁原味的经营方式引入内地，通过低价和优质自营产品打动顾客，10月初宣布注册会员数达到20万，创下35年来的记录。早先已经落地的大牌首店依然吸引众多客流。世茂广场单日销售额和客流量创下新纪录，10月2日单日销售额突破1300万元，同比增长158%，客流量突破12万人次，同比增长34%，22家入驻店铺业

绩突破历史最高纪录，耐克上海001、乐高、M豆巧克力世界等重量级首店更是拿下品牌全球门店销售冠军。

◎夜间消费放光彩，打造“吃喝玩乐”不夜城

各大企业在“潮上海、夜生活”的主题引导下，纷纷推出了夜间经济的相关活动，购物节夜间销售额同比上升22.6%。**吃的方面：**大宁夜市举行“国际美食节”，多条不同主题的世界美食寻味路线，为广大市民带来世界各地的饕餮美馐；杨浦区大学路美食一条街，各种高颜值的酒吧、咖啡馆、主题餐厅汇集一起打造新的“网红”街区；百联世博源的尚一汤、西贝等10余家品牌餐饮共同打造吃货夜市，美味不打烊。**喝的方面：**虹口北外滩美酒节举行酒品慈善拍卖、国际侍酒师挑战赛、多酒种盲品精英挑战赛等酒节原创品牌活动，描绘出“金秋魔都夜、酒聚北外滩”的盛景，吸引了4万人次前来参观；老外街、阿拉城打造“秋季啤酒节”，街头艺人表演、英超足球转播都为啤酒节吸引了大量的人气，客流超10万人次。**玩的方面：**豫园推出3D投影“玉兔追月灯光秀”，让顾客有着别具一格的新媒体文化体验，观灯之余还可以在豫园夜市购买最新最潮的上海文创产品；国庆期间，外滩以“浦江追梦，光耀中华”为主题的光影灯光秀吸引了不少市民游客，带动了外滩中央、新世界大丸百货、益丰外滩源等周



边商企销售额实现同比2位数增长；南京路步行街庆祝开街20周年的购物狂欢夜，拉动沿街商铺销售提升超过30%以上。

购的方面：正大乐城众多时尚店家将实行内庭外摆经营活动，吸引高端白领来此夜间消费；中山公园龙之梦建设魔都商场最美的主题街区“龙门市集”占地3000平米，以“共享购物空间”为概念，引入60余个新品牌，超长室内灯景步行街带来更新潮的购物体验；上海时装周2020春夏发布会将在新天地精彩上演，共同携手国内外众多知名设计师，在太平湖公园搭建水上专业秀场，举办多场中外品牌发布会，完美演绎最新时尚潮流趋势。

◎会商旅文融合联动，展现上海文艺摩登范

购物节期间，涵盖各类会展、创意文化、人文艺术的活动，融合多种消费元素，实现多领域多元覆盖。2019 中华老字号博览会，汇聚全国 200 多家知名老字号品牌，展示传统老字号企业的创新产品，4 天共吸引 6.5 万人次参观，销售额达到 529 万元；2019 上海国际珠宝展览会聚集黄金珠宝品牌企业，将一批新品、折扣产品提供给消



费者，四天共接待 2.7 万人次的参观；金山区金山嘴海鲜文化节，举办了海鲜音乐节、渔村特色美食夜市、民宿优惠活动，

营业额同比增长 22.6%；虹桥天地的世界各地创意文化市集融合当地民俗风情，通过七大国家主题文化快闪体验店、十个国家和地区 42 场精彩演出，为市民打造品美食、观演出、逛市集的多重国际微旅行体验；央视知名节目《国家宝藏》IP 线下首展落户徐家汇美罗城，集结 9 大知名国家博物馆馆藏元素，11 件珍贵国宝艺术鉴赏品结合多媒体全息技术，带领消费者体验国潮魅力；虹桥天街作为大侦探皮卡丘特展全球第二站，展厅面积超 2400 平米，给消费者呈现了大量珍贵的漫威电影宇宙照片；爱琴海购物公园文创集市，设立 50 多个摊位展示闵行文创类企业的展品。各大商场根据自身特色开展了各类的营销活动，使消费者在买买买的同时还能感受文化盛宴。

◎商圈商街掀高潮，乐享海派嘉年华

购物节期间，南京路步行街迎来了开街 20 周年，沿街商场呈现较大的销售增幅，商圈整体销售增幅为 17.5%。其中，一百商业中心在国庆期间举办了“国庆集结号，欢乐七天 GO”、海派伴手礼、70 周年店庆等一系列活动，销售增幅达 28.1%，高居榜首；静安区购物指南在“上海静安”官方微信号发布，重点活动多达 50 多项，覆盖南京西路、大宁、苏河湾等多个商圈，其中南京西路商圈销售增幅超 25%；浦东陆家嘴商圈中的第一八佰伴推出“乐·趣 GO”，国庆期间的化妆品销售同比上升 42.6%。长宁区整体推出“欢购长宁，悦享金秋”购物节长宁系列活动，将长宁区的购物地标龙之梦、长宁来福士、尚嘉中心、虹桥南丰城、汇金百货等活动集中呈现，新虹桥-天山商圈购物节期间销售增长 11.2%。“东方美谷”强势助力上海购物节，每逢双休日，走进浦东新区八佰伴、

南京西路梅陇镇伊势丹、徐家汇六百等重点商圈，开展化妆品快闪活动，为消费者送上精彩纷呈的美丽体验，客流突破 20 万人次。

◎长三角区域一体化，注入商业发展新动力

为助推长三角一体化发展，放大进博会溢出效应，虹桥进口商品展示交易中心举行“虹桥 365”主题发布活动及配套系列活动，“在家门口就能买到进博新品、买遍全球好货”的虹桥品汇生活品质节，共覆盖 200 万人次，引流 2 万人次，平均每天客流为 1000 人次，共销售 8500 单。2019 上海青浦长三角名品节在青浦万达茂金街举行，活动汇集长三角地区的近百余家知名企业参展，为市民游客提供购物、文化、旅游有机融合的综合消费体验，同时也是一个服务企业、惠及百姓、展现商业魅力的重要平台。国庆黄金周期间各地来上海的游客中，江、浙、皖游客消费人次总和占比超过 32%；从城市来看，在排名前十位消费人次最多的城市中，长三角地区占了四席，分别是苏州、杭州、南京、宁波，占比总和超过 15%。其中苏州、杭州也是高消费游客主要来源城市，紧随北京，排名二三位。

2019 上海购物节围绕促进和扩大消费，顺应消费升级的大趋势，居民消费亮点纷呈，新兴消费蓬勃发展，夜间经济大放异彩，多项消费数据再新高，彰显了消费升级的强劲动力，进一步满足了人民群众对美好生活的需求，推动了上海国际消费城市建设。通过对本市重点商业企业的销售监测数据显示：2019 上海购物节期间 100 家大型商业企业共实现营业收入 188.61 亿元，营业额同比增长 10.6%，客流量同比增长 13.7%，其中夜间营业额同比增长达到 22.6%。今年购物节消费升级趋势更加明显：从



消费方式上看，服务性消费增长领先，购物节期间服务业同比增长 31.4%，比零售业、餐饮业的同比增幅分别高 22.6、18.6 个百分点；从商品销售看，智能手机、智能家电等高品质商品受到消费者热衷，带动电子电器类销售增幅最高，达到 22.9%，化妆品销售增长其次，销售同比为 18.7%。

◎ 2019 第 12 届上海市汽车销售服务节

“上海购物节”重点活动之一的第 12 届上海市汽车销售服务节，由上海市商业联合会主办、上海市汽车销售行业协会承办。服务节活动分为



两场：第一场于 9 月 20 日至 22 日在闵行仲盛世界商场举办，地理位置优越，客流量集中，是闵行区最具代



表性的商业中心之一；第二场于 10 月 11 日至 13 日在杨浦宝地广场举办，拥有完善的购物消费区域，周围商业设施齐全，汇聚了较高的人气。50 余家经销商登台亮相，展示了 70 余款热销品牌汽车。通过现场展示和互动，传播汽车的品牌文化，弘扬参展经销商的服务特色，宣贯汽车销售行业首部团体标准《汽车销售服务管理规范》，并举办了汽车相关销售、保险、法律等现场咨询，吸引了众多消费者驻足。据统计，本届服务节吸引观众达 3 万余人次，各经销商共接待客户 800 余组，并积累了大量的潜在客户。（上海市汽车销售行业协会）

◎ 2019 上海长三角名品节

2019 上海购物节的重点活动之一的上海长三角名品节于 9 月 28 日至 10 月 4 日在青浦万达茂举办。名



品节共汇集了上海、吴江、昆山、嘉善、东台以及安徽等长三角地区的近百家知名企业参展，上海市商业联合会专门组织了静安区商联会和糖烟酒茶、糖制品、豆制品、茶叶、服装鞋帽行业协会及清美食品公司等 23 家单位参展。长三角名品节立足于文化、旅游、购物的有机融合，聚集了长三角地区的优秀文艺作品、优质特色品牌、非遗传统技艺等，能让市民、游客充分体验到长三角地区的特色品牌魅力，也是一次推动长三角一体化、文商旅行业深度融合的具体实践。

◎ 2019 第 16 届上海国际茶业博览会秋季展暨上海购物节茶展

上海购物节重点活动之一的第 16 届上海茶博会秋季展暨上海购物节茶展于 10 月 10 日至 13 日在上海展览中心举办。本届秋季茶博会参展企业约 300 家，展位面积 16000 平方米，展品齐全、设计新颖、服务精心、文化亮点众多。上海茶博会在上海市商务委、上海市商业联合会、上海市茶叶学会等以及长三角地区各省



茶叶协会与同行的关心和支持下，经过上海市茶叶行业协会的精心打造和积极组织，目前已成为上海乃至长三

角地区规模最大、吸引力最强的茶业展示交易平台，也是上海对口帮扶中西部地区、落实消费扶贫对口帮扶工作成果的重要展示平台，得到了各地茶界同行的认可和点赞，在全国茶界产生了较大的影响。

（上海市茶叶行业协会）

◎ 2019 上海国际珠宝展览会暨上海国际黄金珠宝节

上海购物节重点活动之一的上海国际珠宝展暨上海国际黄金珠宝节于 10 月 10 日至 13 日在世博展览馆举办。作为上海黄金珠宝业的年度盛宴，国内知名品牌企业齐聚展会，大师巨作和年度新品精彩纷呈。“老凤祥”在展会上携多款新品亮相，情侣对表、珉琅工艺首饰等更贴近老百姓的生活；“老庙黄金”带来了爆款的“玲珑锁 II”、精致的“钥玲珑”、大



气的全新婚嫁系列“宫·囍”等让人眼前一亮，还带来了十二生肖系列和十二星座系列的胸针饰品，为时尚女士的衣着更添一份色彩；以翡翠饰品而深入民心的“张铁军珠宝集团”携旗下上海国际品牌中心盛装参展，带来的各类翡翠饰品和摆件让观众一睹其魅力所在；作为华东地区最大的黄金首饰制造商“航民首饰”参展的婚庆系列新品吸引了众多客户的眼球；“中国黄金”、“明牌珠宝”、“天宝龙凤”、“九洲黄金”、“南京金箔”等企业也纷纷携力作参展。展会还特设上海购物节展区和品牌折扣季区域。

（上海黄金饰品行业协会）

南京路步行街迎来开街二十年

南京路，中华第一商业街。上海现代商业从这里起步，历经百年始终是最繁华的商业中心。赫赫有名的“四大百货”先施（今时装公司）、永安（今永安百货）、新新（今食品一店）、大新（今第一百货）公司在上世纪20年代起陆续在南京路开业。新中国成立后，南京路更是外地游客、外国宾朋到上海的必逛必买之地。



1999年，河南中路至西藏中路段的南京路改建为全天候步行街，客流量达到顶峰。二十年来，即便是如今新兴商业体如雨后春笋般涌现，南京路的人流量仍傲视全国其他商业街。

随着国内商业发展步入新时代，电商的突飞猛进和新兴商圈的竞争压力，南京路步行街从一枝独秀的优势地位，开始面对百花争艳的竞争格局。为更好地迎合新消费需求，南京路步行街大刀阔斧进行更新，商家积极面对、主动调整，在坚守传承的同时，勇于突破、推陈出新。南京路步行街商业结构调整加快，第一百货商业中心和上海世茂广场先后完成改造，全部更新，市百一店与东方商厦（南东店）“合二为一”改造，内部业态品类调整七成以上，两店之间架起飞梯、连廊和采光顶棚，夜晚可举办文创集市；世茂广场引入耐克、m豆和乐高世界品牌旗舰店，创造年轻人社交集聚地。新世界城将引入古驰高端珠宝亚洲首店、博普缇全国百货首店等一批知名新品牌，以“她经济、

家消费”为主线，打造“一楼一特色”的场景体验；大丸百货引进了15家知名化妆品品牌，成为上海化妆品品牌数量最多、品质最高、销售最强的百货商场。众多老字号依然是南京路步行街的坚守者，按照“做强做一批、做精做优一批、传承保护一批、盘活调整一批”原则，将推出老字号“一品一策一方案”，帮助这些老字号更好地服务消费者。

南京路步行街的迭代升级，可以用数据直观显现：一是根据南京东路客流监测平台报告显示，2018年，南京路商圈客流量达1.5亿人次以上，其中本地客群比重在不断提升，占比达到45.51%；二是南京路步行街成为上海最吸金的商圈之一，上海众多品牌的“店王”“铺王”都诞生于此。前不久，银联对南京路商圈做了数据收集和统计分析，报告显示，2018年整个南京路商圈仅银联刷卡消费金额就

超过350亿元，今年上半年同比增长又超过了10%，其中购物消费的比例达近七成，商圈购物功能凸显。三是整个南京路步行街年龄结构正在向年轻化转变。根据大数据分析，80后和90后顾客群体占比达六成以上，90后在各年龄段人群中占比最高，00后占比则由2017年的20%左右快速升至

30%多。年轻化正成为当前南京路步行街客流的最典型特征。

南京路步行街的品牌集聚度非常高，老字号传统品牌集聚，国产、重要民族品牌集聚，网红创新店集聚，国际品牌首店集聚。各类品牌形成协同发展、梯度分布的形态，可满足不同层次消费者需求。多样性品牌集聚带来丰富多彩的消费体验，南京路步行街大力推动品牌的多样性发展，让客流尽可能地最大变现。一批有影响力的新品牌也将引入南京路步行街。百联集团与阿迪达斯、瑞士萧邦手表、德国罗氏诊断、东阿阿胶，新世界集团与华为公司，上海世茂广场与音乐小镇、九木杂物等国内外一流品牌、潮流品牌分别签署合作协议。华为全球旗舰店的引入最吸引眼球，这是华为在全球最大、规格最高的旗舰店，面积逾7000平方米。这一项目落址历史悠久的南京大楼，在华为旗舰店落成后，将升级为南京路步行街的科技地标，丰富和完善这里的商业形态和文化氛围。一批首入店、旗舰店、



体验店等新消费也纷纷落户南京路步行街，夜市经济、后街经济蓬勃兴起，南京路步行街也将向东辐射，将延伸到外滩，共同助推着南京东路重回繁荣繁华的景象，老克勒和新潮流、老字号和新品牌、老传统和新技术在步行街上同兴共荣，繁荣繁华的南京路将焕发出更大的光彩与活力。

优化参展和观展体验

3万平方米的国家展、30多万平方米的企业商业展……如何让参展商、采购商等参会人员不迷路？按照“合理设置引导标识，增设更多英文标识”的总体要求，2019进博会对整体标识体系进行了完善，让所有参会人员“进得来、出得去、行得畅”。标识完善除展馆分层所需修改标识约1200个点位外，新增固定标识及多语种标识约600个点位，大会临时标识及首日论坛临时标识约500个点位。标识完善

有四个亮点：一是场馆固定标识部分主要增加“我在这”“距离”信息等标识，提高方位感、空间感；二是增加多语种标识，满足各国嘉宾观展需求；三是优化大会临时标识方案并增加智能机器人指引，提升观展指引性、提高观展便捷性、提高观展科技感；四是完善论坛临时标识方案，增强嘉宾入场、离场及就餐路线过程中的位置感。

为优化参展和观展体验，还采取了一系列专业化服务措施，规划了20个项目的140个功能服务点位和190个自助服务设施，在保留首届设置的综合服务区、贸易洽谈区、联合办公室、展位预订办公室、VIP休息室、媒体休息区等基础上，新增失物招领点、投诉受理服务点、红十字救护服务点及智能机器人服务点。2019进博会期间，还在主登录大厅设置综合服务区，入驻进博会城市服务保障单位以及进博会合作伙伴、指定服务商等单位20余家，提供现场政策咨询、纠纷处理及相关增值服务。充电站分布全馆60余个功能服务点位，提供免费充电宝租借服务。“进宝智能机器人”分布于全馆近20个功能服务点位，提供场馆导览、企业商业展展区、会议活动



等查询服务。为了更好地服务外籍参会人员，2019进博会还在全馆近80个功能服务点位布设翻译设备，以提供多语种接待咨询服务。根据观展路线布设数个观众休息区，配置加热饮水机，营造良好的观展体验。此外，在现有400组休闲椅的基础上，目前展馆范围内又增设了600组手机充电座椅，按照馆内标识四种颜色定制，分别投入展馆中心通道区域中供参会人员使用。

2019进博会还在“看不见”的服务上下功夫。国家会

2019进博会前奏曲



展中心制定了针对性的空气治理方案，所有展馆卫生间安装嵌入式灯净化器。卫生间在分解异臭味的同时，通过天然植物挥发液，主动捕杀空气中的细菌病毒，确保展客商优质如厕环境，解决大客流带来的卫生间异味难题。

非物质文化遗产和中华老字号首次登上进博会舞台

2019进博会增设约4000平方米的“非物质文化遗产暨中华老字号文化展示”活动专区，分布在中央广场、北广场、会展步道和东西厅等地。上海参展的主题为“遇见上海：传承与创新、开放与包容”，在中央广场展示区一侧搭建海派石库门主题场景，展示石库门微雕、海派家具等非遗展品；另一侧搭建江南海派民居，设有顾绣、海派剪纸等匠人互动体验及金山农民画、大白兔、凤凰自行车等静态展品陈列。馆间会展步道展示区打造“石库门里弄”“南京路”“美术馆”三个主题场景。

除了非遗和中华老字号展示，2019进博会还面向全国各省区市和境外参展国（地区）公开征集中央广场文化公益演出节目，包括上海、陕西、云南、浙江、新疆等14个省区市以及法国、意大利、印度等5个国家的文艺节目共63台，涵盖声乐、舞蹈、民乐、西洋乐、戏剧、戏曲6大类。演出节目包含了多个世界级和国家级非遗项目。

