

上海商联



上海市商业联合会

SHANGHAI COMMERCIAL ASSOCIATION

2020年2月（总33期）

上海市连续性内部资料准印证（沪）第0827号



太茂 金桥
THE MALL

努力打造人性化、
家庭性、有文化的
生活体验场所

吴少聪

客户价值至上

1

2020



内部资料
免费交流

SHANGHAI COMMERCIAL ASSOCIATION

疫情阻击战，我们在行动！



疫情阻击战，我们在行动！

面对突如其来的新型冠状病毒感染的肺炎疫情，上海市商业联合会及其广大会员单位，把加强疫情防控摆在工作突出位置，践行宗旨意识，扛起政治

责任，发挥引领作用，全面落实联防联控措施，构筑群防群治的严密防线，从身边做起，全力营造同舟共济的社会氛围，为全力打赢疫情防控阻击战贡献一份力量。

稳定市场保供应 服务民生战疫情

疫情当前，市商联合会系统各会员单位和相关企业克服困难，贴近民生，全力支援，满足市民“菜篮子”“米袋子”“果盘子”的日常生活需求，积极做好各类商品供应和服务保障工作。

光明食品（集团）有限公司旗下的蔬菜（集团）有限公司加强市场监测和产销对接，加快恢复蔬菜、猪肉等主副食品交易，持续放大对市场的投放量。西郊国际、上农批、江桥3家本市主要批发市场的蔬菜、猪肉等主副食品供应充足、品种丰富，批发量日环比上升，同比明显增长。蔬菜日供应量保持在5000吨以上，每天交易结束后还有6000吨动态储备；上海农产品中心猪肉货源充足，每天交易后也有余量。西郊国际、江桥市场组建了9支党员防控保供突击队，参与市场防疫、保障供应、后勤保障、安全保卫、辅助服务等，全力守护上海市民的菜篮子；良友集团下属赢丰五斗、海丰米业、乐惠米业迅速恢复大米加工生产，努力缓解市场压力，确保后续供应；良友便利公司服务不打折、商品不涨价，一天跟踪门店销售，确保大米、面粉、食油充足供应，做到不脱销、不断档、不涨价，并协同做好三明治、便当、寿司等即食品加工生产与市场供应；光明乳业为保障上海市场牛奶正常供应，调整生产计划，36条鲜奶罐装线和26条酸奶罐装线全部开动，100多个规格的产品同步生产，700多名工人24小时连轴转，日产量几近翻倍；糖业烟酒（集团）有限公司在节前投放市场3000吨小包装白砂糖，要求各大商超严格按照民用糖指导价进行销售。清美绿色食品有限公司充分发挥3大农业基地、4大工厂、300多辆自营冷链车等全产业链优势，一线生

产车间实行24小时不间断生产，日大豆投料量达120多吨，创历史新高，尽力满足本市各大超市、大卖场、农贸市场正常供应清美产品。目前清美公司承担了上海地区约65%的豆制品和70%的生鲜预包装面制品供应；清美公司农业基地、联合体蔬菜日供应量为300吨左右；260多家清美鲜食门店不打烊，每家日供应量在3~5吨，包括豆制品、面制品、熟食、蔬菜、半成品、肉禽蛋、水产、水果、调味料、米面粮油等，为稳定全市副食品市场供应尽一份责任。

为缓解“买菜难”问题，壹佰米网络科技有限公司通过“叮咚买菜”自营生鲜平台全面加强供应及提供配送服务。在需求最旺的蔬菜、肉类等，通过多种渠道加倍备货；同时积极发挥供应链优势，推动合作方增加人手加大供货。“叮咚买菜”每天在上海新上架400吨的蔬菜产品，助力市场供应。配送小哥、前置仓和总仓工作人员坚守岗位，升级前置仓消毒和测温措施，加强消毒和巡检频次；配送箱每天早晚各清洁、消毒一次；确保供货来源合法合规，确保产品品质安全。随易网络科技有限公司旗下的“食行生鲜”克服配送人员不足等难题，扩大进货渠道，稳定商品价格，提前恢复生鲜配送，蔬菜、水果、肉类等生鲜食品以及零副食品的品种超过4000个，价格保持平稳。充分发挥手机买菜、社区智能冰箱取菜的非接触式配送服务的优势，同时对配送车辆、小区自提柜等做好消杀工作，为保障市民菜篮子出力。乒乓响农副产品配送股份有限公司定点提供生鲜食品配送服务，“乒乓响生鲜直送”小程序正式上线，首批已开通医疗系统单位，单位或小区每天满20单以上即可派送。

百联集团股份有限公司、新世界（集团）有限公司、徐家汇商城（集团）有限公司等40余家实体商业企业共同发出“携手并进，共克时艰”倡议，号召沪上实体商业承担起社会责任，坚守服务，以尽量满足人民群众的消费需求为己任。百联集团股份有限公司成员企业东方商厦以需求为导向，全力维持经营运转顺畅、正常提供销售服务。在供应厂商放假的情



况下主动出击，千方百计组织口罩、消毒洗手液等急需商品货源。确保商场每天蔬菜供应品种齐全，确保商场安全和经营有序。**新世界（集团）有限公司**合理调整旗下商场营业时间，服务台增设免费消毒洗手液，做好公共区域全面消毒和人员测温上岗，并在所有出入口设置体温监测点。徐家汇商城集团旗下商场在主要出入口增设测温点，由专人负责员工及顾客进行体温监测，严格要求所有出入人员佩戴口罩。**第一食品连锁发展有限公司**作为一家大型食品零售企业，又是外来人员集中的门户，公司将防疫保供作为当前第一要务。同时积极应对商品储备和日常消费需求，特别是做好粮油类民生必需商品的货源保障，并将这些商品安排在商场最佳位置；电子商务积极运用线上零售优势，助力民生产品的供应。

永安百货有限公司员工坚守一线，全力做好每一笔销售，鼓励和调动各专柜员工的积极性，制作各类产品宣传，开展“照片选款、视频介绍、专属搭配”“24小时在线服务”“足不出户轻松购物”“线上下单，实体店发货”等线上促销，供居家的顾客选购，并将顾客选中的商品精心包装后快递到顾客手中，让顾客继续感受优质服务。**陆**

景置业有限公司旗下金桥太茂成立应急小组、明确职责分工，制定每日疫情防控工作安排，保洁消杀工作由原来的每日一次改为每2小时一次。**苏宁易购销售有限公司**通过网络销售平台、线下645家各类智慧零售门店、自有物流体系及售后团队，确保各类商品供应及送货服务、售后服务。同时发挥渠道优势积极筹措防疫物资，为本市各区提供防疫物资N95口罩16万只、一次性口罩140万只、一次性手套3万副、防护服1万套、护目镜1000个、测温枪500把。**市供销合作总社**充分运用在上海郊区商品流通主渠道优势，积极发挥在疫情阻击战中的独特作用，推进落实疫情防控的各项措施，精心组织、大力做好防疫物资供应，保证所有与预防疫情相关的用品和药品不断货、不脱销、不涨价，同时全力保障周边居民市场供应。

为了有效管控新型冠状病毒传染，大部分餐饮企业处于暂时关闭状态，而关系民生的大众餐饮却在这个特殊的非常时期发挥出特有的作用。**餐饮烹饪行业协会旗下**11家团餐、150家餐饮企业的3006家门店携手外卖



网络平台为本市范围内机关、团体、企事业单位提供餐饮外卖供餐服务，包括早餐、午餐和晚餐，从而避免人员密集就餐，防止群体性聚餐可能引发的风险。同时制订了《上海市送餐外送服务企业服务公约》，对餐饮企业和外卖网络平台的经营行为进行规范。**淮海商业（集团）**