打响“上海购物”品牌的一个生动写照

2019进博会上，在市商务委指导下，由万有集市统筹运营的上海特色小吃馆一共引入了30家品牌，将销售400多个单品套餐。

这里云集了不少市场上牌子老、名气响的特色企业。A馆是餐饮区，杏花楼集团旗下带来了大壶春、小绍兴、小金陵、鲜得来4个老字号品牌，豫园商城带来了南翔小笼、宁波汤团、老松盛、春风松月楼4家老字号。除了老字号品牌，上海特色小吃馆还引入老盛昌、巴比、吉祥馄饨、蔡先生、粮全其美等市府实施项目“早餐工程”企业，粮全其美旗下的品牌“粮手抓”主打老百姓喜闻乐见的葱油手抓饼，老盛

昌则专门带来了名叫“笔杆春卷”的新品小吃。B馆食品区以销售常温预包装食品为主，以“跨界融合、混搭消费”的模式，引入了愚园路网红咖啡“AKIMBO”，还特别增添了名叫“12街”的文创茗茶空间，这里可以体验到“茶妈妈”的小青柑、“澜沧古茶”的多种古树普洱茶，还销售英雄金笔、功德林、朵云轩跨界合作商品以及进博会纪念品等。好比在“四叶草”内植入了缩微版的南京路、淮海路和老城隍庙。

更多“新鲜货”来了

2019进博会共有来自150多个国家和地区的3000多个企业参展，签约参展的世界500强和行业龙头企业超过首届，首发新产品、新技术也超过首届。

从接地气的食品、农产品到保民生的医药、医疗器械，都活跃着新品首发。麦德龙既是参展商又是上海交易团成员，带来参展的上百种进口商品里面，首次进入中国的有几十种，如法国冰鲜牛肉、麦德龙自有品牌意大利Rioba咖啡胶囊、麦德龙独家品牌意大利布洛歌娜托斯卡纳红葡萄酒、西班牙伊比利亚黑猪肉等；新西兰乳业有限公司带来全球首发新品纽仕兰牧场A2β酪蛋白儿童奶粉和纽仕兰牧场鲜奶粉——山羊奶粉，后者甄选新西兰珍稀山羊奶源，温和不易过敏，满足“乳糖不耐”等多种人群营养补充需求；西班牙橡雅伊比利亚精选有限责任公司带来Carrasco伊比利亚火腿切片前来新品首发；美国礼来制药（中国）带来近期在华获批上市的银屑病



生物创新药物拓咨；瑞典医科达拿出最新产品——数字治疗化疗放疗仪器，这款产品具有AI大脑，可以通过“人脸识别”技术立马认出病人，并将病人相关治疗方案、肿瘤位置、治疗时间等信息准确传达给医务人员。

中国目前已经成为仅次于美国的世界第二大珠宝首饰消费市场。首次来到中国的展品中，有重达128克拉的坦桑石“海洋之心”；全球最大绝地武士尖晶石，重量达15.6克拉；还有一把将400克拉钻石镶嵌在1.6公斤18K金上头的“钻石吉他”。

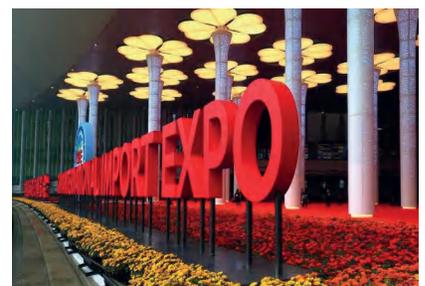
汽车展区也是新品的云集之地。意大利依维柯有4大类型的五款车型展出，其中两款为亚洲首发；来自韩国起亚汽车的EV SUV Coupe概念车，选择把全球首发活动放在2019进博会。此款车能利用多种传感器感知人们的面部表情、心率和皮肤电动活动，从而调整车内环境，来自韩国现代汽车搭载于现代汽车全新开发的EV专用平台的电动概念车Pony EV Vision概念车，也首次亮相中国市场的大舞台。

首发的高端进口装备中，意大利法拉第集团带来的最新型号FSD195公务快艇，长度达19.5米，时速却能快到55节/小时，相当于每小时90多公里；德国永恒力高达25米的亚洲首发Miniload料箱型堆垛机，成为2019进博会室内最高展品；首次参加进博会的荷兰砂霸，是全球专注于平面打磨机领域的领先企业，它带来了“砂霸32”前



来中国首发；德国阿吉斯带来的建筑垃圾粉碎设备VZ 380 Plus将来全球首发，它只需一键式操作，便可将建筑垃圾等固废以每小时150-200吨的速度变废为宝。

进博会各大展区中，服务贸易展区是最特殊的一个，因为这里展示的不是具体产品，而是“看不见的服务”，通过新品首发，也来大声吆喝。德国莱茵TÜV宣布，将在第二届进博会上带来多项新的认证服务进行中国首发，此类服务于环保和垃圾处理领域的生物降解测试和认证服务，非常契合中国市场，如果模糊宣称某产品“是可降解的”，会让消费者误认为因为它们会自然降解，所以可以随意丢弃。为此，德国莱茵TÜV专门建立了生物降解检测实验室，可为所有终端产品、中间物（如膜）、材料（如粒子）、添加剂（如油墨、色母）等提供工业堆肥和家庭堆肥的测试服务，验证它们在两种条件下的生物降解能力，并向厂商出具测试报告，消费者这样才能真正辨别所谓可降解产品；UPS作为第一家用无人机进行投递的美国快递企业，将这项具有商业可行性的服务带来首秀；美国AECOM在第二届进博会上首发中文版年度全球基础设施报告“基础设施的未来：市民之声”，该报告的数据样本采集自全球10座主要城市的10750名居民，从满意度、参与度、创新力和城市韧性四个角度，就他们所在城市的公共



设施及服务征集意见，深度解读城市该如何前瞻规划及建设高质量的基础设施；Connect 4.0作为德国德铁信可全新推出的数字化平台，进行中国内地首发。客户只需“点击、发货、完成”，即可在全球50多个国家和地区的数千个港口组合和转运选项中自由选择，轻松解决物流难题，比如实时报价、提供门到门船期安排、线上订舱、全时追踪。



首届重要产品追溯展览会在沪举办

8月21日至23日，由商务部市场秩序司、上海市商务委员会共同指导，上海市商业联合会、上海市物联网行业协会和上海市食品协会联合主办，上海米伽合贸展览有限公司承办的“2019首届重要产品追溯展览会（上海）”在国家会展中心开幕。76家追溯应用品牌企业和主副食品经营、家政服务业企业相聚一堂，首次面向全社会展示追溯平台建设、追溯技术应用、追溯标准体系、追溯管理评价机制等领域所取得的成果。



在开幕式上，上海市商业联合会常务副会长吴星宝致辞，指出首届重要产品追溯展紧跟国家政策引导，积极推动追溯科技与市场经济有效结合，同时致力于面向全社会分享我国在追溯平台建设、产品应用、标准体系、管理评价机制等方面所取得的宝贵经验，对促进全国重要产品追溯体

系建设具有积极意义。重要产品追溯展览会的创办，表明追溯体系建设上升到一个全新的高度。衷心希望重要产品追溯展能够成为推动行业发展的新引擎。

市商务委副主任诸旖与会表示，上海从2016年开始，全力推进食用农产品、食品、药品、主要农业生产资料、特种设备、危险品和宝玉石等7大类重要产品追溯体系的建设。作为一项民生工程，通过统一的重要追溯管理平台，为相关部门提供了大量一手的市场信息，成为运用信息化手段保障城市安全运行的重要支持，大大提高了监管效率，同时也有效地促进和强化了企业和经营者的质量安全责任，涌现出一批具有示范性引领性的优秀企业，带动了上下游很多企业加入到重要产品追溯的体系当中，提升了企业质量管理的理念。上游可以追踪、下游可以跟踪，提升了监管的准度和精度。线上、线下企业，普遍使用二维码追溯技术，商品来龙去脉能“码上可见”，为社会公众和广大消费者传递推送了产品的知晓度和信任度。重要产品追溯展览会的举办，对本市重要追溯平台以及标准建设评价体系建设是一次集中检阅和展示。希望通过展会，让重要产品、重点企

业、重点区域相互之间能够有更多的交流和合作。

展会现场，来自技术设备领域的众多优秀企业代表，展示了基于区块链、大数据、云计算等新型技术进行



开发的大量追溯体系解决方案、应用系统、安全监测平台以及配套设备。中信信息发展公司面向智慧食安、智慧档案、智慧司法等政府和企业，提供行业专有云综合解决方案；唯链信息科技有限公司展示了由区块链技术赋能实体经济的落地案例，如光明农场恋人牛奶、法国以及意大利的葡萄酒等；长期专注于医药、医疗、食品快消品领域的北京爱创科技公司，以一物一码为核心，“云+管+端”为整体架构，提供“全产业链+一站式”数字化服务；大连亿德力公司中标大连市重要产品信息化追溯体系建设项目，成为国内首个完全按照商务

部重要产品追溯建设指南要求上线的营运平台，在嫁接应用系统、供应链系统与追溯体系相融合上取得丰富经验；上海潜利智能科技有限公司自主研发了kinglee1000系列智能移动喷码机、智能移动激光机、智能追溯系统，在食品行业、PCB 电路板行业、光电行业覆盖诸多应用场景；国研软件公司依托强大的信息资源、技术优势和专家团队，成功研发了拥有核心知识产权的系列化智能识别秤，形成了具有“软硬结合”特色的智慧供应链生态产品图谱；仪电溯源科技公司具备覆盖食品（产品）生产经营全生命周期及食品（产品）溯源相关物联网技术的能力，主导规划建设和运营上海市食品（产品）安全信息追溯平台、食品安全检测监管等公共服务平台。

一批家喻户晓的优秀应用示范企业展示了众多产品领域成功投入常态化运营的流通追溯体系及示范案例。光明乳业公司重点展示利用先进的追溯系统实现从牧场到终端的全产业链

监控，为消费者全程把关，确保高品质的产品与服务；上海蔬菜集团按照市委、市政府“确保市场供应，确保食品安全，保持价格基本稳定”的要求，在坚持大市场、大流通、大贸易的发展方向上采用追溯系统，保障上海食用农产品流通安全；上海农产品中心批发市场作为上海人民的大“菜篮子”，也是商务部等 13 部委认证的全国四大绿色样板市场之一，采用先进追溯系统保障着全市综合性农产品的流通安全；叮咚买菜、食行生鲜、强丰实业公司等企业用科技赋能农业，让大众家庭买菜更便利、吃得更健康；上海高校后勤服务公司为全市高校师生提供“教育超市、学校餐饮、物业管理和团体供货”等专业化的基本生活服务，利用追溯系统发挥市场调控和后勤保障的作用；上药控股公司作为现代医药供应链服务企业，经营网络遍布全国 17 个省市，随着“高值耗材物联网 + 互联网全流通追溯体系建设项目”的实施，为全国医

药领域提供了典范。

本届展会还特设了家政追溯示范展区，组织了悦管家、新户家、家事佳、管家帮、优匠等一批致力于追溯建设的家政企业参展，运用追溯技术开展持证上岗服务，保障用户安全。以此体现追溯体系建设正在逐步向其他领域推广延伸，已促进越来越多的企业加入到追溯体系之中，让更多的行业与受众得益。目前我国食品、食用农产品、药品等重要产品及家政服务等行业已经进入到快速发展时期，并在营造公平有序的营商环境、推动监督管理模式创新、提升全程可追溯技术管理水平、促进社会消费升级等诸多方面取得明显成效。同时，推动追溯科技成果转化及应用是实现追溯体系发展的重要任务，也是将追溯科技与市场经济紧密结合的关键环节，首届重要产品追溯展览会在紧跟国家政策导向及产业发展驱动下成功举办，必将进一步重要产品追溯体系建设的步伐。





我会出席全国部分经济中心城市商业联合会(总会)第22届联席会

10月15日,全国部分经济中心城市商业联合会(总会)第22届联席会在南京市召开。来自北京、上海、天津、重庆、广州、杭州、武汉、西安、太原、石家庄、南京、无锡、苏州、大连、青岛等十五个中心城市商业联合会(总会)参加了本次联席会。我会会长蔡鸿生、副会长兼秘书长赵皎黎出席。中国商业联合会会长姜明一行应邀列席会议。南京市人民政府办公厅主任闵一峰、市商务局副局长张雁宁出席了本次会议的开幕式。闵一峰主任致辞欢迎各中心城市商联会代表来南京出席会议。张雁宁副局长介绍了南京经济发展情况。姜明会长与会讲话,分析了今年全国经济形势,阐述了服务业和内需消费对国内经济增长、提升就业和满足人民对美好生活向往做出的贡献和推动作用。姜明向介绍了中国商业联合会发展战略和规划,解读了服务、创新、联合、规范的八字方针和谋发展、促改革、强管理、兴业务的总体工作要求。姜明对全国商联会组织发展提出了指导性意见:在当前社会组织改革的大环境下,商联会组织要做到“五个一”,即:锻炼一个专业化、职业化的队伍,建设一张商联会的组织工作网络,形成一笔能够防风险、保生存的资产,取得一处自有的办公用房,打造一批本行业的业务品牌。与会代表围绕商会行业协会行政脱钩改革、政府购买服务、提升行业和会员服务、建设枢纽型商会、加强协会党建等方面的做法、经验以及问题进行了充分的交流。据悉,第23届联席会议将于明年10月中旬在石家庄市召开。

我会走访无锡商业联合会 10月18日,上海市商联会、静安区商联会、浦东新区商联会组团走访无锡商业联合会。无锡商联会黄建华会长在座谈交流中介绍了如何发挥商联会优势、促进业界互动发展、实现合作共赢的做法和经验,强调紧紧依托中国商业联合会、依托政府职能部门、依托各行业协会开展行业活动,把为会员企业服务放在首位作为落脚点,以服务促进行业持续健康发展。

上海市商联会蔡鸿生指出,此行来无锡学习交流,很有启发。商联会作为社团组织,做好服务是首要工作,无锡商联会定位“三个依托、一个落脚点”便是一个生动的范例。浦东新区商联会会长蒋智敏与会介绍了浦东新区商联会将“依靠政府、依靠企业,服务于政府、服务于企业”作为核心定位。积极争取政府的购买服务,同时服务于企业,特别是牵头与新兴的行业、大型的商业企业联手,提高服务能力。静安区商联会会长董伦超表示,创造良好的营商环境和诚信环境,企业有诉求、政府有需求、消费者有期盼。为此,静安区商联会坚持从中找到自己的抓手,并作为服务工作的重点加以推进。在座谈中大家纷纷表示,希望进一步加强沪锡两地交流合作互动,共同探讨促进长三角区域一体化发展。大家认为,长三角区域的上海、杭州、南京、无锡、苏州及安徽等地商联会要顺势而为,发挥优势,加强实质性的交流,共享资源、市场和信息。浦东商联会表示,已就开展长三角地区部分城市商联会之间的



的交流合作进行了联络,准备择时搭建商业战略合作联盟的平台,在市场、资源和信息等方面、相互渗透、跨省发展,尤其在批发、购物中心、连锁、品牌、特色商品、老字号、养生、家政等行业先行对接,互补共享,充分发挥商联会的组织作用。

市商联会党委开展“不忘初心、牢记使命”主题教育

10月24日,市商联会党委召开支部书记工作例会,部署开展“不忘初心、牢记使命”主题教育。各支部书记及商联会秘书处党员共25人参加会议。会议由党委书记倪正宇主持。

会议宣读了市商联会党委开展“不忘初心、牢记使命”主题教育的实施方案,要求各支部把深入学习贯彻习近平新时代中国特色社会主义思想作为根本任务,注重从实际出发,提升理论学习的针对性和有效性。要从工作实际出发,突出激发群众参与热情,不断提高政治素养、思想素养和专业技能,打造学习型、服务型党组织。参加主题教育的范围包括各直属党支部、活动型党支部全体党员,主题教育将持续至12月底。要求各支部按照方案要求,积极开展主题教育,并在年终形成总结上报市商联会党委。



党委副书记、副会长兼秘书长赵皎黎与会通报了“关于推荐评选全国商贸流通服务业先进集体劳动模范和先进工作者”的情况。

支部书记孙来娣、叶金兰分别代表各自片区与会交流了片区党建工作的开展情况，各片区积极筹划开展党建活动，利用各自协会的资源，通过参观学习、听取形势报告、参观活动等形式，积极提升了党建工作的活跃度。

党委书记倪正宇做了会议总结，并要求开展主题教育要与中央规定程序类似、内容相同、重在提升；劳模先进推荐评选活动要规范有序、积极推进；党建片区工作要力求花钱少、质量高、有意义。

本次支部书记工作例会特意在市商联合会副会长单位上海闽龙实业有限公司召开。会议邀请闽龙实业总经理任长艳、董事长郑金龙介绍了闽龙实业不忘初心、产业扶贫、实干援疆的感人事迹，九年来，闽龙实业扎根新疆喀什戈壁滩，通过种植、加工农产品，吸纳当地劳动力，并优先录用建档立卡贫困户就业，常年就业300多人，季节性用工更是达到1000余人。同时大量收购当地农户种植的红枣、核桃、苹果等，优先收购建档立卡贫困户，每年带动种植农户2500余户。闽龙实业立足产业援疆，带动当地就业，成为助力脱贫、增进民族团结的模范企业。

(通讯员 吴健)

静安区商业联合会积极参与社区便民活动

9月27日，静安区商业联合会参与在曹家渡社区举办的“直供便民社区行”市集活动，组织相关会员企业设摊，



开展让利销售、提供日常用品维修等公益便民服务，并免费向居民发放家电维修、预付卡

防范风险等宣传手册，以优良服务、优质商品、优惠价格让居民在家门口就能享受到“一站式”便民服务。活动还结合“精准扶贫”工作，把来自新疆、云南、湖北、广西、陕西等贫困地区的优质农副产品集中引入社区，零距离对接居民消费，在方便居民体验这些来自贫困地区绿色健康农产品的同时，也为贫困地区农产品打开市场销路提供了帮助。

(静安区商业联合会)

上海市果品行业协会携会员单位赴崇明敬老慰问

9月29日，协会副会长沈新华、秘书长袁亚祥等一行专程赴崇明，代表协会为崇明区大同镇敬老院老人



送去价值18000元的红心火龙果，把田间刚采摘的火龙果分送到老人的手中。上海市果品行业协会作为一家非营利性质的社会组织，除了为会员服务、为行业服务、为政府服务，同时也倡导广大会员单位参与多种形式公益活动，回报社会，发挥出社会组织积极向上的正能量。

(上海市果品行业协会)

上海市茶叶行业协会赴滇开展消费扶贫、产销对接

10天驱车2000余公里，往返勐海、普洱、临沧、昆明等地，在当地农业部门和茶叶协会的陪同下，走进茶山、访问茶企场、对话茶农，开展了一系列富有成效



的消费扶贫产销对接活动。上海市人民政府援滇干部联络组对于上海市茶叶行业协会一行落实沪滇两地

对口帮扶任务的举措给予充分肯定，称此行是推动云南茶产业与上海茶叶市场对接融合的一个实际行动。

(上海市茶叶行业协会)