有限公司下属光明村公司11家门店坚持正常营业，民生供应不断档，集中精力加工生产熟食卤味、特色点心和半成品，同时加强外卖窗口力量，方便居民购买；下属巨鹿集团制定了菜场防控及保供稳价措施，做到每日2次消毒，同时确保周边居民买到价格稳定的主副产品。巨鹿集团承担了瑞金医院及部分餐饮门店的食品加工配送业务，保障各类食品配送需求。**豫园旅游商城股份有限公司**旗下各大老字号餐饮品牌，纷纷推出品类丰富的套餐，为复工后的人们安心、便捷吃好每一餐而努力。**杏花楼（集团）股份有限公司**新雅粤菜馆南京东路旗舰店、专卖店正常营业，做到供应不断货，特别是市民喜爱的半成品菜肴可以通过美团、饿了么、叮咚线上订购，送货上门。**沈大成餐饮速食有限公司**服务于仁济医院的全体员工志愿报名，全勤上岗，为奋战在临床一线的医务人员做好餐饮后勤保障。**和记餐饮管理有限公司**积极应对疫情，提供外卖上线“平安过大年”菜品和套餐配送，菜品现烧现做，配送及时迅捷，春节不打烊，家宴送到家，坚守上海市民的“餐盘子”。在抗击疫情的日子里，很多早餐店都关闭不营业，为此新鲜美味的面包西点更为市民所需。**静安面包房有限公司**社区门店坚持营业。公司迅速成立一线“党员突击队”，坚守一线，协调各项工作，组织生产力量，检查产品质量，直到货品送达门店。留守员工主动担负起顶岗重任，为广大社区居民提供卫生的环境、新鲜的食物、优质的服务。

生活服务业在疫情阻击战中也同样发挥了不可或缺的重要作用。**悦管家网络科技有限公司**运用互联网在3天内完成紧急联系布置落实数千名服务者与60多万家庭用户防疫行动；公司适时进行业务调整和产品创新升级，推出了家庭消毒服务、公共空间消毒服务和社区食堂无接触就餐服务；制定了服务人员的隔离期补贴、隔离期在线学习等稳岗政策，确保数千名服务者和精准扶贫来沪的“云嫂”“黔女”在疫情期间能有钱赚、能保障基础

疫情阻击战，我们在行动！

生活需求、疫情后能回沪继续复工务。**吉爱家庭服务有限公司**以“日报告”制为企业防控提供了第一手的数据支撑，在长护险项目、助老助残项目、医院项目坚持“压实责任、严防死守”，积极配合医院做好后勤保障服务。

尽心尽职尽责 战线前移抗病毒

疫情就是命令，防疫就是责任。市商联会系统各成员单位发挥自身优势，自发地动员和组织支持一线的抗疫阻击战。

锦江国际（集团）有限公司的酒店、客运物流、旅游等多个板块与此次疫情直接相关，集团为此启动了应急响应机制，成立领导小组，多次召集条线研究，部署落实相关工作。酒店板块在国内提供和援助各地政府使用的酒店已达到156家、客房超过2万间。同时

对于所有在营酒店都加强了消毒、测温等防控措施，取消了所有的自助餐，早餐直接送到客人房间等；客运物流板块拥有出租车6000多辆、大巴1000辆照常上路，托底城市出行，对驾驶员的要求是“无口罩不上岗，不消毒不出车”，并成立了120急救中心用车专属的应急保障小组，随时听候调用；旅游板块随着疫情的发展，多次升级退改保障举措，先后取消逾1万人次游客的境内外出行安排，切实维护好每一名游客的安全和利益。

医药商业行业协会与会员企业进行紧急联系，要求积极参与做好防疫工作，组织好货源，确保市场供应，充分发挥防疫商品保障供应主渠道作用。同时协调有关部门、企业、供应商、生产厂家，连夜将配置口罩等防疫用品全部落实，并明确了5家医药连锁企业为指定的供应药房，企业迅速下达，召集员工们通宵达旦行动，确保第二天投放市场。协会还精心组织、积极做好疫情防控物资供应，向市药品监管局申报并获得批准，向企业开放少量有关OTC品种团购，包括力度伸、板蓝根、蓝芩口服液、感冒退热颗粒等，解决了特殊时期企业员工预防性用药的难点。**雷允上西区公司**作为静安区疫情防控物资保障指定企业，全力落实防疫物资紧急采购、仓库物流配送和物资验收调配，并在短期内组织采购70余

个品规的防疫物资，用于保障社区居民和单位团体供应工作。**淮海商业（集团）有限公司**下属上海药房公司高度重视市民对口罩的需求，紧急组织货源，多方联系厂家及物流，尽力提供门店销售。所属12家连锁门店被纳入口罩定点投放药房后，员工放弃休假坚守岗位，每天加班加点备货，确保投放门店销售。**东方国际（集团）有限公司**利用海外业务资源优势，积极采购调配防疫物资，克服货源、采购、物流运输报关等难题，陆续运抵国内支援抗疫。**清美绿色食品有限公司**目前在职员工3000人、营销人员4000人，每天至少要使用上万只口罩，为满足公司内部职工口罩大量需求，同时也为社会口罩紧缺贡献绵力，清美公司建立了清优美医疗器械有限公司，火线投产2条口罩生产线，用于生产一次性民用、医用口罩，日产能可达20万只。

市染织行业协会会员企业承担了为本市医疗单位医生和住院病人提供洗涤服务的后勤保障，会长单位景禧医纺公司在疫情防控中，全力以赴为本市70余家医疗卫生机构的4万余名医护工作人员、3万余张床位、1500余台手术提供织物的洗涤与消毒服务。**市物流协会**积极组织协调联系，安排物流企业克服困难运送上海企业捐赠武汉医用雾淋设备、安全递送装置以及送往疫区的2500箱口罩；还协调调集800套包装材料，支援口罩生产企业加工生产防疫急需的口罩之用。**糖业烟酒（集团）有限公司**为切实保障广大坚守一线的员工安全，广泛协调各种资源，多渠道购买体温计、酒精棉、消毒水等防疫物资，将首批2500只口罩送到一线员工手中，并通过海外西班牙GM公司采购N95口罩4.5万只、普通医用口罩2万只空运至上海，为广大员工坚守稳定上海市场供应的岗位保驾护航。



武汉加油！

数字印刷行业协会积极担当社会责任，与中国印刷技术协会数字印刷分会等八省市数字印刷行业协会联名发表《关于呼吁业主、房东支持数字印刷企业抗击疫情共克时艰的倡议书》，帮助数字印刷企业树立信心，抗击疫情，共克时艰。在突如其来的

疫情面前，协会众多会员企业体现职责与担当，以实际行动为抗击疫情作出贡献。同昆数码印刷有限公司第一时间驰援病毒诊断试剂制造企业，加班加点印制“病毒诊断试剂盒”的包装盒、说明书、标签等近万套，确保



疫情阻击战，我们在行动！

了诊断试剂及时送到抗疫一线；丽缘图文快印公司受市疾控中心的委托印制防控防疫海报宣传资料，为保证生产任务顺利完成，公司在大年初二立即

着手安排人员复工，初四开始陆续交货，初五上午圆满完成了任务。公司同时还向普陀、金山、长宁等区政府免费提供疫情防控宣传品的印刷保障；界龙艺术印刷有限公司节前接到浦东新区疾控中心的紧急任务，要求赶制一批“预防和应对新型冠状病毒”的宣传资料，公司在人员紧、任务重的情况下，不计成本、克服困难，在24小时内保质保量完成赶制任务并送货到浦东新区疾控中心。上药神象健康药业有限公司党员组成的突击队奋战在防疫一线，主动放弃春节休假，承担起公司一线防疫任务，他们一边学习专业防控知识，一边组织开展现场防疫工作，把防控措施落实到实处。1月24日除夕，公司平台电商接到抗疫急需商品的发货订单，并要在规定的时间内配送进仓，时间紧，任务急，人手少，党员突击队员们闻讯后挺身而出，纷纷从家中赶到单位，加入打包的队伍，确保货物按时装车发往配送中心。上海联通针对不同公共场所的防疫需求，制订了“热成像人体测温解决方案”，利用红外非接触式体温检测，快速筛查流动人群体温情况，大幅度降低疫情扩散隐患。第一批设备已在虹桥万科中心投入使用。中信信息发展股份有限公司开发重要生活物资保供稳价综合监测管理平台，休假不停工，确保系统运行不间断，为保障受疫区域重要生活物资供给提供了科学指引。中企万博（上海）企业发展有限公司开展“2020，非常设计”线上公益活动，征集有利于解决防疫抗疫阶段各种困难和问题的创意，用“设计”的非常创意之力，阻止病毒蔓延。