新中国70年上海商业回顾和展望

上海市商业经济学会会长 齐晓斋

一、70年上海商业简要回顾

70年来,上海商业在管理体制、功能定位、流通规模、经营方式、业态业种、经营设施等各个方面都发生了深刻的变化,为促进经济发展、保障市场供应,提供就业岗位、改善购物环境、展示城市形象、改善投资环境等方面作出了重要贡献。2018年上海市社会消费品零售总额比1949年增长1035倍,平均年增长速度为10.58%。

计划经济时期,上海商业在确保市场供应,打击投机势力,稳定人民生活,恢复上海经济中发挥了重要作用;通过扩大加工订货、调整批零差价等措施,扶助生产,增加就业;组织货源,保障供应、完善服务;居民新村配套建设菜场、粮油店、煤球店、早点饮食店等商业网点,满足“开门七件事”需求。

改革开放以来,上海成立了全国第一家中外合资餐饮、第一家中外合资零售、第一家商业股份公司、第一家连锁超市,在全国流通领域改革中起着示范和推动作用,业态创新一直走在全国前列。

上海商业在满足消费需求、拉动经济增长的同时,还提供了大量就业岗位。2017年末上海批发和零售、住宿和餐饮从业人员比1949年增加了253.59万人。

二、上海商业发展趋势展望

1、上海商业发展背景 一是世界金融危机仍将持续。预计世界金融危机将影响到“十四五规划”时期。美国挑起的中美经贸摩擦带来许多不确定性,预计短期内也不会有大的改变。所以经济下行压力加大,中国经济增速明显换挡。二是经济增长速度放缓。

2017年为6.9%,2018年为6.6%,2019年上半年为6.3%。三是物价上升压力增大。四是商业的重要性更加突出。消费对经济增长越来越重要,消费已经成为拉动上海经济的首要动力。2019年上海商业成效突出,上半年全市社会消费品零售总额比去年同期增长8.4%,已经追上了全国社会消费品零售总额的增幅。电子商务等发展仍然保持较快势头,2019年上半年上海无店铺零售比去年同期增长20.4%,网上零售比去年同期增长25.3%。



2、商业更新创新要求更为紧迫 俯瞰消费市场变换,当前除了繁华、高雅、完善的CBD商业街区、社区商业中心、特色商业街以外,更有无时不在的电视购物、随处可见的自动售货机(自助咖啡机、自助鲜榨果汁机等)、无处不在的移动购物。对于消费者来说,购物消费越来越方便了,但对于经营者来说,竞争对手越来越多,生意越来越不容易做了。

商业如何适应消费,引导消费。比如消费者自驾车多了,老的商业设施如何解决停车位问题?消费者休闲娱乐需求上升、社交消费增长,传统百货商厦、购物中心如何适应?等等。面对快速变化的市场,不仅传统商业需调整,新兴商业也需要不断转型,上海商业更新转型将成为主旋律。

在“八五规划”、“九五规划”期间,上海商业在商业业态、经营模式开拓方面主要以借鉴为主,学习发达国家或城市的经验。比如超市、大卖场、便利店、购物中心、奥特莱斯、快餐以及各种连锁经营等。有的通过中外合资合作引进了新的业态和先进的经营方式,有的通过国外考察、调研,学习和借鉴。随着社会发展,国外成功的经验原样“拷贝”到国内已经不一定可行,最近上海一些外资商业面对快速变化的市场和消费升级都显得不适应。因此,如果还是依赖借鉴,肯定跟不上市场的变化,这就要求我们必须由借鉴为主转为自创为主。上海的智慧商业、新零售主要靠自己探索,有成功经验,也有挫折教训,新的商业模式从中成长起来。“十四五”期间,上海商业创新之路须坚定的依靠自己探索。

3、消费升级将持续 消费需求持续增长、消费结构加快升级。实物性消费比重将下降,服务性消费与精神性消费比重将上升。消费体验、消费互动及社交与消费融合将继续增多。个性化消费将凸现,定制化、小众化需求将上升。技术加快升级将促进产业升级与业态创新。进入5G时代,传统消费将加快向新消费转型。

4、商业创新融合将加快 商业与文化、旅游、体育、会展、健康保健等将紧密融合。在夜间经济发展中,零售、餐饮、娱乐、休闲与文化馆、展览馆、博物馆、图书馆、动物园等文化旅游等的融合将率先。夜间经济不再是商业的“独角戏”,而是商业与文化、旅游、商务、会展等合奏的“交响曲”。

中华老字号品牌文化与创新

吴仲庆

“忽如一夜春风来，千树万树梨花开”，中华老字号遇到了前所未有的历史性发展机遇。国务院办公厅发文《关于



加快发展流通促进商业消费的意见》中强调：“保护和发展中华老字号品牌”。上海八部门

颁布《关于促进本市老字号改革创新发展的实施意见》，从制度和政策上支持促进上海中华老字号的发展。上海正在形成支持老字号改革创新发展的“一品一策一方案”。无疑，重振老字号是当前全力打响上海“四大品牌”的重要抓手，是推动上海建设国际消费城市、促进国内市场的重要支撑。

在全国现有的中华老字号中，上海



数量最多，拥有180个老字号品牌，主要集中在餐饮、食品、医疗、酒类、茶叶、工艺品、百货等商业和手工

制作领域。中华老字号发端于明清时期，以清代、民国居多，早期主要源于手工艺生产者、商人投资经营、民族实业家和国外投资者等，其中有些又融合发展。海派老字号又带上独特的烙印，有些与上海开埠及洋务运动不无关联；又有些带有外国资本、民族资本、官僚资本等标识或相互结合。追溯老字号的历史文化，从一个侧面反映了中国民族工商业的发展史。改革开放后，老字号得到了长足发



展，特别是工业化、城镇化的腾飞，为老字号插上了发展的翅膀。因此，通过老字号历史发展的回眸，可以更加深刻

地领会改革开放的意义，自觉地把老字号的发展放到传承中华优秀传统文化、文化自信、发展民族品牌和民族工业这样

的高度来认识。

老字号文化又有其独特鲜明的个性、气质、魅力和社会人文情怀。老字号属于



活化和物化结合，往往既有非遗方面内容，又包含具体物质内容，是精神与物质的结合，体现了独特工艺、特色产

品和优质服务，以及寄托人们的乡愁、回忆和情怀。经过市场经济的洗礼，不少老字号已被赋予新的生命力和活力，技术和工艺不断创新，跨界融合、线上线下结合已成为趋势，时尚化的新品越来越受到年轻一族的青睐。但老字号发展极不平衡，有些经营困难、观念陈旧、机制老化、工艺设备落后、产品单一、服务质量差、创



新不足等。因此，在系统提升和推动老字号发展，特别需要抓住文化和创新这两个核心要素与关键环节发力。

文化是老字号的灵魂、根脉和底气，是核心竞争力。老字号的创新，首先是文化创新。要注意处理好三个关系：一是传统与现代、经典与时尚的关系。经典是老字号根本，同时又赋予其时尚元素。有生命力的、经得起市场和时间的考验的网红产品应该是有根有脉的，否则就是昙花一现而已。老凤祥提出“经典新时尚”就是很好的诠释；老庙黄金从经典的“好运气”文化，演绎出“五运产品”——福



禄寿喜财，深受年轻一族的喜欢；上海老饭店既保持本帮菜的经典特色，又注意改良传统做法，吸收其他帮派的菜肴优点，推出的金牌八宝鸭等吸引无数粉丝。二是传承与创新的关系。老字号的创新是在传承基础上的创新，否则就变

成了无源之水，无本之木。童涵春堂在传承“地道药材，精制饮片”的基础上，创新开发适合现代养生保健和“不治已

病治未病”的系列精制饮片，满足不同客户群的需求。三是传统文化的当代表达。永青假发过去是解决“苦恼人的笑”，现在更多的是符合现代人的精神需求和生活方式——“美丽从头开始”。



创新是老字号发展的关键和动力。老字号必须与时俱进，从经营理念、技术和工艺革新、新产品开发、服务质量、市场营销、拥抱互联网以及体制机制改革等全面创新才有活力与发展。培罗蒙采用人工智能，结合5G技术，形成手工制作

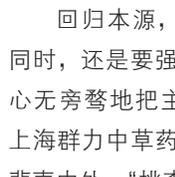
加现代技术的新培罗蒙

西装，3秒钟可以精准量衣、60分钟可以制成西装。如今的老字号越来越注重线上线下的结合，注重产品的跨界开发。大白兔推出润唇膏，杏花楼与可口可乐联手等，背后的市场逻辑是文化的多元化、产业的融通化、需求的多样化、生活的丰富化。



回归本源，老字号在文化与创新的同时，还是要强调抓住主业，专心致志、心无旁骛地把主业做好，这才是正道。上海群力中草药店主攻中医药治疗肿瘤，蜚声中外，“桃李不言，下自成蹊”；大富贵坚持为社区居民服务，精确定位于大

众消费并兼顾年轻一族的消费，以自己的特色产品、质量、价格、服务取胜，既非地处商业闹市，又非著名景点可傍，但不管春夏秋冬、刮风下雨，店门前总是有长长的市民排队守候，堪称老字号中的佼佼者。



众消费并兼顾年轻一族的消费，以自己的特色产品、质量、价格、服务取胜，既非地处商业闹市，又非著名景点可傍，但不管春夏秋冬、刮风下雨，店门前总是有长长的市民排队守候，堪称老字号中的佼佼者。



众消费并兼顾年轻一族的消费，以自己的特色产品、质量、价格、服务取胜，既非地处商业闹市，又非著名景点可傍，但不管春夏秋冬、刮风下雨，店门前总是有长长的市民排队守候，堪称老字号中的佼佼者。

依托供应链创新转型 实现供给侧终端升级

百联集团有限公司

百联集团是中国最大的多元化零售集团企业，拥有百联股份、友谊股份、物贸中心、华联超市、第一医药和联华超市等6家上市公司，旗下有一大批耳熟能详的知名企业，如第一百货商店、永安百货（华联商厦）、东方商厦、华联超市、联华超市、妇女用品商店、第一医药、蔡同德药房等。百联集团创造了很多行业第一：友谊南方商城是中国首批购物中心；开设了国内第一家小镇形式的国际化奥特莱斯广场；连锁百货销售规模全国第一；标准超市销售规模全国第一等等。



全供应链建设的规划与探索

百联集团通过全供应链五年发展规划，探索建设国际化和互联网化的全渠道商贸企业。全供应链发展的重点



是超商板块里五大自建供应链及海外资源的各项建设。五大自建供应链包括：生鲜品类的蔬菜水果、肉禽水产、加工品类的鲜食工

厂、面包工厂、南北货；在海外则布局搭建全球供应链团队，建设全球寻源数据库平台，逐步推进海外直采。

核心品类需要深度掌控，因此五条供应链一定要自建。具体怎么做呢？比如蔬菜水果供应链建设，百联集团优化了现有产地直采基地，持续拓展优质基地，建立产地买手体系，实现了源头直采；建立直管基地，形成管理体系和标准，打造安全、高品质和差异化的蔬菜水果产品；在核心产区建立高质量的自有品牌产品，孵化具有高竞争力的自有品牌。

构建了自建供应链，还要保障供应链的核心能力，提升供应链价值。一方面以先进标准为引领，充分发挥认证“拉高线”作用，共建行业新标。以新鲜水产品为例：作为老百姓菜篮子的核心工程之一，活鱼是普通消费者最为关心的、购买频次较高的日常餐桌菜。2006年曾经发生过多宝鱼药残事件。针对类似痛点，百联计划与卓越的全产业链活鱼养殖企业进行合资合作，从饲料、鱼苗培育、全阶段养殖到售卖环节的全面控管，打造安全活鱼第一品

牌。通过放心鱼品牌的建设，共同塑造商超活鱼产品控管和销售服务的标准，提升商超活鱼销售的行业标准。目前，百联已经走出了第一步，通过基地考察选择了重点合作商，第二步将协助上海相关部门打造活鱼的追溯体系，第三步会扩展渠道，和政府相关部门深度合作，推动品质安全工作。通过建立行业新标准，百联希望能改变目前上海市活鱼

产业链缺少标准、鱼龙混杂的现状，让出现在老百姓餐桌上的鱼都是真正的放心鱼。

另一方面，百联在联华股份还实践了全业务链的追溯平台，比如有代表性的是联华股份成为上海市首个完成猪肉追溯的超市，且率先完成了对407家门店（标超直营门店373家、世纪联华34家）的猪肉销售追溯码信息使用全覆盖。消费者可以根据打印在产品标签上的追溯码，或通过微信公众平台查询品名、条码等信息在网上追溯查询。同时，百联正在策划农产品溯源云平台，这个平台以产品数字身份管理技术为核心，涵盖种植、养殖、生产加工、物流、召回以及质检等模块助力企业产品品控信息化管理，塑造企业品牌影响力，打造365度全方位的溯源。

自建供应链的另外一个重点是加工工厂对于鲜食、烘焙、熟食等需深加工的商品品类，为更好地管控原料采购到生产制作环节，百联集团全部规划工厂自建自投，为消费者提供高品质、全程可管控的加工食品。加工工厂供应链发展规划，充分加强了质量安全认证体系的建设。围绕质量安全活动链，包括物料提供、工厂生产、物流链、终端零售和消费者等，



推进质量管理体系的认证，做到全过程的严格管控。

全球供应链发展如何做？目前主要是三个方面协同

推进的。一是百联和海外资源全面合作，建设全球供应链。目前重点推进和欧洲中小供应商的合作：一方面与意大利慢食大学达成战略合作，另一方面和M-industry进行重点合作，成立国际采购团队，优化直采业务，并通过国内加工中心进行分割、加工和包装；二是建立一个集团

层面的全球供应链直采组织，对内整合各业态公司需求，形成内部供应链信息整合窗口和平台，对外推进集团统一集采模式，优化海外采购或战略合作的全流程；三是搭建全球商品数据洞察平台，汇集全球优势品类、优秀品牌或



热销特色商品，同时为全球供应链直采组织提供有力数据支持。

围绕全球供应链，同样采用了“拉高线”的做法，充分发挥认证的作用。

通过建设全球寻源数据库平台，构建进口采购、海关检验检疫、全程物流链及销售的数据流，数字化控管全球供应链体系，最终结合业务积累，形成优安标准，依托优势品类，结合行业标准，推出更高级别的优安认证。

打造高效智能物流，赋能提升供应链效率

高效物流是供应链效能提升的关键元素之一。为了提升效率，百联准备着重围绕物流体系、物流服务平台、大数据网络打造智能物流。

物流体系是以新零售计划为基础，从供应链物流的上游、中游和下游进行整体的规划和建设，实现对新零售门店运营高效灵活的支撑。对上游重点围绕国际采购物流、国内采购物流、跨境物流服务和全业态云库存，实现线上和线下的库存统一；对中游重点围绕仓配一体化、智能分仓和供应链物流优化，使百联的反应速度更快、成本更低、商品品质更、信息更准；对下游一方面围绕店仓结合和多仓联动，构建“店仓+社区仓+微仓+快递柜”的最后一公里多仓联动网络，另一方面整合同城配送资源，打造即时达、当日达、次日达、预约达、个性化定制配送等多种配送模式，真正实现端到端的业务体系。

物流服务平台方面，将其定位为百联零售业态转型的一部分。以科技型、创新型供应链物流服务为重点，提升物流对各产业的服务和支撑能力。在物流服务方面，百联集团拥有长期的积累和优势，既拥有一批物流地产（如生鲜集散基地、物流园区等），也已经积累了大宗商品智能物流服务经验。

大数据网络方面，百联智能物流是基于零售商品和网络优势，不仅服务百联自身的业态，还要力争成为供应链创新与应用示范企业，然后成为商业零售行业首选的专业第三方物流和第四方物流服务商，为多种业态提供优秀的综合物流服务和多层次的增值服务。整个仓配化管理，包括入仓物流、仓内物流、配送物流、服务物流和退货物流，

最终形成一体化物流管理。

以供应链创新转型为依托，实现供给侧终端升级

供给侧改革对于百联来说，最终还要实现终端的升级。在终端升级方面，百联重点围绕四个方面展开实践：一是通过品牌领军，进行变革拓展。落实打造“上海购物”品牌的要求，不断提升百联集团品牌的能级和美誉度；二是创新驱动，转型发展。不断推进业态创新、经营方式创新和技术创新；三是质量领先，服务提升。响应“上海服务”和“上海购物”品牌战略，推动相关企业加快创新转型；四是标准领跑，管理增效。优化企业标准体系，提升标准国际化水平，通过一些国际认证来拉动内部管理创新，提升管理效益。以商超新型零售门店为例，业态创新的思路是新型商超门店将会实现数字化的消费者、线上线下同货同价、线上渠道与实体门店打通、场景深度融合，为消费者提供极致的便捷和体验。通过“人-货-场”，以基础设施和技术创新作为支撑，重新定义新零售，最终要实现经营消费者全渠道的一体化、商品及供应链全渠道一体化、线上与线下渠道交付体验一体化以及内容与服务的全渠道一体化，满足消费者无时不在、无处不在的消费场景。“人”也就是消费者，是可以经营的，因此称其为经营消费者，通过身份自动识别、动态监测、行为追踪、偏好分析、数据记录等过程，可以进行360度精准画像、全链路“识别+可追踪+可触达+可服务+可洞察”，最终实现“可经营”；“货”指全渠道同货，包括线下体验线上消费、全业态云库存共享、商品信息全程可得等；“场”指场景融合联动，包括多元消费场景融合构建、线下场景融合线上元素、全流程数字化运营管理。



围绕商超终端，针对百联核心的中产消费者，百联为未来商超领域设计了五大核心消费场景：

定期囤货、休闲消费、一日三餐、日常补给、即时消费的场景，计划着重开发精品生活鲜超、全食市集（第一家探索店在浦东张扬路，R1SO系食）、多元标超、便利店（逸客，与阿里巴巴合作）、会员折扣卖场等。而对百货终端，将以核心供应链模式创新转型为依托，持续推进持续推动业态创新。比如价值折扣百货，上海五角场悠迈生活广场，是创新转型的第一家探索店。另外，还计划在全国省会城市及重点二线城市发展的奥特莱斯。

质量安全管理体系永远在路上

上海清美绿色食品（集团）有限公司

上海清美绿色食品（集团）有限公司专注于生鲜豆制品及生鲜健康食品领域，着力打造研发、种植、养殖、加工到销售的全产业链体系，已成为上海市“菜篮子工程”和“早餐工程”的重要合作伙伴。清美产品选料天然、品质安全，涵盖9大系列3000多款预包装鲜食，覆盖25个生产许可证名录。经过多年努力，目前清美集团已成功打造出豆制品专卖、面点早餐连锁、中心菜场、清美鲜食便利店“四大商业模式”，实现了从“豆制品专家”向“城市生鲜食品综合服务商”的成功转型。