捐款捐物献爱心 驰援一线送瘟神

一方有难，八方支援。在抗击疫情的紧急时刻，市商联合会系统各区商联合会、商业行业协会、会员企业勇担社会责任，尽己所能，驰援一线。

银科创投投资集团有限公司 231 名党员捐款 25228 元。银科控股捐款 500 万元专项基金用于“抗击新型冠

状病毒肺炎疫情”，其中通过上海市慈善基金会捐款 300 万元，助力湖北省抗击疫情；200 万元将为上海援助湖北的医务工作者提供支援和奖励。公司快速启动疫情防控机制，成立疫情防控指挥小组，全方位部署防控方案，增加防护物资配备，全面开启消杀和排查工作，以实际行动支持抗击疫情大局。老凤祥股份有限公司高度重视和关切武汉疫情的防控状况，并由老凤祥首饰（武汉）公司向武汉抗疫捐赠人民币 300 万元。三联（集团）有限公司广大员工通过微信形式，纷纷捐款献爱心，向市妇女联合会和市儿童基金会捐款共计 39166 元。金枫酒业股份有限公司向上海市红十字会捐赠人民币 70 万元；公司党委发出“抗击疫情，党员先行”倡议，33 名党员共缴交特殊党费 9996 元，捐赠上海市慈善基金会，用于支持上海地区防疫专项行动。闽龙实业有限公司在第一时间向浦东新区光彩事业促进会捐赠 30 万元，定向用于抗击疫情；同时旗下在新疆喀什莎车县援疆产业，通过喀什上海商会捐款 5 万元，用于当地抗击疫情。公司先后赶制 2 批价值 10 万元的姜糖茶捐赠火速驰援武汉的上海医疗队。德纳会展有限公司倡议广大员工发扬“一

方有难，八方支援”精神开展募捐活动，共募捐 6.5 万余元，并依托社会资源采购医院紧缺的 200 套防护直接捐赠给医疗机构。悦管家网络科技有限公司党支部发起“驰援武汉、志愿湖北”的传递爱心募捐活动，共有 600 多名一线服务者捐款，金额达 6 万多元。汽车销售行业协会会长单位永达集团赠人民币 1000 万元，通过上海慈善基金会建立永达“抗击新型冠状



病毒”专项基金，用于补助驰援武汉与在沪抗疫的医务工作者；副会长单位广汇集团紧急从海外筹集 3 吨防疫物资（包括 5587 套医用防护服、9740 个 N95 及医用口罩、450 个护目镜等）迅速支援疫情防控一线。汽车配

疫情阻击战，我们在行动！



件用品行业协会副会长单位车配龙公司发起“众志成城抗击疫情”爱心行动，筹集善款 111597.66 元组成爱心基金。**果品协会**副会长单位辉展果蔬组织发动捐款，并向上海市红十字会首期捐款 42.46 万元；副会长单位上海诚实果篮果品有限公司紧急调运的 11386 箱水果，分别赠送 5 家市重点疫情防治医院坚守一线的医务工作者手中，累计赠送水果金额约 30 万元。疫情发生后，诚实果品下属门店 400 多名员工全部在岗，为周边居民提供平价、新鲜的水果，助力疫情防御战。**肉类行业协会**副会长单位紫燕食品公司捐款 11 万元助力新冠肺炎防疫工作。**石材行业协会**向上海市慈善基金会捐款 10 万元，专项用于抗击疫情。协会将继续关注疫情发展，动员石材行业力量，积极参与抗击疫情的相关工作。**静安区商业联合会**锦天城律师事务所共筹得善款 455.8 万元用于向疫情地区基层组织捐款及采购防控用品支援一线；会员单位广西都安神瑶医药健康管理有限公司向武汉火神山医院、武汉雷神山医院和中国地质大学（武汉）医院捐赠价值 100 万元的荆花成熟蜂蜜。**黄浦区商业联合会**理事单位江崎格力高食品有限公司通过上海红十字会向湖北省捐赠 300 万元人民币，用于购买医用口罩、防护服、消毒用品等紧急救援物资。

安利（中国）日用品有限公司上海分公司启动最高级别应急管理机制，1 月 23 日紧急捐赠总价值 100 万元的防疫通用物资发往武汉，供各定点医院使用；1 月 31 日再度紧急捐赠第二批价值 1000 万元的通用防疫物资，供武汉市民生服务部门、火神山和雷神山两家医院使用。1 月 28 日起，安利公司部分生产线陆续复工，通过加强生产经营场所消毒和从业人员安全防护，科学有序生产，规范经营。在市场断货情势下，尽最大努力统筹全球供应链资源，优先为疫区安排产能，特别是家用消毒清洁

剂、空气净化器等疫区急需的产品，确保防疫用品、商品价格不涨、质量不降、供应不断，销售超过九成在线上完成。**光明食品（集团）有限公司**旗下光明乳业陆续向武汉协和东西湖医院、同济医院医务工作者赠送莫斯利安原味酸奶，向武汉火神山、雷神山医院建设者赠送乳制品，用实际行动为奋战在疫情第一线的勇士们加油！

2 月 2 日起，光明食品集团宣布为每位上海援鄂医疗队员居沪家属送奶、送菜、送肉，让所有奋战在援鄂一线的医务工作者解除后顾之忧。光明食品集团还与上海市卫健委组织了家属微信群，家属可及时对产品和服务提出反馈，保证必要的个性化需求，做好后方温情守护。**绿亮集团有限公司**捐赠 500 只额温枪用于一线英雄的疫情防控，并将密切关注疫情动态和防控进展，履行企业社会责任。**品牌授权经营**

企业协会在得知武汉各大医院急需医疗物资时，立即组织医疗物资的筹备，共计筹得捐赠物资 96000 双医用检查手套，并于 2 月 1 日送至武汉经济技术开发区红十字会；面对突如其来的疫情，为了让零售商超获得平价优质的果蔬进货渠道，与海



南省海口市农业农村局达成战略合作，联合海南农产品供应链联盟，为各地商场提供优质平价的果蔬产品供应；临时组建疫情应急物资对接群，以协会各地资源优势，尽快帮助零售企业快速采购合适的物资，搭建起物资和需求的快速沟通桥梁。**糖制食品行业协会**会员单位西区老大房捐赠价值 5000 元的中西式糕点专送给值守本市高速道口的一线工作人员。针对疫情期间居民们对熟食需求增加，重新启动熟食生产流水线，组织生产加工牛肉、熏鱼、沙琪玛等保质期长的产品投放市场。**数字印刷行业协会**会员单位富士施乐（中国）向湖北疫区紧急援助总价值约 100 万元人民币的打印机及相关耗材，驰援武汉市协和医院、金银潭医院等 11 家医院。**市商业联合会健康养生专委会**向公安、消防等部门捐献口罩 1000 多个。同时开展“抗击新冠疫情，我们一起行动”志愿者进社区活动，对部分特定人群进行了健康宣教、防护消毒和心理辅导服务，会员单位经正堂健康管理公司极开展线上数千人中医艾灸培训讲座，教授提高自身免疫力来抵抗疫情。

守土有责站好岗 守土尽责显本色

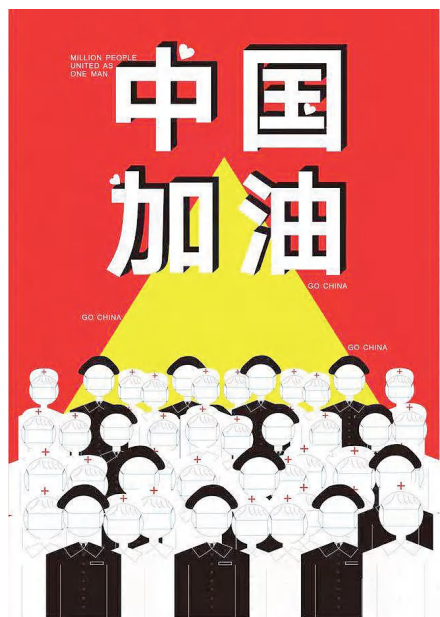
面对来势汹汹的疫情，市商联合会系统各行业协会、区商联合会、企业会员及下属员工们群策群力、共抗疫情。