全产业链探索并成功实践“质量运营三角”理论模型。创新是清美集团质量管理的永续动力，清美集团依托



企业“群众路线、团队一体化”的强大后盾；采用“一个定位、一个目标、一套机制、一批项目”的质量方法论，落实“一套机制”（双重预防机制、三级检查机制、三级品评机制、无农药残留管控机制、跨部门协同机制），管理模式保证运用效果；一批项目：质量奖、进博会产品保障、新业态、四归零改进、负面清单改进、添加剂管控、微生物管控、二维码、集团化包材换代、体系项目（ISO9001、ISO22000、HACCP、诚信体系、有机认证等）。集团质量安全部作为改进和创新主要推进部门，在完善质量监控运营基础上不断改进，五定项目专项管理方案（定清单，定对接流程，定项目小组，定管控方案，定监督机制），有力保证项目实施效果。

三分策划、七分执行。清美集团为了保证质量政策落地，在实践中探索出清美特色的“143行动指南”：“1”条路线，即走群众路线，全员参与，必要时跨部门协同；“4”个抓手，即法规抓手，体系抓手，项目运营抓手，目标管理抓手；“3”大步骤，即守住底线、敬畏法规，标准



化提升系统效率，三级检查机制、闭环管理。

没有规矩不成方圆，标准化就是立规矩。清美集团一贯重视标准化工作，先后制定了系列企业标准：Q/BBAJ0005S（热凝固蛋制品）、Q/BBAJ0003S（腐竹类制品）、Q/BBAJ0007S（熟食面筋制品）等。同时，企业通过了质量管理体系认证

（ISO9001）、HACCP认证（GB/T27341）、诚信体系认证（GB/T33300）、食品安全管理体系认证（ISO22000）、有机认证（GB/T19630）管理贯标活动，取得质量安全的体系保证。

清美集团自进行质量管理改革创新以来，产品合规性、产品出厂合格率、审核通过率、国家、市级抽检合格率均为100%，食品安全事故与行政处罚次数均为零。近三年来，清美集团产品在上海的市场占有率逐年提高，根据上海市豆制品协会提供的数据表明：截止2018年，清美集团在上海市场占有率高达66%。清美集团相继获得“中国豆制品行业质量安全示范单位”荣誉称号，“首届中国国际进口博览会餐饮食品供应保障杰出贡献”奖；中国食品工业协会豆制品专业委员会颁发的“中国豆制品科技进步一等奖”；农业农村部等八部委颁发的“农业产业化国家重点龙头企业”证书；中国食品工业协会豆制品专业委员会颁发的“2019年中国豆制品行业50强”。质量是企业生命线，安全是企业底线，质量安全管理体系清美集团永远在路上。



不断完善生产体系建设 提升乳品质量管理水平

上海乳品四厂有限公司

上海乳品四厂有限公司隶属于光明集团，目前拥有 12 条灌装线，主要生产畅优、优倍、纯鲜杯等 30 余个品类，最大生产能力 320 吨 /



天。作为一家乳制品生产企业，乳品四厂在“以质量为核心，以创新为动力，以品质促品牌”的品质光明战略引领下，不断完善体系建设，对标先进，提升质量管理水平。

乳品四厂具体的质量管理措施有：一方面，工厂通过实施 HACCP、PPAP、GMP 等质量管控体系，对生产过程存在的食安问题进行风险识别管控；另一方面，按照光明乳业的工厂千分管理体系，对软件、硬件进行全方位的检查、评估、改进，共同降低食安风险，确保产品质量。

在产品生产过程控制中，工厂通过内部检查、外部投诉、市场走访反馈等途径将质量问题进行汇总分类，力求零不良、零客诉、零食安。运用 HACCP 评估，对生产加工环节从人、机、料、法、环、测 6 方面确定各工序的风险清单，运用失效模式和后果分析 (FMEA) 工具对风险的严重度、发生度及检查难易度三个类别进行打分，分为高风险、中风险



和低风险三个等级。通过评估，工厂发现食安高风险 51 处、中风险 146 处，相应制成了食安风险地图，逐一进行改善，并将相关的质量改善点纳入 QM 矩阵表与 AM 食安基准书中，制定稽核制度，定期点检维护，提升人员产品质量意识。同时在日常管理、持续改善的基础上增加了 PPAP (源流管理)，更加注重设计审查和变更的风险管控，从原料采购、生产加工到产品配送，每道工序逐级保证质量，从而最终达到产品为 0 不良的管理过程。工厂通过源流管理活动，及时发现来料不良问题最多的供应商，优先进行重点改善。运用 TPM 工具，进行 QE 矩阵、4M 分析，对供应商现场检查确认，再做 QM 矩阵表并完成稽核，从而减少包材的不良品率。工厂还加强对生产过程关键控制点的识别，将收奶、杀菌和灌装 3 个工序列为

关键控制点进行重点关注，制定点检表对设备上会导致食安全隐患的相关项目进行定期点检和保养，防患于未然。与教育训练进行合

作，编写教材培训，实现谁做都能保证质量的要求。当产品生产流出过程中发现不良时及时向上级汇报，调查原因、对已发现的内部不良运用 MSA、SPC 等质量管理工具进行整改，效果达标后制定 SOP、修订 QM 矩阵表进行传达教育。

工厂通过源流管理，力求做到“不接受不良品，不生产不良品，不流出不良品”。



乳品四厂大力开展“千分建设”活动。千分条款共 5 大模块，55 个分模块，每年根据实际情况进行更新、修订。为了推进活动开展，工厂建立了 1000 分审核小组，每月开展部门自查及互查工作。同时按照区域部门划分为 6 个小组，检查组长由各部门主管担任，各部门经理为督导员，对检查过程结果进行监督。被检查部门设立协查员，负责提供检查过程需要的资料等工作。比如在工厂的工艺管理检查大模块中，共分为 9 个分模块、80 条，对投入品管理、过程控制、CCP 点、食品防护、清洗消毒，人流 / 物流、计量和冷链进行稽核。最后将检查的问题由各部门进行整改、部分需要进行硬件改进和方案讨论的内容，通过专题会议进行讨论。工厂以千分管理为抓手，通过系统化、标准化管理方法，完善质量管理体系，全面提升工厂精细化管理水平。

通过了一系列的质量管理措施，乳品四厂灌装线不良率下降 91.6%、客诉下降 70.3%、食安高风险点改善 100%。2016 年 10 月，工厂质量管理通过了日本 JIPM 协会审核，获得 TPM 优秀奖；2018 年 12 月又顺利获得 TPM 优秀继续奖，成为了国内首个获得该荣誉的食品加工企业。工厂还先后获得国家奶业创新联盟颁发的“乳品加工示范基地”、长三角奶业大会颁发的“十佳乳品企业”等荣誉。

严格控制生产流程质量 不断提升旗袍制作技艺

上海蔓楼兰企业发展有限公司

上海蔓楼兰企业发展有限公司主要以中式元素的旗袍以及女装、男装、童装和配饰为经营内容，是一家集研发、生产、销售于一体的全国连锁型的新中式轻奢服饰公司，现拥有“蔓楼兰”、“PEONY ANGEL”、“和揖”、“廿伍”4个服装品牌。



旗袍的设计制作工艺复杂、过程繁琐，加上传统手工技艺传承人寥寥无几，从而导致如今旗袍文化成为小众文化；特别是在现代流行的高、快、捷流行趋势的冲击下，多数的人更喜欢去追求简洁随意的风格，反而对体现传统民族文化的旗袍少有尝试，从而导致旗袍产业停滞不前。在中国传统技艺不断流失的今天，蔓楼兰公司作为一家专业的旗袍生产销售的企业，毅然肩负起传承非遗技艺的使命。公司多次邀请非物质文化遗产海派旗袍制作技艺传承人金泰钧先生莅临指导，以帮带的形式培养企业的新生力量，将旗袍的制作手艺得以传承。同时，公司员工自2009年开始学习ISO9001质量管理体系的内容，严格控制生产流程和质量，并制定且严格遵守《质量管理手册》，不断提升旗袍制作的质量和技艺。与此同时，为了进一步完善企业质量管理体系、提升关键过程绩效、提高企业

蔓楼兰

管理水平、增强企业综合竞争力，公司按照GB/T19580《卓越绩效评价准则》、DB31/T1009《小企业卓越绩效评价标准》在企业内部建立和推行卓越绩效管理模式，按照“远见卓识的领导”、“战略导向”、“顾客驱动”、“社会责任”、“以人为本”、“系统管理”等卓越绩效管理的核心理念，在企业内部引导全员追求卓越。

在产品生产和销售的过程中，公司对历年来发生的质量和销售服务问题进行汇总分析，确定改进目标，制定改进计划，同时成立改进专项小组，定期对发生的问题进行讨论并相应调整方案。首先，在提升顾客满意度方面，公司投入资金，引进数据分析软件，建立了客户满意度监测评价机制，跟踪商品销售情况，确保有效的进行客户维护，且每年由上海市顾客满意度评价中心为蔓楼兰公司进行顾客满意度测评，2018年满意度指数为85.56，体现了满意度测试逐年递增的趋势；其次，为了更好提升品牌的知名度和专业度，公司增加了线上推广项目，优化网站，建立完善的线上推广凭条，引进推广软件，不断实现网站升级；再次，为了精准市场的投放率，公司引进数据分析资源，重新构建货品计划，结合数据分析结果，更加精准的制定货品店铺结构。

除专项小组之外，公司领导层始终以企业价值观为导向，鼓励员工在提升工作技能的基础上精益求精，推动企业工匠精神氛围的形成。同时注重保护旗袍图案的知识产权，公司目前拥有外观专利60款、著作权910件。在管理方面，公司采用先进的管理模式，为了员工职业发展与技能培训，公司采用OTJ(On The Job Training)和FTJ(Off The Job Training)两个主要架构，培训方式主要是课堂讲授、课件下发、实场演练，培训工作流程主要包含：培训需求调查、制定培训计划、准备培训材料、开展培训课程、评估培训效果、总结培训经验，确保培训工作闭环良性开展，从而更好的保障了产品的质量并提升了销售服务的品质。

通过这一系列的质量控制措施，公司2018年外部质量损失较上年下降8.2%，内部质量损失下降69.2%，产品质量问题发生数量下降17.5%。据行业市场调查，2018年上海市场销售额所占份额及同类产



品排名中，蔓楼兰公司市场占有率6.95%，同行业排名第一位。近年来公司先后荣获“2017年度上海市质量金奖”、“上海品牌”、全国商业质量品牌示范单位、中国商业十佳品牌、苏浙皖赣沪名牌产品100佳、四新企业荣誉。

关注质量控制 改善服务流程

上海新世界股份有限公司

上海新世界股份有限公司主营百货零售，近些年，随着服务功能延伸又拓展了酒店、餐饮、娱乐等业务，形成了商旅文联动的经营特色。其中新世界城有 10 万多种商品、上千家供货商，年销售额达 35 亿元，平时客流量约 5 万人次/日，节假日达 20 万人次。针对参差起伏的客流，如何留住顾客，提高交易率？新世界城通过使用 6SIGMA 先进的管理方法，改进服务流程，缩短顾客交易时间，不断提升经营业绩和管理能力。



我们发现，商城各楼面收银台分布不合理、收银指示标志不显著、交易程序复杂延长交易时间，影响顾客满意程度，导致了顾客的流失。于是采用 6SIGMA 管理方法，调整收银台布局，减少收银台数量，提高收银效率。如八楼商场共有 6 个收银台，分别设在西南、东北、中岛，由于分布不均、收银指示牌不醒目，给顾客交易带来一些困难。这种情况在平时交易量少时，矛盾尚不突出，但是黄金时间段消费人群集中，收银台繁忙很多，由于分布不均，导致部分收银台排队、部分收银台冷落的现象。通过现场调查与测量分析、收集数据，分别采用《单笔交易时间测量表》、《总交易时间测量表》和《收银台各交易笔数》，结合平时时段和黄金时段发生情况进行详细记录，根据收银台分布图分析各收银台交易时间，根据顾客交易流程图

找出存在的缺陷，在电脑后台的 POS 机数据库上收集平日和黄金时段的交易数据，以分析付款顾客到达收银台的规律性，最后根据收集的材料运用 VISIO 软件鱼刺图进行分析，从中发现操作方法、导向标志、收银布局不均、人员作息不规范等直接导致收银率下降的原因。为此利用 6SIGMA 计算机离散事件仿真软件对 8 楼收银台布局的现状进行了仿真建模，进一步测试各收银台的工作量负荷和顾客平均等待时间，发现各个收银台的工作量分布极不均匀，而过高的工作负载可能会引起工作差错与工作态度下降，过低的工作负载则造成了收银人员过剩。根据综合测试的结果，并通过反复认证将仿真测试数据运用到实际改造中，决定对影响大、改进易的先进行改进：减少 1 个收银台，变动 2 个收银台位置，达到分布合理、均匀的效果，并对各指示牌进行调整，做到明显、醒目、美观。同时制定《收银员操作流程》，开展收银员的培训，规范操作行为，加强 POS 机日常维护，降低出错率。改进之后经过相关数据测量后发现，收银台的顾客平均等待时间、排队人数明显趋于合理，既解决付费排队现象严重、顾客等待时间上升的问题，又提高了现场管理效率，从而有效防止了顾客流失，提升了顾客的满意度。

收银工作是零售商店最为重要的一个环节。新世界城通过运用 6SIGMA 管理方法，采取质量控制措施，平衡服务资源，改进服务流程，缩短交易时间，将排队多的收银台进行交易量分流，使商场顾客平均等待时间大幅度减少，各收银台顾客的平均排队人数基本上都是在 6 人以下，符合顾客的可接受程度。同时减少了一个收银台可以增加 2.5 平方米的营业面积，减少 4 个收银员又可以节省人力成本，仅此一项每年可增收节支 18 万元。



以质量求生存 以质量求发展

上海上药神象健康药业有限公司

上海上药神象健康药业有限公司作为上海医药集团股份有限公司旗下专业从事参茸保健品的专业经营公司，主要经营滋补类产品、参茸饮片、保健食品和食品等健康产品，其中野山参、虫草、枫斗、阿胶等为公司重点产品。2018年公司销售额达到4亿多元。多年来，公司秉承“以质量求生存，以质量求发展”的质量方针，始终把产品质量放在首位，通过制定质量管理体系和质量管理制度，完善种植基地和产品溯源机制等各种措施，预防质量风险，控制产品质量。



公司建立了质量风险预估制度，质量部每年会对上一年度的质量投诉，商品质量反馈，客户资质等进行评审，根据评审的结果决定供货商合作与否。同时会对质量控制的整个流程设立风险点，根据风险点制定相应的风险控制措施，把风险降低到最低点。为了把控原料源头，保证原料品质，公司在云南、辽宁桓仁和上海崇明等地建立了中药材基地。野山参是神象的主要产品，在上海乃至华东地区都占有重要的地位。“买野山参就买神象野山参”，是与基地建设分不开的。基地的野山参自然生长并经过严格的挑选和检测，顾客可以通过扫描二维码等，查询每根参的来源和真伪。今后公司将逐步将二维码查询扩大到更多的产品。



公司建立了生产和经营两条质量管理体系，严格执行国家药品经营质量管理规范和药品生产质量管理规范，通过国家GSP和GMP双重认证。生产和经营有自己独立的质量管理体系，设立专门的质量管理人员，生产体系中的QA和QC分别负责产品质量放行和质量检测，对所有生产的成品依据执行标准实行批批检测合格后放行。经营质量则主要负责原料和成品的验收，商品储存养护和售后服务等管理。通过对产品的进销存退全过程管理，控制产品质量。原料验收除了人工鉴别外，还需要批批送检，合格放行。存储在库的商品，实行三三制养护，并安装了24小时的温控监控系统，整个库存的温湿度保持在一定的范围内，当库存温湿度超标时，实行动态报警并由专人处理。对于售后的产品则设立了400客服热线，配备质量专员，专门负责质量售后处理，对顾客提出的质量问题及时解答并解决。



通过这些年来坚持不懈、不断提升的质量管理，规范了产品的种植、原料采收、生产和销售等各个环节，直接提升了公司的整体运营能力和公司经营业绩，在同行业中具有竞争优势。主营业务收入、利润总额逐年上升，参茸及饮片市场占有率连续多年保持在上海市场的30%以上。公司获得了多项荣誉：上海中药行业协会、上海保健品协会“名优产品”；上海市五星级“诚信企业”、上海十佳商业品牌、全国商业质量品牌示范单位、第八届上海中医药科技奖（二等奖）等；并被认定为“上海市重点商标”、高新技术企业、中国商业联合会AAA信用等级企业；传承南派阿胶助力援疆建设项目被评为上海商务部十大经典扶贫项目、人民日报大国攻坚决胜2020精准扶贫产业发展模式推荐案例；神象牌珍珠粉、超细珍珠粉被评为2018年度上海特色产品（伴手礼），公司每年组织主办上海野山参节等活动，开展野山参知识、中药健康养生知识普及活动，将野山参文化传播到每个老百姓的心中。



质量管理是一个全员的、持续的管理，每一位员工都应当主动参与，积极实施，持续坚持。上药神象公司将在更规范的质量管理中不断进步。

将全流程质量监控应用于团餐供应

上海绿捷实业发展有限公司

上海绿捷实业发展有限公司是一家立足上海本土、主营学生营养午餐的民营团餐企业。目前业务覆盖全市15个区县的380余所中小学、幼儿园，日供团餐超过39万份。

作为一家专业的团餐企业，上海绿捷公司针对团餐服务供应链繁杂、过程控制点多的特点，通过建立供应链质量管理追溯体系，全过程信息化监控体系，实行“全流程监控”，有



效提升了餐饮服务质量。同时，针对从业人员文化水平偏低的情况，采取多种形式的培训，提升员工从业素质，确保规范操作。此外，公司将质量管理工作重点更多的转向精细化管理，建立了拥有2300余项检验能力的专业检验检测中心，并获得CMA、CNAS双认证，做到从原料端对微生物、营养成分、重金属、农药残留、兽药残留、毒素、污染物、添加剂等实行实验室定量检测，检测数据纳入公司ERP系统，严格确保原料的安全。

公司还在全国同行业中率先建立餐饮生产全过程品控管理体系、信息监管体系、物流温控体系、检验检测监管体系，以最



大限度地保障食品安全。在供应链端方面，对从田园到餐桌的整个餐饮链建立质量管控，从食品安全源头治理，始终不渝把原料的质量和安放在重中之重的位置。公司不断加强农企对接，通过原产地基地保障原料供应，先后建立了湖州3000亩无公害蔬菜基地、江苏射阳万亩大米基地和百万羽蛋养殖场、常熟的水产养殖基地；调味品、食用油等

品牌原材料方面，与著名品牌企业建立一手供应体系，并通过溯源体系建设，接受全社会的监督；服务全过程信息化监控体系建设方面，在全国率先建立“全球眼”远程监控体系、实行明厨亮灶工程，推进以“六T”为核心的规范化管理，依托ISO9001、ISO22000和HACCP体系，确保每一份盒饭的安全。公司拥有一支50