1月26日，市商业联合会通过互联网发布《关于做好新型冠状病毒感染肺炎疫情防控工作的通知》，号召各会员单位全力做好防控，坚决遏制疫情蔓延。一要提高政治站位。按照市委、市政府统一部署，落实最严格的防控措施，切实履行属地责任、部门责任、单位责任、个人责任。二要落实主体责任。各会员单位要积极配合，严格落实全市联防联控机制；制定本单位疫情防控应急预案，避免举办人员集中活动；对员工做好疫情防控知识教育，保持工作场所环境卫生，配备必要的防护用品。三要强化个人防护。提高员工的自我防护意识和能力。疫情给本市商贸服务业经营带来巨大冲击，市商联合会心系会员企业，常务副会长吴星宝带队分别调研珍鼎餐饮服务、悦管家家政服务、新户家综合服务、中信信息服务、叮咚卖菜和食行生鲜平台配送服务等民生类企业，市商联合会还向各会员企业下发征询调研表，了解受疫情影响较大的行业与急需解决的问题与诉求，针对企业“急、难、愁”问题出谋划策、牵线搭桥，并反映有关政府部门，尽力排忧解难；洗染行业在为一线医疗机构提供洗涤服务中，防护口罩和专用手套紧缺，市洗染行业协会紧急求助，市商联合会第一时间与市商务委对接，帮助解决困难；部分会员企业安排复工在资金上遇到困难，市

商联合会及时向市商务委反映并取得支持，协调金融管理部门对接，促使政府支持中小企业的政策落地，帮助企业渡难关。市商联合会充分利用网站、内刊、简报、动态、微信群

等途径，及时收集与反映市商联合会及会员单位抗疫情况，并着手收集会员单位抗疫典型事迹材料汇编成册，提供会员单位和有关部门、媒体，宣传弘扬社会担当。市商联合会秘书处及时调整工作方式，采取居家办公为主，充分利用电话、电子邮箱、微信、视频会议等方式，保持即时联系，妥善安排相关事宜，确保各项工作不断不乱。

各商业行业协会、区商业联合会闻风而动，分别制订行业规范、防控指南，指导会员单位加强疫情防控工作，尤其是与民生密切相关的医药商业、副食品、蔬菜、肉类、水产、果品、糖烟酒茶、糖制食品、豆制品、茶叶、百货、眼镜、连锁、购物中心、餐饮、家庭服务、洗染、美发美容、沐浴、交电家电、汽车销售、黄金饰品、再生资源回收利用、拍卖、数字印刷、电子商务、物流等行业协会，倡导会员单位在做好防疫工作的同时，力保市场供应、物价平稳和市民需求。静安区商业联合会针对本区大宁路等街道提出解决社区集中医学观察点后勤保障需求问题，主动协调直供服务企业驰援，组织蔬果、粮油等主副食品及时送到社区防疫物资存放点，解决了医学观察点所需物品的燃眉之急。同时，针对疫情居民留家观察需购蔬菜等副食品，主动协调直供服务企业线上下单配送到点，让居民尽量减少外出购物，居家也能买到放心菜、平价菜。豆制品行业协会秘书处及时掌握行业动态，主动向会员企业了解防疫物资需求，多方联系防疫物资供应，力求把能解决的问题通过协会协调解决，实在不能解决的问题再积极向上反映。并编发防疫抗疫专辑动态，及时报道各会员企业防疫工作举措和做法，供各会员企业借鉴。水产行业协会深入江杨水产市场、江阳水产市场、东方水产市场等实地了解水产市场疫情防控和商品保供情况，督促各市场在第一时间建立防控疫情、市场保供领导小组，制定应急防控措施。各市场坚持每天现场巡查，召开疫情防控分析会议，同时成立了干部、党员、团员志愿者队伍，坚守在疫情防控工作的第一线。同时加强对禁止野生动物和活禽交易的排查监管，并保证水产品价格稳定和供应保障。现代钟表珠宝商会会员单位忻李美健康科技公司举办互联网直播间生命急救公益讲座，为市民讲解新冠肺炎居家防护科普知识。各商业联合会、商业服务业行业协会充分利用自身的优势和资源，积极参与抗击疫情阻击战，体现了社会担当、行业引领和服务会员的风范。