人的专业飞检队伍，每天安排5辆检查车对分部食堂进行突击检查，做到严字当头、落实责任，确保生产加工过程安全无差错。公司坚持贯彻兢兢业业做好食品生产管理基础工作的方针，组织整理、更新了14000余条制度与规范，并运用晨会、周会、例会、寒暑假带薪培训等方式，加大培训宣贯力度，确保员工年培训课时超过60小时，使食品安全的理念和意识不断得到强化，服务要点及规则等深入每一位员工的思想以及日常操作规范当中。通过这一系列的质量控制措施，公司团餐供应工作质量不断提升，全年无重大食品安全事故发生，客户满意度达到96.29%。公司的高标准服务也得到了更多客户的认可，在上海市10个区均实现了客户的新增。

上海绿捷公司秉承“民以食为天，食以安为先”的宗旨，十多年如一日，诚信守法经营，不断进取创新，先后被评为上海市名牌企业、上海市著名商标企业、中国团餐十大品牌、中国学生营养团餐十大品牌、AAA信用企业单位、全国商业质量管理优秀企业、闵行区最具社会责任企业等荣誉称号。



立足于金山区商业经济的发展

上海市金山区商业联合会是一家以金山区范围内的商业、服务业、旅游业等多种经济成分的商业企业，按照自愿原则组成的、具有联合性、非营利性的社会团体法人，目前共有80多家会员单位。业务主管部门为金山区经济委员会（商务委员会），系上海市商业联合会的会员单位。金山区商业联合会于2018年通过3A级社会组织复评，荣获中国社会组织评估3A等级社团称号。

金山区商业联合会的宗旨是“联合、服务、协调、纽带、监督、组织”。其主要职责是履行政府授权的有关职能，服务经济、服务商业、服务企业，坚持以市场为导向、以创新为抓手、以服务为根本，立足于金山



区商业经济的发展，搞活流通，繁荣市场，方便人民群众生活；立足于文明经商，发扬社会主义职业道德，保护经营者合法权益，努力成为政府联系广大商业服务企业的桥梁和纽带。

金山区商联合会的业务范围为：一是协调会员单位贯彻执行国家有关方针政策和法律法规，维护企业合法权益；加强行业自律，信守商业道德，规范企业经营行为，建立公平、公正公开的市场环境，保护消费者合法权益。二是开展调查研究，向政府反映



商品流通和服务行业的情况和问题，提出政策性建议；积极完成政府委托、交办的各项任务。三是维护会员的合法权益，向政府和有关方面反映会员的合理意见、要求和建议。四是帮助企业开拓新的经营领域和流通渠道，受政府委托承办或根据市场和行业发展需要主办各类展览会等。五是做好



会员之间、会员与各部门之间、会员于各地区之间的协调服务工作。六是为会员提供有关咨询、技能和业务知识的培训等服务。七是开展对外交流与合作，帮助会员企业寻找合作伙伴。

金山区商业联合会建立了明确的工作规范。严格按照《国务院社会团体登记管理条例》和《金山区商业联合会章程》开展各项活动；坚持民

主办会的原则，深入广泛地开展各项服务工作，注重充分发挥会员的积极性；秉持新发展的理念，紧扣时代的脉搏，凝心聚力，紧紧围绕金山“两区一堡（即：努力成为打响上海制造品牌的重要承载区、实施乡村振兴战略的先行区、长三角高质量一体化发展的桥头堡）”的战略定位，为加快打造“三区（即：加快打造经济转型发展示范区、城乡一体发展试点区、区域联动发展实践区）”“五地（即：加快打造新兴产业的成长地、创新创业的汇聚地、宜居宜游的优选地、城



市生态的滋养地、联动发展的共赢地”、全面建设“三个金山（即：加快建设创业金山、宜居金山、和谐金山）”而发挥积极的作用。

品质生活 便利中国

上海便利蜂商贸有限公司作为智慧零售新锐，充分运用大数据、物联网、人工智能等前沿科技，以开设24小时直营便利店为主，以智能货柜为辅，采用线上线下融合的方式，打造全场景即时便利的智慧零售。



自2017年2月北京首批门店开业以来，短短31个月时间，“便利蜂”实现了在全国开1000家门店的目标，形成覆盖京津冀和长三角两大城市群的业务发展格局，刷新了便利店行业记录，显示出“数字驱动”模式的蓬勃生命力。如今“便利蜂”在上海已开门店超出100家，并计划以上海为中心，在开拓宁苏锡杭的基础上，进一步辐射华东地区的11座城市。

“数字驱动”是“便利蜂”的内核。“便利蜂”以“数字驱动”的创新模式实现了对大规模门店的全直营管理。通过对生产、物流、门店和消费者在内的全链路数字化，“便利蜂”得以在最大程度降低便利店日常经营决策中人的不确定因素，实现“系统管店”。如果将传统便利店以店长为核心的经营模式比作“有人驾驶”，第三方赋能型模式的便利店视为“辅助驾驶”，那么“便利蜂”的经营模式则可称之为“全自动驾驶”。这既是“便利蜂”与传统便利店最大的不同，也是其实现远超前于行业增长速度的关键因素。

在经营层面，“便利蜂”的“数字驱动”的优势首先体现在科学的鲜食管理上。过去，便利店做的鲜食是个两难问题：不做鲜食，日销上不去；做了鲜食，食品安全和废弃又很难把控。“便利蜂”将鲜食的生产计划、鲜度管理、动态促销全部交由系统决策，大幅削减了人工操作带来的风险点，成功将鲜食打造成行业领先的优势品类，有效提高了门店经营效益。

“数字驱动”的好处还在于“千店千面”的落地。当消费者的个性化需求通过数据反馈至云端，“便利蜂”的自动订货系统会迅速响应，向不同门店输出不同的SKU，最终实现门店服务标准化、商品结构个性化这两者的统一。

食品安全是“便利蜂”坚守的生命线。作为一家智慧型便利店，“便利蜂”通过建设高标准的自有鲜食工厂、智能物流中心和数字化门店，实现食品安全管控的全程数据化和自动化。“便利蜂”自主研发了鲜度PAD和手



持PDA，通过鲜度管理系统对食品的保质期、销售期以及热餐产品的废弃进行有效的管控。对门店销售的30天以下保质期产品应用二维码技术进行效期管控，消费者在扫码付款时可自动拦截超过保质期的产品。运用自



主研发的蜂窝学院APP建立各类标准操作程序；通过蜂利器APP进行培训和门店稽核、消费者投诉处理等；通过虎头蜂APP进行虫害的预防与控制，确保了各项食品安全管理制度落实到位。

“便利蜂”的实践得到了海内外业界的认可。2018年3月，“便利蜂”入选科技部火炬中心等单位评选的独角兽企业榜单，成为便利店行业唯一入选企业；5月，在中国便利店大会上中国连锁经营协会为“便利蜂”授予了“新锐品牌奖”和“创新奖”；7月，“便利蜂”在第十届中国食品安全年会上获得“食品安全示范项目奖”，为7家获奖单位中唯一的零售企业；2019年4月，在中国国际食品安全与健康大会上“便利蜂”更是获得了食品届“奥斯卡”奖——“年度七星奖”的殊荣。8月，日本经济新闻发表了题为《中国无人店的最佳答案是“便利蜂”？》的报道，引述业内人士的观点称现阶段被评价为“最佳答案”的是新兴便利店“便利蜂”。

未来，“便利蜂”将一如既往，在应用前沿技术持续提升服务品质的基础上，加速全国开店步伐，实现“品质生活，便利中国”的愿景。

未来，“便利蜂”将一如既往，在应用前沿技术持续提升服务品质的基础上，加速全国开店步伐，实现“品质生活，便利中国”的愿景。

新黄酒 新体验



上海金枫酒业股份有限公司聚焦主业发展，创新商业模式，通过资本经营和产业经营联动，不断做大做强核心主业，实现价值增长，2008年成为以黄酒为主业的上市公司。2013年—2015年，先后收购了绍兴、无锡两个核心酿造产区的酒厂，实现了黄酒产业跨区域发展。现为国内黄酒业率先实现传统黄酒工业化生产的企业，研发能力、盈利能力、酿造工艺、技术装备等位于行业领先水平，先后被评为上海市文明单位、三优企业、酿酒行业排头兵企业等多项殊荣。公司为中国酿酒工业协会副理事长单位、黄酒分会副理事长单位、中国食品科学技术学会黄酒学会理事长单位、上海市酒类流通协会副会长单位并拥有国家级黄酒评委数名。

金枫酒业公司的黄酒产业源于1934年建立的华光啤酒厂和1939年成立的上海枫泾酒厂，80多年来，坚持创新与传承并举，为黄酒传统产业发展作出了重要贡献。1997年，金枫“和”酒品牌横空出世，开创了黄酒市场的新品类，首次实现了传统黄酒向营养型黄酒创新升级，为同质化严重的黄酒市场带来独树一帜的差异化产品。2001年，“石库门”品牌的诞生开启了以品牌为核心的体系构建和模式再造，引领黄酒行业进入现代营销时代。石库门以“Made in Shanghai”为传播主线，以上海城市精神为品牌

故事内核，与文化艺术领域大家合作联名款，与地标性、老字号品牌联合开发、共同宣传，推进跨界异业合作，走出酒行业，与其他食品、消费品、化妆品等共同开发品牌衍生系列，实现产品热点传播，变地域性劣势为城市优势，立志打造上海骄傲。

金枫酒业公司于2002年起相继建立并通过了质量管理体系、HACCP食品安全管理体系、环境管理体系、职业健康安全管理体系审核认证，并连续完成了体系的换证工作，保证了产



品质量、确保了食品安全、满足了顾客需求、保证了环境和职业健康安全，并成为行业中首家四个管理体系全覆盖的企业，同时完成了国家级“标准化良好行为试点企业”的创建工作。企业注重科技创新，致力于对黄酒传统工艺的革新，研制的金枫501酵母菌种，经中科院微生物所鉴定为新工艺黄酒优良菌种，并收藏命名为AS2.1392；1978年建成了全国第一条年产万升的黄酒新工艺生产流水线；90年代通过技术创新，建成了发酵电

脑自动温控系统；为实现科技兴司、持续改进，先后成立上海市级企业技术中心、上海市工程中心，2009年又投资新建“10万升黄酒技改项目”，在同行中继续保持技术领先的地位。

金枫酒业公司以“合力成金，平和致远”为理念，聚焦以黄酒为主业的专业化发展，不断努力打破传统黄酒的行业壁垒，坚持“创新”、“转型”的发展思路，从深化整合到融合，继续推进商业模式转型，坚持“品牌+”的跨界异业，跳脱传统宣传的思维束缚，打造实时热点下的事件营销，解放思想、持续创新、勇于开拓。公司目前拥有多个知名品牌，“金枫”于2010年入围商务部“中华老字号”名录；“石库门”、“和”，先后被评为中国驰名商标、上海市著名商标、上海

名牌产品等多项荣誉。公司将继续围绕“新黄酒 新体验”的主题，重新定义、理解黄酒，以“新消费”的视角，通过“新定位”，谋求“新人群”，寻找“新场景”，营造“新氛围”，打造属于金枫酒业的“新品类”、“新表达”、“新商业”，不断突破黄酒边界，持续拓展市场空间，将金枫酒业打造成为核心优势明显、工艺设备先进、资源配置完善、网络基础扎实、管控体系严密的具有领先优势的酒业上市公司。

打造国内一流的现代会展民营企业

上海德纳会展有限公司成立于1996年。经过20多年的成长历程，现已发展成为集多项品牌专业展于一身、组展业务类别跨度较大、专业团队完善的企业集团。2016年起成为国际展览和项目协会（IAEE）会员。

德纳会展公司作为国内知名的集团性展览及会议组织机构，每年在国内多个城市举办近二十场专业性贸易展览，展览面积近40万平方米。专业展览题材跨越多个专业领

域，主要涵盖：“中国（温州）国际皮革、鞋材、鞋机展览会”、“中国（温州）国际眼镜展览会”、“中国（温州）国际工业博览会暨机床工模具、塑胶工业展览会”、“温州国际汽车展览会”在行业中享有盛誉，其中“皮革展”与“眼镜展”均被商务主管单位列为国际性重点展会，慕名而来的外商每年呈双位数的增速，成为中国制造业走向世界的桥梁性展会。为顺应日益增长的国际贸易需求，公司于2004年成立国际部，



域，主要涵盖：健身运动器材及用品、建筑建材、皮革及制鞋技术设备、机床及塑胶机械、五金、眼镜业、表面处理及环保技术、汽车、家具及家装、广告器材、印刷包装、照明、泳池设施及营造、游泳装备、暖通及新风技术等领域。

德纳会展公司秉承“工匠精神”，依托产业，坚持创新，专注打造品牌展会。以专业化、品牌化、国际化为发展目标，为客户创造商机为己任，真诚为各行业搭建优质、便捷的专业商贸服务与体验平台。德纳会展公司举办的“IWF 上海国际健身展”是我国健身领域中规模和影响力巨大的国际性专业展览会，该展的健身器材展示规模领

跑业界；“国际绿色建筑建材（上海）博览会”作为提供绿色建筑整体解决方案的国际建筑建材专业类贸易博览会，在同类展会中成为标杆；每年一届的“成都国际广告节”（同期举办“成都国际照明及LED展览会、成都国际包装及数码印刷展览会”）盛况空前，是规模仅次于上海展的大型广告行业展览会；每年在温州举办的“中

国（温州）国际皮革、鞋材、鞋机展览会”、“中国（温州）国际眼镜展览会”、“中国（温州）国际工业博览会暨机床工模具、塑胶工业展览会”、“温州国际汽车展览会”在行业中享有盛誉，其中“皮革展”与“眼镜展”均被商务主管单位列为国际性重点展会，慕名而来的外商每年呈双位数的增速，成为中国制造业走向世界的桥梁性展会。为顺应日益增长的国际贸易需求，公司于2004年成立国际部，

办理全球皮革及制鞋、健身/运动等行业展览会参展与参观业务，为企业进入国际市场提供专业化建议和完善的服

务，为广大供应商和贸易商铺设通往国际市场的桥梁。

德纳会展公司经过二十多年的风雨历程，不仅迈入了具有核心竞争力的先进会展业行列，而且形成了具有德纳风格的精神文化、制度文化和物质文化。

德纳目标：打造国内一流的现代会展民营企业

德纳经营理念：致力于为客户创造商机

德纳宗旨：竭诚服务，奉献社会

德纳精神：厚德敬业，诚信务实，开拓创新

德纳工作作风：严谨、认真、主动、高效

德纳文明理念：尊重、理解、宽容、自律

德纳团队理念：求同存异，步调一致，团结奋斗

德纳文化箴言：

- ◎客户是我们的裁判。创建品牌是我们的追求。
- ◎今天辛勤劳动铺就明天成功之路。
- ◎有思想才有市场，有思路才有出路。
- ◎效率唯一，制度至上。
- ◎忠诚、责任与价值同等。
- ◎每天都在进步。
- ◎只要有作为，就会有地位。
- ◎希望别人怎样对待自己，先要想到怎么对待别人。
- ◎我为你，你为我，大家为德纳，德纳为大家。



成都国际广告节”（同期举办“成都国际照明及LED展览会、成都国际包装及数码印刷展览会”）盛况空前，是规模仅次于上海展的大型广告行业展览会；每年在温州举办的“中

上海兵兵响农副产品配送股份有限公司

坚持高起点高标准打造现代化全产业链企业

上海兵兵响农副产品配送股份有限公司成立于2012年，是一家集农业生产经营、农副产品加工配送、团餐服务、名特优农产品展示直销为一体的全产业链企业。

公司总投资1.9亿元，年销售额近3亿元。旗下拥有上海东岸农产品有限公司和上海兵兵响餐饮管理有限公司，员工200多名，配有标准化办公大楼9000多平方米，标准化配送车间10000多平方米，保鲜冷库6000多立方米，配送车辆60多辆，并与中国农业银行、中国极地研究中心、上海交通大学、上海老城隍庙餐饮（集团）有限公司、农工商超市、岳阳中西医结合医院、东方幼儿园等300多家知名客户都建立了良好业务关系。



公司通过了“ISO22000 食品安全管理体系”和“ISO9001 质量管理体系”双认证，荣获上海市高新技术企业、中国国际进口博览会餐饮食品配送供应商、上海高校后勤服务管理平台指定供应商、上海市重要产品追溯体系建设示范单位、浦东新区农业产业化重点龙头企业、长三角地区市场活力龙头企业、新三板创新品牌价值100强等称号。2016年公司在全国中小企业股份转让系统挂牌上市，成为行业内首家在“新三板”挂牌的

公众公司。

公司自建农产品生产基地，拥有三家农业合作社，生产基地总面积10000多亩，基本实现蔬菜、禽蛋的



自产自销。公司严把食品采购质量关，坚持供应商资质管理和所供食品卫生检测报告制度，与爱森、双汇、杏花楼、新雅、清美、避风塘等著名品牌供应商建立了合作关系，保证食品供应的稳定、安全。公司配备了专业检测人员，以先进的检测设备，对食品严格进行农药残留、瘦肉精等指标检测，公司被授予上海市安全营养食品供应链平台指定配送商和供应商。公司以冷链化工程建设为着力点，狠抓环境清洁、低温保鲜，以标准化、智能化、冷链化、工业化为导向，引进国外先进的蔬菜清洗切割、肉类加工设备和全自动真空包装流水线以及分拣输送系统，极大提高了工作效率和准确率。

公司组织架构健全，实行总经理负责制，并形成了一系列管理规范。公司使用钉钉软件，提升了管理的规范性和科学性，采用信息化管理手段，自主研发ERP管理系统，15项自主研发软件获国家软件著作权。公司坚持实行配货车间划线分区管理，实行以秤分户、按单配货、按块码货；坚持线长负责制，坚持产品分类、干湿分离，生鲜类产品严格实行零库存、

零损耗，快进快出，确保食品新鲜卫生，进一步保障食品安全。根据农副产品配送企业夜间作业的特殊性，公司率先建立了一整套配送现场管理操作规程，提高了管理的质量和效率。在服务要求上，设立24小时服务热线。为了满足客户临时加单补货、换货的需求，建立了快速反应机制，保证1小时内及时送达，客户保持率99.5%以上。公司始终坚持客户至上的服务理念，免费为客户提供菜谱推荐、营养分析和安全溯源等服务，深受客户好评。公司积极响应国家“拥抱互联网”的号召，开创了线上下单、线下配送的O2O电子商务新模式。

公司始终把促进农业发展，促进农民增收为己任，带动广大农民致富。多次前往云南、贵州、新疆考察，开展扶贫工作，帮助贫困地区销售泡核桃、红心洋芋、红枣、黑木耳等，惠及千家农户。

展望未来，公司规划做强做大现有业务板块，积极开发新增业务板块，朝着综合性、多功能、集团化方向发展，初步建成兵兵响健康产业体系。目标是坚持高起点、高标准，用三年



时间，年销售额达到或超过10亿元，力争在香港主板上市，将公司建设成为全国性的现代化全产业链龙头企业，把“兵兵响”打造成为国内同行业的著名品牌。

上海优匠家政服务有限公司

让更多家庭体验高品质的家政服务

上海优匠家政服务有限公司是一家集家政服务与培训为一体的创新型家政企业。优匠总部坐落上海，依托“优匠萌嫂”品牌，以线上+线下的互联网+模式，现已服务268个城市，并成功落地杭州、台州、绍兴、诸暨、无锡、南通、常熟等地。多年



来，优匠为千万家庭提供了安全、科学、标准、专业、有爱的家政生活服务，赢得了客户的好评，并连续多年被上海市商务委评为“家政持证上门服务示范机构”。

优匠秉承“工匠精神”，长期致力于研发专业的服务标准体系，打造高标准的月嫂、育婴师、家务师服务团队。在业内率先制定科学的月嫂服务标准，从产妇产期的关怀咨询服务到产后的科学照料与护理、营养搭配、喂养指导、新生儿的照料与护理等共73个服务项目，制定育婴师服务标准包括宝宝的生活照料、日常护理与保健、早期教育、感统训练、兴趣培养等共48项，制定的家务师服务标准包括家庭保洁、中餐制作、面食制作、衣物熨烫、收纳整理、家庭安全、高档家电使用等共29项。

优匠为提高家政服务人员技能，保障服务质量，成立了家政培训中心，现拥有母婴护理、月子餐制作、高级催乳、高级育婴、高级催乳、儿童早

教、小儿推拿、高级管家等业内资深讲师20余名，多年来培训家政人员6万余人次；得益于专业和系统化的培训，优匠帮助了越来越多的妇女从一名普通劳动者转变成专业的技能型人才，让她们在获得高收入的同时也得到了社会的认可。

诚信是优匠的基石。公司采用自主研发的专业家政管理系统，为家政人员建立个人诚信档案，诚信档案中除年龄、籍贯、性别、出生年月、工作经历、客户评价等基本信息以外，还包括家庭背景、技能水平鉴定、性格等20多项；失信的家政人员将进行标记，有效地预防了品行不端人员步入家政服务市场。

优匠为预防各种不安全因素，家政服务人员需经正规医院体检，持健康证件上岗；通过引进最新身份识别设备，对家政人员进行身份识别，预防假身份及冒用身份，确保人证合一；采用大数据资源，对家政人员是否有法律诉讼及犯罪记录进行综合查询，确保家政服务人员安全可靠。



优匠专家团队由育婴顾问、营养顾问、儿科医生、早教顾问、护理顾问等组成。专家团队为客户和家政人员免费提供云在线咨询，客户在足不出户就能获得专家团队的在线解

惑。同时，家政服务人员在面临疑惑时，也能第一时间得到专家团队的实时指导，专家团队云在线服务更高效的解决了客户及家政人员所面临的各种问题，提高了客户满意度。

优匠作为上海家政行业协会会员和连续多年荣获上海市持证上门服务示范机构的家政企业，坚持以“传播申城正能量，弘扬社会主旋律”为己任，积极组织家政服务人员参与社



会公益活动。至今已组织公益活动近100余次，帮助的群体包括残障人士、自闭症儿童以及敬老院的老人等，通过一次次的公益活动和无私的奉献精神，展示家政行业良好的精神面貌。

为了丰富家政服务人员的业余文化生活，优匠每年定期举办优匠萌嫂大赛、家政员感恩宴、家政员运动会等活动，并定期邀请中医专家、高级礼仪师、高级营养师、资深律师、心理等专家参加“优匠大讲堂”公益课堂，免费为家政服务人员开放，从而有效的缓解了家政服务人员的工作压力，提高了家政服务人员的素质。

未来，优匠将继续秉承“工匠精神”，打造高标准的月嫂、育婴师、家务师服务团队，让更多的家庭体验到优匠高品质的家政服务，以实现成为国内领先家政品牌而不懈努力。

市百一店里的“一看准”在新中国成立之后很长一段时间，市百一店的单位营业面积、营业品种、销售规模一直在全国百货零售行业雄踞榜首，是名副其实的“中华第一店”。老马是呢绒柜普通营业员，他投身于平凡的工作，将三尺柜台做到了极致。上世纪八九十年代，几乎全上海人都知道，去南京东路口的市百一店找到马桂宁的柜台，“他不用尺子，用手一比就知道要买多少，一点不差”，人称“一看准”。

1992年2月的一天，正在工作的马桂宁被告知，有一位“重要客人”今晚要来访。傍晚，人群中一阵激动，邓小平和夫人、女儿来了，邓小平走近老马的柜台，同这位服务明星亲切交流。接着，老马又被叫去在3楼临时搭建的文化用品柜台，向邓小平介绍了文化用品的特点，邓小平当场选购了四封铅笔、四块橡皮，老马包装好后送到邓小平手上，送他们离开柜台。据说这是1949年后邓小平第二次亲自到商场买东西。小马难以忘记那一晚父亲回到家时的仍然抑制不住的激动。

让苦恼人微笑 两年之后，28岁的马熙雯到了坐落老城厢豫园商城的永青假发店工作。老马什么也没叮嘱她，但小马一点儿也不敢松懈，同样在商业系统工作，她不敢给父亲丢脸。永青假发店最早名为“褚元兴梳篦店”，是一家创立于清光绪三十四年（1908年）的小店，专营梳篦、假发、镜箱一类商品。1949年后，豫园商城以“永葆青春”之意将假发店更名为“永青假发”。永青假发最初采用的贴头定型的方式，为顾客量头寸、定锥形，制作假发，经过多年实践，老师傅钻研出拥有21道工序的假发制作工艺，从开料、整毛、磅发、排发、截发、洗水，到插发、卷发、烘发等，直至头皮制作、网帽制作、梳理、质检、做发型等。如今一百多年过去了，这套技艺历经了数代传人继承，成功申报市级非物质文化遗产项目。马熙雯成为第八代传承人。

刚进店里时，其他营业员都年近不惑，只有小马最年轻。初上柜台，小马心里还有点抵触：假发脏兮兮的，顾客里有癞痢头、秃头的，还有烧伤患者，看着怪吓人的。小马起初一心只想把假发推销出去，但渐渐发现这工作也有成就感。一次，一位父亲带着三岁的小孩来求助：孩子因为白血病掉光所有头发，现在即将进幼儿园，为了不让成为别的孩子眼中的特殊人，所以来买假发。小孩子头皮很嫩，假发的网罩会不会触痛孩子呢？马熙雯当下就从理发间拿出块全棉布料，三下五除二，做成套在发罩里的“隔绝层”，得到了顾客的称赞。

随着社会发展，审美和时尚也日趋变得更为多元。一次，一位香港来的客人一口气在永青假发买了好几顶假发。小马一打听方才知道，这位女士是位干练的商务人士，本身并没有脱发烦恼。但为了配合职场不同造型，又想避免频繁烫染对头发的损害，因此才买不同造型的假发来搭配衣服。这给了小马很大启发，如何为老品牌增添时尚活力，也成为摆在新一代劳模面前的新考题。

接过父亲的旗帜 直到马熙雯自己也成为商业系统的一员后，在参加一次劳模事迹报告会时，第一次现场听到老马在讲台上充满激情、滔滔不绝

地介绍“马派”服务艺术。她愣住了，“原来父亲有这么好的口才”。而在家里，父亲的话根本不多，记忆里的父亲总是在工作，一旦有闲暇，就要到各处去做报告或者为各界做服务培训。他带了约600个徒弟，对熟悉的常客知根知底。

在父亲去世前，小马还和父亲探讨过店堂里服务的艺术。“为什么有时我态度真的已经很好了，客人还是不买呢？”小马问。“你要学会观察、判断、琢磨。”老马说。

语言是简单的，道理就是这点，但老马践行了一辈子。现在，马熙雯她接过了父亲的职业精神。



老马与小马 两代商业劳模

老马：马桂宁（1938—2017），原上海第一百货商店呢绒柜营业员。上海市劳动模范，1989、1995年度全国劳动模范，全国“五一”劳动奖章获得者。

小马：马熙雯，马桂宁之女。1966年生于上海，永青假发第八代代表性传承人，上海市劳动模范。

刘福焕是上海市现代食品职业技能培训中心的西式面点二级技师。这位来自福建的阳光青年，在他腼腆内向的外表下，却藏着一个有趣的灵魂：对糖艺的喜欢可谓乐此不疲，不仅学习和工作的时候在钻研，业余时间也不会浪费，与其他同龄人不一样的是他的业余爱好不是打游戏、不是打篮球，而是喜欢去观摩专业的展会和参加专业的比赛。

◎求学之路 刘福焕中学毕业后，因为想学习一技之长接触了烘焙，起初他学习的是面包的制作。在积累了两年的经验之后，机缘巧合的刘福焕来到了上海市现代食品职业技能培训中心学习进修。进修期间，恰逢2016年第44届世界技能大赛在上海设立赛区，刘福焕幸运的被学校选中进行集训。在训练中第一次接触到糖艺，就被它独特的工艺深深的吸引，从此下定决心重点钻研糖艺和西点。

◎初学糖艺 刘福焕说：“刚开始入手学习糖艺很困难，但是历经艰辛制作出来那么漂亮的作品，就让我一次次的有信心继续走下去。制作糖艺的过程很漫长也很磨人，从一片花瓣到一朵花、从一个动物完成一个动物世界，但是最终的作品能带给我满满的成就感。”

◎热爱糖艺 刘福焕表示，糖艺其实是一门艺术，当糖经过熬糖、拉糖、吹糖等工序，方可制作出食用性、观赏性和艺术性的作品。虽然产品的设计、色彩的搭配等要花很大的功夫，整个过程很烧脑，但是这也是他喜爱糖艺最重要的一点。

◎创意参赛 刘福焕的糖艺作品不仅外观靓丽，而且不同的作品根据不同的主题都会有着不一样的灵感。今年的CLW烘焙甜点精英赛，刘福焕的糖艺作品获得了冠军。本次大赛命名主题“未来”，冥思苦想之后，刘福焕的比赛作品运用了写意和抽象的表达方法，将慕斯蛋糕与机器人、时间、花蕾、蜻科动物糅合在一起，寓意在未来时代，时间主宰着头脑，生命的美好犹如春天盛开的鲜花。而内部色彩丰富的莫斯蛋糕也比喻机器人简单的外表内含丰富复杂的控制系统，引得蜻蜓离开荷塘也

来探个究竟。他表示：“其实在开始设计到模具的制作再到成品的制作出现过很多困难，颜色上的搭配就调整了3次，还有机器人的形态手臂等等都调整了多次，最后的成品我很满意。”在本次精英赛中，裁判团由来自世界重量级大师组成，刘福焕的作品得到了大师们的肯定，夺得“拉糖造型和慕斯蛋糕”项目冠军，荣登榜首。刘福焕

将代表中国参加在米兰每两年举办一次FIPGC“世界烘焙、甜点蛋糕大赛”，大赛由甜点、冰激凌、巧克力联盟举办，面向全世界所有国家，通过各国的选拔赛，将在意大利米兰进行总决赛，决出各项目冠军。祝福刘福焕在FIPGC“世界烘焙、甜点 & 蛋糕大赛”再创佳绩。

◎感恩之心 刘福焕说：“现在的小有成绩，真的要特别感谢我们烘焙学校，在这里不仅给了我很多比赛的机会，还给了我很大的支持，包括原材料与其他费用都是学校支持的。我现在要做的就是脚踏实地，积累经验，希望将来在技术与培训这方面有所造诣。”



刘福焕 糖艺达人

刘福焕个人荣誉

- ★全国技术能手
- ★2017中国国际技能大赛糖艺/西点制作项目铜奖
- ★第44届世界技能大赛全国选拔赛糖艺/西点制作项目第三名
- ★第45届世界技能大赛上海预选赛糖艺/西点制作项目第一名
- ★第二届全国婚礼蛋糕比赛铜奖
- ★2017光明乳业“乐在新鲜杯”创意奖
- ★第20届FHC中国国际烹饪艺术大赛“自助餐造型”金奖
- ★2019世界烘焙、甜点 & 蛋糕创意大赛中国区选拔赛糖艺组冠军
- ★第二十届全国焙烤职业技能竞赛上海赛区“维益杯”金奖
- ★第二十届全国焙烤职业技能竞赛全国决赛“维益杯”金奖

彭飏：助力企业打好精准扶贫攻坚战

彭飏勤奋踏实、兢兢业业，不断创新思路，卓有成效推动工作开展，助力企业打好精准扶贫攻坚战。为此，他曾获取“上海市对口支援与合作交流工作先进个人”的荣誉称号。

◎坚持实地走访调研，做好扶贫培训工作

为有效推进企业精准扶贫项目工作的开展，自2017年以来，彭飏身为蔬菜集团扶贫项目工作组成员，先后十多次赴云贵扶贫基地，实地调研基地建设和运营情况，积极参与当地政府、基地建设、合作社开展工作交流。在走访

调研中，发现不少扶贫基地经营者的市场意识和经营意识比较淡薄，成为协作发展的短板，在与扶贫基地所在地的政府部门沟通后，决定把培训作为产业扶贫的重要抓手。彭飏协同蔬菜集团相关部门组织多次开展云南、贵州遵义产业（扶贫）基地农产品上海产销精准对接工作培训活动。培训课程经过精心设计和准备，不仅有专业知识讲座，还组织安排学员进行市场实地调研，并邀请市场内优质的批发商、采购商开展面对面、一对一的对接。通过这种方式，产销两地能够更高效地互通信息、加强合作。为了进一步提升对接基地的蔬菜产销对接和流通组织能力，彭飏还探索出通过提供市场经营管理岗位的方式，开展扶贫对接基地经营人员的挂职培训工作。几年来，在彭飏的积极参与下，蔬菜集团共计培训了来自云南、贵州遵义各类扶贫相关人员425人，接待贫困地区接考察团100多批次共1200多人次，对接销售了来自云南、贵州遵义贫困地区蔬菜等农产品计1960吨，销售额达1372万元。

◎加强产销对接合作，丰富扶贫协作形式 彭飏在助推云贵蔬菜产销对接工作付出了诸多努力。2017年8月，彭飏积极参与市商务委“遵菜入沪”项目中“闭环式交易模式”的设计。当年9月，在沪遵双方商务委（局）的组织协调下，首批从贵州省遵义市务川县产地田头直发的红线椒、紫茄、虎皮椒等5个品种共计25276斤新鲜优质蔬菜，搭乘箱式冷链保鲜车进入上海西郊国际农产品交易中心开展销售，为“遵菜”扩大入沪规模、进一步丰



彭飏

上海蔬菜（集团）有限公司业务管理部总经理
2018年上海商业服务品牌个人

富市民餐桌打下坚实基础。“遵菜入沪”项目因此入选2017年本市东西部扶贫协作和对接支援工作“十大典型案例”之一。2018年5月，彭飏得知云南洱源紫皮大蒜大量滞销的情况后，在市商务委和蔬菜集团领导的亲自关心下，彭飏积极协同组织开展对接工作，通过云南省驻沪办、大理州上海援建干部等渠道，当天就与洱源县政府取得了联系，并商定由洱源县政府具体安排，通过蔬菜集团积极收购该县扶贫地区部分滞销大蒜工作的开展，极

大地缓解当地大蒜滞销状况。5月20日，上海第一批来自滞销区域的“爱心蒜”运抵江桥市场和西郊国际农产品交易中心开始销售。目前蔬菜集团已累计对接滇、遵扶贫基地16家，直接和间接带动对口扶贫基地建档立卡贫困户人数9245人，其中直接惠及建档立卡贫困户267户，带动建档立卡贫困户人数超过3000人。

◎夯实基地建设基础，做好保障供应工作 彭飏在现有生产基地体系建设的基础上，坚持贯彻落实蔬菜集团“跟着纬度吃菜”的生产基地建设理念，在建设服务好扶贫基地同时，抓紧“上海市外延生产基地”和“上海市外延主供应基地”的建设安排，进一步探索这三种基地的建设合作方式，夯实基地建设基础，努力提高基地建设水平和资源控制力。同时，将重点围绕增强基地信息化水平提高，产品品质和品牌化运营质量提升等方面下功夫，充实专业力量，把基地建设质量推上新台阶。2018年4月28日，市委书记李强在云南省委书记陈豪等领导的陪同下，赴云南省砚山县实地考察指导蔬菜集团外延（扶贫）蔬菜生产基地，在听取蔬菜集团领导关于“产销对接、精准扶贫”工作汇报后，李强充分肯定了蔬菜集团在产业扶贫的有效做法，并要求进一步深化产销对接，在做好保障供应的同时，积极做好产业扶贫，打赢精准扶贫攻坚战。彭飏正是以一颗火热的心、用自己的实际行动和务实工作，投身于扶贫帮困的第一线，打响上海市对口支援与合作交流的服务品牌。

徐长鸣：心系富春 服务于行

徐长鸣凭其在餐饮业四十多年的勤奋辛劳，获得了大量一线工作经验。他锐意进取，全力推行大众化点心，提升品牌服务质量，赢得了消费者的信任和尊重，将富春小笼馆品牌得以传承、创新、发扬光大。

◎以大众化适销对路的点心赢得市场 徐长鸣带领全体员工，群策群力，以“富春小笼”、“炸猪排”、“鲜肉小馄饨”等名点为主打的一系列色、香、味俱全的点心受到了广大消费者的青睐。为扩大视野，徐长鸣组织员工们分批到外地去学习、考察，引进先进的制作

工艺和管理模式。徐长鸣对小笼包的制作技术进行了研究和改造，馅心从鲜肉扩大到蟹粉、虾仁，使小笼包进一步做到皮薄、汁多、味道鲜美，充分体现出富春小笼的独特个性。同时，徐长鸣还注重售后服务的质量，经常组织员工一起讨论，研究扩大小笼包销售的方法。特别是在外卖环节，采用了设计精美、体现老上海风情的纸盒包装，使小笼包的外卖销售额不断翻新。

◎积极开拓富春小笼连锁发展 为了更好地推广富春小笼这一大众化的点心品种，在徐长鸣的带领下，富春小笼馆从2007年起实行了连锁发展。目前已开设分店网点16家，其中一家作为老上海风味小吃入驻了浦东迪士尼小镇美食广场。富春小笼馆各个分店的开张，满足了周边地区白领午餐和社区居民的消费，每天营业时出现了顾客盈门、排队等位的盛况。富春小笼馆及连锁店年销售额从最初的1500万元提高到5000万元，其中愚园路总店销售额从200万元增加到1000万元。富春小笼馆连锁发展的成功离不开质量的保证和服务的到位，徐长鸣严格按照政府的规定加工食品，强调食品安全的重要性，以保证消费者就餐的安全。他要求小笼的馅心、酵面必须由专人负责，做到产品规格标准的统一。为确保猪肉供应链质量安全问题，徐长鸣与中粮集团江苏东台百万头生猪产业链基地合作，为食用猪肉的绿色、营养、健康提供了强有力的



徐长鸣

上海新镇江酒家经营总公司富春小笼馆经理
2018年上海商业服务品牌个人

支撑。为了贯彻区委提出的“加快社区养老服务项目化发展”，帮助解决老人“早餐难”的问题，徐长鸣主动请缨，于2014年起每天为区内11个老人助餐点进行送早餐服务，以低于实体店20%—30%的价格推出花卷、刀切馒头、菜包、肉包等适合老年人品尝的点心。送餐服务一经推出广受欢迎，日供应数量从最初的400多份，很快达到日均700多份。他经常到静安寺街道居家养老服务中心征求意见，针对老年人提出的“馒头做得再大一些”、“馅芯再咸

一些”、“价格再实惠一点”等要求进行调整，实行专品专供，保证每天供应的点心能够让老人吃得放心、吃的开心。

◎始终把企业员工放在第一位 随着富春小笼馆多家门店的开张，员工数量猛增。徐长鸣针对餐饮业人员流动性大、外来务工人员多的特点，做到对外来务工人员与企业职工一视同仁、同工同酬。提供员工吃住、提高员工收入福利、购买企业综合保险、组织员工去外地考察学习和参观旅游、提供技术职称培训机会等，从而有效地稳定了员工队伍，控制了人才流失。徐长鸣每年为员工增加工资；对他们的探亲假车费全额报销；逢年过节加班除按国家规定发放报酬外，还发慰问金、吃年夜饭、发年货等；当员工家庭发生困难时，徐长鸣不仅通过工会和企业在经济上给予帮助，还发动员工募捐，齐心协力地帮助员工渡过难关。近年来，仅徐长鸣个人给予员工的资助便达到近万元。

在徐长鸣的带领下，富春的小笼包先后荣获中国金牌小吃、上海市名特产品、中华小吃新锐品牌等称号；富春小笼馆荣获上海著名传统餐饮品牌企业、上海市工人先锋号、全国模范职工小家等称号。徐长鸣也荣获上海市商业优秀店长、上海商业优质服务先进个人、静安区劳动竞赛杰出职工、静安区文明职工等称号。

徐波：立足产品研发 助推产业化推广

徐波从2008年进入上海清美绿色食品有限公司，先后从事过生产辅助领班、气调包装车间技术主管、包子车间技术组长等工作。9年多来，他在清美公司的大平台上不断进步，成长一名岗位技术能手，为上海市的“菜篮子工程”、“早餐工程”和“马铃薯主食化工程”做出了重要的贡献。

◎主持“气调包装豆制品熟食”技术攻关 2014年，清美公司组建气调包装豆制品熟食车间，作为技术主管徐波全程参与气调包装豆制品

熟食的研发，此时市场上没有较大规模的气调产品可借鉴，只能靠自己摸索。徐波通过大量的市场调研，结合企业的实际生产能力和上海本地市场的口味偏好，成功研发了10多款气调熟食豆制品。同时，他还积极参与新车间的生产布局、生产工艺制订、生产设备选择调试等工作。经过半年多的准备，清美气调熟食豆制品成功上市，产品填补了公司的品类空白，日销量迅速攀升至20000盒，成为公司成长最快的新品类之一。在徐波的持续努力下，如今气调包装技术已经被推广到其他车间。清美早餐烧卖、卤肉产品、本帮菜产品、港式烧腊、酱菜等产品都已纷纷引入气调包装技术，该种包装不使用防腐剂，不用杀菌，还可以微波加热，更受都市快节奏的年轻人的欢迎。下一步气调包装技术还将在清美更多的产品上运用，发挥更广、更大的作用。

◎突破“马铃薯主食产品”关键技术 农业部高度重视马铃薯主食化产品及产业开发并重点推进城市，积极组织上海市科研单位与重点龙头企业联合开展马铃薯主食化关键技术与特色产品研发，清美公司便是课题承担单位之一。徐波作为承担此课题的主持人，带领团队开展上海市特色马铃薯主食化系列新产品及关键技术的研究开发，负责项目的总体规划、布局、安排与技术指导和分析，他针对原料筛选、配方确定、原料改性、加工技术优化等各个关键环节进行了系统研究和改进，为马铃薯主食化产品



徐波

上海清美绿色食品有限公司生产二厂车间主任
2018年上海商业技术能手

研制关键技术的成果转化提供重要的理论支持和技术指导，并通过开展小试、中试及试生产，促进产业化推广，产生了显著的经济效益。目前徐波团队已经开发了6大类20余款马铃薯主食产品，其中有6款产品已在上海上市销售。为推广马铃薯主食产品，在市经信会、市商委、市科委、市委办公厅食堂、浦东新区区政府食堂等地，清美公司设立销售点对外发售马铃薯主食新品，同步进行宣传推广。2016年8月徐波研发的马铃薯主食

获得全国马铃薯主食加工“十大主食”荣誉称号。现在清美公司开发的马铃薯主食产品已在清美各门店和超市专柜开始销售，并与各大高校和企事业单位食堂商谈沟通进场。同时就相关技术申请了土豆主粮化的土豆油条及其制备方法、土豆主粮化的土豆馒头及其制备方法2项国家发明专利。

◎善用运用数据分析，推进企业精益化管理 徐波由于早先一直在生产车间从事数据收集和技术分析工作，使他养成了良好的数据使用习惯，成为严谨的技术控、数据控。徐波在一厂从事杀菌工作期间，针对公司产品特性，通过数年的原始数据积累及大量实验，建立了一套完整的巴氏杀菌工艺技术参数，被沿用至今；他从事喷码工作期间，彻底改变了原一厂各车间的产品和包材的日期喷印工作模式，从各车间独自操作、毫无章法到厂部直属部门统一管理，并制定相关操作制度和技术规范，从而全面规范了喷码工作；在从事过磅工作期间，他制定技术规范 and 填写规范，收集各车间半成品的真实数据，彻底改变了原来各车间各自上报的数据不及时、不准确的问题，规范了各车间的产品流通流程。通过这些数据的规范和积累，进一步协助厂长并参与一厂精益化管理，对一厂各车间的生产工作安排提供了准确的数据参考。此类报表后经过优化拓展，现已成为清美公司生产系统的各项生产技术分析报表的母表。

鲍志华：勤思善学 敢作善成

鲍志华现任安付宝商务有限公司技术系统总监，他所带领安付宝系统运维团队开发的 OK 会员卡交易系统累计交易笔数达 12 亿笔，累计交易金额达 1294 亿元，确保了 3.5 亿张 OK 会员卡安全交易。

◎勤思善学，敢作善成

2006 年，百联集团依托线下门店覆盖面广的优势打造百联 OK 会员卡系统，鲍志华作为主要开发负责人，深知责任重大。他通过走访下线门店，对市场进行调研分析，经过无数次方案调整与技术调试，他所领导的研发团队最终按期实现了 OK 会员卡交易系统稳定上线，一方面在软件系统架构上实现了平台架构和业务逻辑相互独立，从而提高应用程序的可维护性，同时用户端只能通过逻辑层来访问数据层，减少了入口点，大大降低了危险及漏洞，另一方面在通讯层面上尽量做到互不相干，采用多种容错和灾备技术，确保处理中心的持续正常运行。鲍志华还充分考虑到系统处理的交易量将随时出现高峰，因此设计的交易系统具有采取多机运行、均衡负载、处理能力大等优势。鲍志华勤思善学，敢作善成，使 OK 会员卡交易系统最终实现了联机实时业务与信息管理等系统信息交互。由于移动支付的多元化和多场景的发展，用户提出是否可以推出 NFC、CPU 卡等支付等功能，为了适应市场需求，鲍志华带领团队日夜奋战，在 3 个多月的时间完成了开发、联调、测试、工作，成功的推出了以 OK 卡支付为基础，统一清算系统，连接餐饮、加油站等场景，实现在众多领域的一卡多用。

◎严措保安，以实求效 以鲍志华为首的系统管理部门贯穿了企业各个重要环节，他深知系统任何微小过失或漏洞都有可能造成大患。因此他抓源头、抓基础、抓细节，严格制定与落实信息系统安全机制，加强了对包括设备安全、网络安全、数据安全的管理。尤其在建设堡垒机系统卓有成效，实现了运维统一安全管理和综合审计系统。他还带领团队通过搭建 citrix 虚拟桌面环境，建立了一个独立的运维网段，初期设定系统运维人员和技术开发人员通过此虚拟



鲍志华

安付宝商务有限公司系统技术总监
2018 年上海商业技术能手

操作系统，连接工作范围内的数据库及相关服务器，同时断开其他网络连接，限制连接其他数据库，使系统运维人员和技术开发人员在保证数据安全的情况高效率地开展下工作。鲍志华还主持系统管理部建立了全面监控平台，组织团队开发搭建了一套 nagios 监控平台对于服务器、网络、存储进行实时监控。将机器的多种指标的异常检测结合起来分析。鲍志华带领团队开发上线了大规模时序指标自动异常检测系统，实时监控和分析数据，将机器数据转化为答案，从

而使平台拥有直观的分析功能、机器学习能力、通过智能异常检测与历史数据学习预测功能提前感知数据的走势，及时告警通知运维人员，减少线上事故发生频率。

◎不畏艰难，勇于尝新 鲍志华带领技术团队与集团全渠道电商积极配合，通过与打通线上与线下运营的新零售模式，为提供丰富多彩的支付解决方案提供了保障。鲍志华带领技术团队与世纪联华开展合作开展自助收银改造，用户可以通过无人便利店 app 或扫描商品的条形码或者二维码购买商品，通过选择支付宝、微信支付、OK 会员卡等支付方式，完成无人收银。该技术的运用使人力成本减少 20%、顾客体验提升 30%、顾客排队时间缩短 40%。为提升公司整体的信息化管理水平，更好的支撑和推动公司业务战略的落地，鲍志华经过对国内外相关产品的充分调研，最终选择了基于 ITIL 的开源项目《ITOP 工单系统》，带领技术开发团队进行二次开发改造，推出了安付宝公司的 ITSM 产品，大大提高公司系统管理和运维的效率。

◎知人善任，同心协力 鲍志华注重部门定岗定职自我管理，使大家发挥所长，提高工作效率。整个部门 22 人，由系统组、网络组、安全组、应用组、质量管理组五个组别构成，并设有 A B 角，以备不时之需。鲍志华深知“人”是整个部门及系统运作的核心，他以人为本，知人善任，积极营造良好的部门工作环境，为公司培养高素质系统管理运维员工做出了不懈的努力。

小切口服务大民生

调查数据显示，我国 35.6% 的家庭有老年人照料需求，18.2% 的家庭有未成年人照料需求，30.4% 的家庭有双重照料需求：本市目前 800 多万个家庭中，正在使用或者有家政服务需求的家庭超过三分之一。随着社会分工日益细化，新型城镇化加速推进，以及二孩政策实施和上海老龄化程度加深，本市家政服务呈刚性需求。从家政服务供给侧看，本市家政服务企业“小、散、弱”特征突出，连锁化、品牌化经营的比例较低。如何让家政服务提质扩容？如何能满足家政服务供给？

上海市十五届人大常委会第十四次会议于 9 月 24 日听取关于《上海市家政服务条例（草案）》的说明解读并听取审议意见的报告，这标志着本市将通过地方立法，加强顶层设计，回应广大人民群众的关切，规范家政服务行为、维护各方权益。家政服务是千家万户对美好生活向往的重要组成部分，“小切口，大民生”的特点明显，《条例（草案）》的制定是满足人民美好生活需要的内在要求。

◎ “家政服务”具体指什么？

《条例（草案）》将家政服务定义为：“以家庭为服务对象，进入家庭成员住所，提供保洁、烹饪、生活照



护等各类满足家庭日常生活需求的有偿服务活动。”具体包含以下特点：服务对象是家庭，用于满足家庭日常生活需求；服务形式是进入家庭成员住所服务；服务内容是保洁、烹饪、生活照护等满足家庭日常生活需求的服务；服务性质是有偿服务，义务的、无偿的公益性服务不属于本法调整的范围。考虑到机构养老、托幼、月子会所服务等在固定场所集中提供的服务形式，大都已有其他法律法规调整，《条例（草案）》未将其纳入调整范围。

有意见提出，一些新模式，如管家式服务和家庭延伸服务等，《条例（草案）》也要适当考虑。为此，建议家政定义作进一步完善，更加体现包容性，以应对今后家政服务功能的不断升级和服务需求的不断变化。

◎ 服务人员“不安心”、消费者“不放心”的情况拟如何监管？

为突出监管重心和立法导向，《条例（草案）》创设“标准引领、合同规范、平台管理、信用评价”为主线的监管机制；推行家政服务标准化，完善家政服务标准体系；推行家政服务合同，引导家政服务各方订立合同，鼓励家政服务各方采用合同示范文本；建立家政服务管理平台，归集家政服务机构和人员的基本信息；开展家政服务机构和人员备案，归集机构和人员基本信息；实行家政服务人员持证上门服务，在平台上备案的家政服务人员，由家政机构发放上门证，开展持证上门服务。

《条例（草案）》对家政服务管理

平台的建设、运行等作了规定。根据审议意见报告，有意见认为平台应由财政资金建设，并通过市场化来运行和维护。《条例（草案）》提出了家政上门服务证发放等规定。有意见认为此证仅起到查询、证明作用，不需要由法律作出规定。也有专家认为，要考虑服务人员变更服务机构、证件有效期等后续操作问题。为此，建议进一步明确家政上门服务证发放主体以及有效期等关键问题，并探索更加现代化、信息化的家政服务人员信息披露和查询方式。

◎ 家中“长期保姆”突然离开的问题拟如何解决？

为促进家政服务机构专业化、规



范化发展，提高家政服务人员的组织化程度，《条例（草案）》拟鼓励发展员工制家政服务机构。员工制家政服务机构应当与家政服务人员签订劳动合同，建立劳动关系，按月足额缴纳城



镇职工社会保险费；或者签订服务协议，统一为其安排服务内容，代发服务报酬，并对家政服务人员开展持续的管理。与家政服务机构签订服务协议的家政服务人员，可以按照国家和本市有关规定参加社会保险。为强化员工制机构对员工的管理职责，要求其定期对员工开展服务技能等培训，并对员工的工作经历和服务评价予以记录。

◎对于行业准入门槛低，如何确保安全，加强双方信任？

《条例（草案）》明确家政服务用户与家政服务人员



的权利义务：家政服务用户权利义务主要包括用户的知情权和信息查验等权利，以及按约支付费用、提供必要的劳动保护条件、进行信息披露等义务；家政服务人员合法权益主要包括保护家政服务人员的人格尊严，禁止侮辱、歧视家政服务人员，落实家政服务人员的休息权、人身安全等合法权益；行为规范应当如实进行信息披露、按照要求或者约定提供服务，不得谩骂、侮辱、虐待、殴打服务对象等。

◎市场存在无序竞争现象如何改变？

拟落实家政服务赋能政策。支持社区家政服务网点建设，符合条件的可减免租赁费用；落实技能培

训补贴，家政服务机构组织家政服务人员参加职业培训，按照有关规定给予培训费补贴；提供体检服务，市商务部门应当会同市卫生健康部门确定不同类别家政服务人员

的体检项目，家政服务人员健康状况应当符合岗位要求；加大人才培养力度，支持高等院校和职业院校开设家政服务相关专业，培养家政服务人员。鼓励符合条件的家政服务机构举办家政服务类职业院校。支持家政商业保险发展，鼓励保险机构开发家政商业保

险产品，鼓励家政服务机构、人员、用户购买相关保险产品。给予家政服务人员居住证积分激励，明确家政服务人员可以按照本市居住证积分管理办法有关规定，申请积分办理，享受相应公共服务。

有关“赋能”政策，不仅家政服务人员

和家政服务机构是受益者，最终得到实惠的还是广大群众，审议意见建议进一步提升“法律温度”和人民群众的获得感。关于技能培训，建议拓展举办培训的主体范围并增强操作性，同时将灵活就业家政服务人员纳入

培训补贴范围，争取全额补贴；关于体检，建议“健全体检服务体系，更好为家政服务人员提供体检服务”

的政策，政府部门要尽快出台家政服务人员体检项目标准，并进一步给予基础体检费用全额补贴；关于积分、户籍办理，建议明确积分、户籍办理的可操作路径，将长期、连续从事家政服务且缴纳个税等类型的家政服务人员纳入申请落户的范围。

拟进一步优化家政服务业管理体制。政府职责为：市、区人民政府应当将家政服务业纳入本级国民经济和社会发展规划，建立健全财政投入保障机制，制定政策措施，促进家政

服务业发展。部门职责为：市、区商务行政部门承担家政服务业行业管理职责，指导家政服务行业组织依法开展工作。有关行政管理部门应当按照各自职责，促进和



规范家政服务业发展。群团组织作用为：工会、共青团、妇联等群团组织应当协助做好促进家政服务业发展的相关工作。行业组织作用为：支持和鼓励家政服务行业组织发展，加强行业自律和诚信建设，发挥行业指导、服务职能。

拟进一步发挥行业组织作用。突出行业自律的理念，注重发挥行业组织作用，开展行业服务。包括提出意见建议、参与家政服务标准化工作、组织家政服务机构开展人员体检

和培训、制定能力等级评定标准、开展家政服务人员的服务能力等级评定、发布服务薪酬价位指导意见等。开展信用评价，家政服务行业组织可以对家政服务机构和人员开展信用评价

工作，并提供相应的查询渠道，实施行业惩戒（主要是对违规的家政服务机构，采取相应的行业惩戒措施）。



促进消费 “20条” 来了!

国务院放大招! 日前, 国务院办公厅印发《关于加快发展流通促进商业消费的意见》出台。近年来, 消费在我国经济增长中一直发挥着“定海神针”的作用, 但受国内外多重因素叠加影响, 当前流通消费领域仍然面临一些瓶颈和短板。《意见》指出, 党中央、国务院高度重视发展流通扩大消费。各地区、各有关部门要充分认识创新发展流通、推动消费升级、促进扩大消费的重要意义, 切实抓好各项政策措施的落实落地。各地区要



结合本地实际完善政策措施, 认真组织实施。各有关部门要落实责任, 加强协作, 形成合力, 确保推动各项政策措施落实到位。为更好满足人民群众消费需求, 《意见》提出 20 条稳定消费预期、提振消费信心的政策措施, 其中包括促进流通新业态新模式发展、推动传统流通企业创新转型升级、改造提升商业步行街、加快连锁便利店发展、优化社区便民服务设施、加快发展农村流通体系、扩大农产品流通、拓展出口产品内销渠道、活跃夜间商业和市场、拓宽假日消费空间、搭建品牌商品营销平台、降低流通企业成本费用、鼓励流通企业研发创新、扩大成品油市场准入、发挥财政资金引导作用、加大金融支持力度、优化市场流通环境等。

这些对提振消费会产生哪些作

用? 其中, 有三大亮点值得关注:

◎ 亮点一: 释放汽车消费潜力

《意见》要求, 实施汽车限购的地区要结合实际, 探索推行逐步放宽或取消限购的具体措施。这对实行限购的一、二线城市消费者来说, 无疑是重大利好。不过, 更重要的是各地具体落实方案会如何执行。此前, 广东已提出, 逐步放宽广州、深圳汽车摇号和竞拍指标, 扩大准购规模。未来几个月里, 各地会有相应表态。各地政府实际上都面临同样的课题, 就是如何逐步放开限购, 使限购城市的购买力得到逐步释放。广东做了很好的榜样, 其他城市都会加大指标的投放, 使整个汽车消费得到有效释放, 可以很好地促进行业发展。6 月份, 国家发改委等三部门印发文件, 提出严禁各地出台新的汽车限购规定。专家认为, 从文件中已经可以看出“放宽”的趋势, 加上此次印发的“消费 20 条”, 促进我国汽车消费已经成为一个整体基调。

◎ 亮点二: 支持绿色智能商品以旧换新

《意见》鼓励具备条件的流通企业回收消费者淘汰的废旧电子电器产品, 折价置换超高清电视、节能冰箱等绿色、节能、智能电子电器产品, 扩大绿色智能消费。以旧换新不是新概念, 早在十年前就有相关政策落地。今年上半年, 国家发改委、工信部、财政部等也多次出台文件, 推动家电行业消费升级。这次出台的意见和过去不同, 更多是一种市场化的引导行为。对于整个家电行业来说, 以

旧换新政策不仅有利于提振业绩, 更有利于促进企业转型升级。从整个市场端来看, 以旧换新是消费趋势。据统计, 2017 年我国包括冰箱、空调在内的 14 种家电产品保有量约是 37 亿台。其中, 很多家电产品已经超出了使用寿命, 急需换新, 从这一点来看, 市场潜在需求巨大。以旧换新是一个非常庞大的产业, 仅从家电和智能手机的回收市场来预计, 就能带动超过 2000 亿元人民币的销售规模。

◎ 亮点三: 扩大农产品流通

《意见》提出, 加快发展农产品冷链物流, 完善农产品流通体系。农产品要保“鲜”, 冷链不可缺席。数据显示, 由于冷链的保障不足, 我国每年仅仅是果蔬一项的损失金额就有上千亿元。和美国、日本以及欧洲国家 80%—90% 的农产品冷链运输率相比, 我国只有 10%—20%。而和冷链物流薄弱的供给能力相对应的是市场对冷链物流爆发性的需求增长, 以果蔬、畜产品、水产品及花卉为代表的冷链物流, 交易额正在以每年 20% 的速度增长。农村冷链物流应该如何突围? 如果要提升消费, 就必须要把冷链物流发展上去, 政府要通过产业政策来加以引导。由于冷链物流它不是一般的小微企业能做的东西, 所以它更需要发展规模化。





健康中国人的 50 条标准

日前《健康中国行动（2019—2030年）》报告正式对外公布，这份报告包含了50条健康标准，简单又好记，看看你都达标了吗？

◎注意膳食健康

- 1、人均每日食盐摄入量不高于5g。
- 2、成人人均每日食用油摄入量不高于25~30g。
- 3、人均每日添加糖摄入量不高于25g。
- 4、蔬菜和水果每日摄入量不低于500g。
- 5、每日摄入食物种类不少于12种，每周不少于25种。
- 6、成年人维持健康体重，将体重指数(BMI)控制在18.5~24kg/m²。
- 7、成人男性腰围小于85cm，女性小于80cm。
- 8、足量饮水，成年人一般每天7~8杯(1500~1700ml)。
- 9、进食有规律，不要漏餐，不暴饮暴食，七八分饱即可。
- 10、早晚刷牙、饭后漱口，采用正确的刷牙方法，每次刷牙不少于2分钟。



◎养成运动习惯

- 11、鼓励每周进行3次以上、每次30分钟以上中等强度运动，或者累计150分钟中等强度或75分钟高强度身体活动。
- 12、达到每天6000~10000步的身体活动量。
- 13、中小学生每天累计至少1小时中等强度及以上的运动。



◎关注睡眠及心理健康

- 14、小学生每天睡眠10个小时；初中生9个小时；高中生8个小时；成人每日平均睡眠时间为7~8小时。
- 15、出现睡眠不足及时设法弥补，出现睡眠问题及时就医。
- 16、保持积极健康的情绪，避免持续消极情绪对身体健康造成伤害。
- 17、学习并运用健康的减压方式，避免使用

吸烟、饮酒、沉迷网络或游戏等不健康的减压方式。

- 18、建立良好的人际关系，积极寻求人际支持，适当倾诉与求助。
- 19、出现心理行为问题要及时求助。
- 20、当与家庭成员发生矛盾时，不采用过激的言语或伤害行为，不冷漠回避，而是要积极沟通加以解决。

◎注意用眼卫生

- 21、中小学生学习保持正确读写姿势。
- 22、中小学生学习读写连续用眼时间不宜超过40分钟。
- 23、中小学生学习非学习目的的电子屏幕产品使用单次不宜超过15分钟，每天累计不宜超过1小时。
- 24、长时间使用电脑的，工作时电脑的仰角应与使用者的视线相对，不宜过分低头或抬头，建议每隔1~2小时休息一段时间。



◎远离任何不良习惯

- 25、不吸烟者不去尝试吸烟。吸烟者尽可能戒烟，戒烟越早越好，什么时候都不晚。
- 26、远离不安全性行为。
- 27、不以任何理由尝试毒品。

◎关爱身体健康

- 28、参加定期体检。经常监测呼吸、脉搏、血压、大小便情况，发现异常情况及时做好记录，必要时就诊。
- 29、18岁及以上成人定期自我监测血压，关注血压变化，控制高血压危险因素。
- 30、40岁以下血脂正常人群，每2~5年检测1次血脂；40岁及以上人群至少每年检测1次血脂。心脑血管疾病高危人群每6个月检测1次血脂。
- 31、定期防癌体检。
- 32、注意预防感冒。慢性呼吸系统疾病患者和老年人等高危人群主动接种流感疫苗和肺炎球菌疫苗。
- 33、健康人40岁开始每年检测1次空腹血糖。
- 34、主动了解艾滋病、乙肝、丙肝的危害、防

治知识和相关政策。

- 35、被犬、猫抓伤或咬伤后，应当立即冲洗伤口，并在医生的指导下尽快注射抗狂犬病免疫球蛋白(或血清)和人用狂犬病疫苗。

◎了解母婴知识

- 36、积极参加婚前、孕前健康检查。
- 37、定期产检，保障母婴安全。
- 38、尽量纯母乳喂养6个月。
- 39、注意经期卫生，熟悉生殖道感染、乳腺疾病和宫颈癌等妇女常见疾病的症状和预防知识。
- 40、掌握避孕方法知情选择，知晓各种避孕方法，了解自己使用的避孕方法的注意事项。

◎掌握健康急救知识

- 41、积极参加逃生与急救培训，学会基本逃生技能与急救技能。
- 42、遵医嘱治疗，不轻信偏方，不相信“神医神药”。
- 43、配备家用急救包(含急救药品、急救设备和急救耗材等)。
- 44、及时、主动开展家庭环境卫生清理，做到家庭卫生整洁，光线充足、通风良好、厕所卫生。
- 45、适度使用空调，冬季设置温度不高于20摄氏度，夏季设置温度不低于26摄氏度。
- 46、新装修的房间定期通风换气，降低装饰装修材料造成的室内空气污染。
- 47、烹饪过程中提倡使用排气扇、抽油烟机等设备。
- 48、重污染天气时，建议尽量减少户外停留时间，易感人群停止户外活动。
- 49、不疲劳驾驶、超速行驶、酒后驾驶，具备一定的应急处理能力。
- 50、选择管理规范的游泳场所，不提倡在



天然水域游泳，下雨时不宜在室外游泳。

牛奶纤维的学问

牛奶纤维，也叫牛奶丝，属牛奶蛋白纤维，它是继第一代天然纤维和第二代合成纤维之后的新一代纤维，是利用生物工程的方法把牛奶酪蛋白纤维植入合成纤维中，具有二者优异的性能，堪称是纺织材料新的里程碑。

牛奶蛋白源自于1935年意大利的SNIA公司和英国的coutaulds公司。1956年日本东洋纺公司用新西兰牛奶蛋白溶液和丙烯腈聚合物共混、共聚及接枝，生产出牛奶蛋白长丝，于1969年正式工业化生产。我国自20世纪60年代开始研究牛奶蛋白纤维。随着石油资源的枯竭、人类健康水平的提高，牛奶蛋白纤维的研究和应用进一步加深和提高。

◎牛奶蛋白纤维的制备

牛奶主要成分有蛋白质、水、乳糖、维生素及灰分等，其中蛋白质是制造牛奶蛋白纤维的基本原料。

牛奶蛋白可以纺丝成纤，主要因为它具有成纤高聚物的基本条件：其一，牛奶蛋白大分子链形，而不像血红蛋白那样是球状蛋白；其二，具有一定的柔性和大分子间力，因大分子是由无数个肽键组成，且大分子间有氢键，还有其他极性基团贡献的分子间力如-SH、-NH₂等；其三，具有较好的可纺性，因蛋白质与水形成胶体溶液纺丝后，水分挥发除去，两分子会互相靠拢形成氢键，从而多肽链平行排列甚至扭在一起，固化成丝条，丝条的断裂强度可达到2.5cN/dtex，可满足纺织纤维的基本要求。



牛奶蛋白纤维的基本原料为牛乳，主要分为三部分：乳酪蛋白的制备、纺丝原液的制备、牵伸纺丝。由牛乳中含有80%以上的水分，故需要经过脱水（含水60%以下），再加入碱使脂肪分解达到脱油、脱脂的作用，利用盐析法或透析法分离、提纯蛋白质，然后再与聚丙烯腈或聚丙烯醇进行共混、交联、或接枝共聚，最后利用湿法纺丝成纤、固化、牵伸、干燥、卷曲、定形、分级、包装等。

◎牛奶蛋白纤维的结构

严格来说，只有100%的酪素制备的纤维才叫做牛奶蛋白纤维，但是纯牛奶蛋白纤维的断裂强度比较低，在一定程度上限制了在其纺织行业中的应用。目前牛奶酪蛋



白与聚丙烯腈或聚丙烯醇制成的纤维也叫作牛奶蛋白纤维，高聚物的引入提高了其断裂强度。而在有些报道中还有牛奶蛋白/纤维素共聚的黏胶基牛奶蛋白纤维，称为黏胶基牛奶蛋白纤维，但这种不常见。牛奶蛋白纤维中含有17种氨基酸，具有很好的皮肤保健功能。

◎牛奶蛋白纤维的性能

牛奶蛋白纤维的断裂强度高，比羊毛、棉、黏胶和蚕丝还好，其断裂伸长率也比棉纤维高，吸湿性比棉纤维也略好，密度低于棉花纤维。另外，牛奶蛋白纤维的初始模量和抵抗变形能力也比较好。

牛奶蛋白纤维的耐热性略差，温度48E时开始失重，92.7°C时有一个热的分解峰，达到149°C时，失重可达到4%，因此对牛奶蛋白纤维或织物后处理时需要注意其耐热性。牛奶蛋白纤维的抗静电性比较差，带上静电之后很难消除，因此在纺纱或织物后整理时，需要注意静电因素。



牛奶蛋白纤维表面的摩擦系数比较小，与蚕丝比较接近，纤维间的抱合力不大，容易产生滑移，不利于纺纱过程的顺利进行，需要加入适当的油剂。

◎牛奶蛋白纤维的应用

牛奶蛋白纤维可纯纺，也可以与棉纤维、毛纤维、竹纤维、大豆纤维、苕麻纤维、合成纤维等混纺。牛奶蛋白纤维纯纺织物，手感柔软、滑爽、吸湿性好、抗菌消炎；牛奶蛋白纤维与棉纤维混纺，可提高织物的柔软性和亲肤性；与羊绒混纺，可改善其质感，制成薄型织物，如牛奶羊绒大衣、内衣、外衣面料等；与麻纤维混纺，可制成外衣、T恤衫、衬衫等面料；与合成纤维混纺，可改善合成纤维的吸湿导湿性。



由于牛奶蛋白纤维综合性能优异，可采用机织、针织、非织造等方式，牛奶蛋白纤维可以用于多种服饰，如时装、童装内衣、床上用品、日常用品等方面。

（上海纺织品商业行业协会推荐）

小议锂电池

2019年诺贝尔化学奖给了锂电池：没有它，你的手机就是个点燃的炸药包。

如今，锂电池在电子、通讯、医疗保健等产品中得到十分广泛的应用，并且在新能源储电、航空航天、电动自行车、电动工具和军事等领域发挥着重要作用。锂电池是一种二次充电电池，且具有体积小、便于携带、能量比高、储电量高、使用寿命长、自放电率低等优点，逐步成为当前电池产品的主流。

锂电池可以分两类，即锂金属电池和锂离子电池。其中，锂金属电池是1996年诞生的新型电池，其安全性、比容量和自放电率都优于早先的锂离子电池，但目前只有少数几个国家能够制造这种电池。市场上销售量较大的是锂离子电池。

锂原子是最轻的碱金属元素，如果使用不当会产生燃烧、爆炸等安全方面的危害。为了防止使用锂电池可能带来的安全问题，在锂离子电池的储存结构以及外壳制造上都采取了相应的预防措施，以避免外壳破损氧气大量进入引起爆炸。锂离子电池对充电和放电有较高的技术要求，



过度充电或过度放电都有可能引起外壳破裂并引发爆炸。此外，锂电池对制造工艺、外壳焊接、使用环境温度等也有比较高的要求，生产或使用

不慎都有可能出现安全问题，甚至对人身和财产带来很大的危害。例如美国的苹果手机实行降价换电池的服务后，国内就曾发生了一起iPhone手机电池爆炸的事件，起因是一男子在柜台换电池前，为了测试电池的真伪，顺手把电池放入嘴中咬了一咬，结果一团火球瞬间喷出！类似案例还发生在三星的note7手机上。这款手机刚上市不久，就因多次发生电池爆炸事故而召回。导致手机爆炸的真正原因是由锂电池引起。因此锂电池在投入使用前需要经过大量的试验，并且模拟锂电池可能遇到的滥用情况，以考验电池使用中的安全性。锂电池在使用中除了受外力挤压造成外壳破损并引发爆炸外，还会因充电不当引起爆炸。比如在手机电源发生短路时，由于电池本身的内阻很小，



短路后瞬间产生的电流很大，导致电池急剧发热并爆炸。

目前，采用由锂电池制成的大容量充电宝很受消费者青睐。由于充电宝的锂电容量越大储存的电量越多，使用中的安全风险也随之增大。如果携带充电宝时外壳受挤压或跌落，就有可能引发爆炸，而锂电的容量越大，其爆炸产生的威力也越大。尤其在搭乘飞机中，出现锂电池爆炸将会危及所有乘客的生命安全。由于近年来乘客携带锂电池在飞机上发生爆炸引起的空难事故屡有发生，各国民航部门对乘客携带的充电宝等锂电池产品的容量和数量都实行了严格的规定，以确保飞机的飞行安全。



手机一族在充电过程中往往也耐不住寂寞，会不停地使用手机，这实际是一种不利于安

全的行为！一是边充电、边使用手机，容易造成手机电源短路并造成触电。在充电过程中，打电话或上网会使手机工作电路变得复杂，进而增加手机电路短路或出错的风险，也容易触电；二是手机充电时机身会“发烧”。充电使用手机上网或是接打电话，手机的工作电路和CPU都会产生热量，热量叠加在一起，很容易造成锂电池的温度迅速升高，进而引起爆炸或燃烧；三是充电时长和次数都会影响电池寿命。很多手机对充电时接听电话会采取不定时切

断充电电路，由此就出现了频繁充电的现象，随着充电时间延长会影响电池的使用寿命。



只有掌握锂电池的特点，才能保证手机使用中的安全。检测机构的工程师提醒，不要等电池电量完全耗尽后再给手机充电；不要给电池充满电，尤其是不要一次性将电量从很低的比例充满；尽量做到让电池电量比例保持在45%到75%之间；不要长期使用非原装充电器和非电源充电；不要边玩手机边充电。



(2016.3 - 2016.8)

● 2016 年

3.5. 上海市商业联合会组织各行业协、区商联合会的女会长、秘书长、支部书记等一行 50 余人，赴浙江海宁参观考察市劳防用品协会的会员企业桐乡市力派服饰有限公司，实地了解劳动防护用品生产企业和市场发展情况。



3.15. 上海市商业联合会与静安区消保委、市场监管局联合主办的 3·15 国际消费者权益日大型宣传咨询服务活动在静安公园和大宁国际广场同时展开。市商联合会组织了 23 家市级行业协会，140 余名专家和工作者参与。



3.31. 上海市行业质量工作促进会召开 2016 年度第一次工作会议。会议由促进会轮值秘书长单位——上海市商业联合会副会长兼秘书长刘荣明主持。会议通报了 2015 年工作总结和 2016 年工作计划。

3.31. 上海市商业联合会组织部分行业协会考察宝山吴淞工业区，参观了坐落上海国际节能环保园内的



吴淞工业区展示馆，并听取吴淞工业区转型发展情况介绍。

4.15-17. 上海市商业联合会、上海连锁经营协会联合主办的第 24 届上海国际连锁加盟展览会在上海世博展览馆盛大举办。副会长兼秘书长刘荣明在开幕式典礼上致辞。

4.18. 上海市商业联合会常务副会长蔡鸿生、副会长兼秘书长刘荣明等一行前往松江区商联合会调研，与松江区商联合会进行座谈。松江区经济委员会副主任陆峰、松江区商联合会会长彭宏辉等出席。



5.13. 上海市商业联合会区（县）联络委员会第十次全体会议在静安区举行。围绕“积极发挥新消费引领作用”的主题进行了研讨，热议供给侧改革。

5.16.

上海市行业质量工作促进会召开 2016 年度第二次工作会议。会议主题为“提高服务质量，优化市场环境”。会议由上海市商业联合会副会长兼秘书长刘荣明主持。





5.17. 上海市商业联合会食品药品行业联络委员会举办第六次活动，各成员单位和相关企业共 50 余人参加。活动围绕“食品行业与供给侧结构改革”主题进行了座谈。



5.27. 上海市商业联合会党委组织全体党员前往上海陆家嘴金融贸易区参观《伟大光辉的一生——陈云生平业绩展》和《长风破浪会有时——“十二五”时期上海国际金融中心建设回顾展》。



5.31. 上海市商业联合会党委召开“两学一做”学习教育推进会。会议特邀市社会工作党委非公党建处副处长洪峰出席并作专题辅导。市商联合会党委书记刘荣明主持会议。

6.17. 上海市商业联合会举行“2016 年企业家沙龙”。任文燕会长主持。市商联合会会长、副会长、部分会员企业理事及商业集团企业领导 30 余人围绕“供给侧结构性改革与消费变化趋势”的主题进行了座谈。



6.23. 上海市商业联合会党委组织“两学一做”第一专题学习教育推进会，表彰先进党支部、优秀共产党员。会议由党委书记刘荣明主持。



7.5. 上海市行业质量工作促进会召开主题为“科技创新促进品牌建设，质量创新助推行业发展”的 2016 年度第三次工作会议。上海市商业联合会副会长兼秘书长刘荣明主持。

8.5. 上海市商业联合会党委根据市商务委“两学一做”学习教育工作部署第二专题的要求，以“学习先进典型，弘扬劳模精神”为题，组织各支部书记并特邀 2015 年全国商贸流通服务业劳动模范、2015-2016 年市商联合会党委先进党支部与优秀共产党员进行学习交流。





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