疫情阻击战，我们在行动！



P1

卷首语

疫情阻击战，
我们在行动！



封面人物

上海陆景置业有限公司 / 金桥太茂董事长
上海市商业联合会副会长

商联文化

- 08 2020 豫园灯会巡礼
- 60 市场巨变 (连载之三)

商联视窗

- 12 再接再厉从头越
- 24 2019 群英谱

商联短波

- 17 编辑部小记 凸显刊物宣传与服务于会员的功能

刊中刊 · 相约南京路步行街

- 18 商家抱团南京路 助推升级步行街
- 20 上海市商业联合会南京路步行街会员之家
- 22 南京路步行街：现代商业的经典与辉煌

人物志

- 30 丁海东：倾情倾力于供销事业

- 31 马莉：人情味、烟火味、好滋味
- 32 邓伟华：匠心打造一站式婚礼服务
- 33 吕昕：当好海洋美食的综合服务商
- 34 朱江：为企业高质量发展寻求发展空间
- 35 朱富飞：优化家政服务供应链 细化垂直服务体系
- 36 庄春强：走在创业的大路上
- 37 李尉：助力打造家政行业的“上海服务”品牌
- 38 张西强：太太乐，让生活更美好
- 39 张杰：上海茶，香天下
- 40 张洪良：让农民卖菜不再烦 让市民买菜不再难
- 41 张曙华：立足“区块链+”探索 服务更多产业赋能
- 42 郑玉叶：以“家”为核心 以“管”“帮”为己任
- 43 胡志勇：努力使通盈鞋业成为品质的保证
- 44 胡展龙：挺立工程图文服务最前沿
- 45 钱国良：扎扎实实在“菜篮子工程”第一线作贡献
- 46 徐海斌：锐意创新校服产业营商大格局

P10 商联视窗

启航 2020



- 47 黄震：弘扬东方珠宝美学 树立珠宝时尚标杆
- 48 黄建义：农副产品配送布局“乒乓响”
- 49 章懿：让顾客感受与众不同的服务体验
- 50 韩文：努力塑造本土团餐行业领军品牌
- 51 韩置：精益求精打造一线商业地标
- 52 吴少聪：努力打造人性化、家庭性、有文化的生活体验场所
- 53 **专家谷** 试论防控疫情引爆线上需求对商业格局走向的影响

观象台

- 54 防控疫情给生鲜行业带来的思考
- 55 初探疫情防控引发的加速替代
- 56 2020年中国商业十大热点
- 57 2020年消费维权年主题：凝聚你我力量
- 58 **会员传真** 小议跨界思维
- 59 **聚焦大健康** 上班族缓解“周日悲伤”六招

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 李尉

余存军 吴少聪 吴仲庆 吴梦秋

张铁军 张曙华 沈建华 陈礼明

陈学新 周亚东 范林根 钟泽明

项美芳 高克敏 徐海澜 浦静波

陶奋 黄圣文 龚屹 韩文

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

2020年2月25日出版

印数1000册 发送会员及相关单位



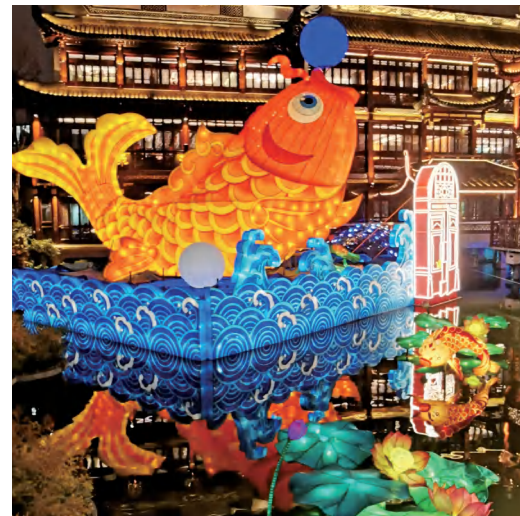


2020 豫园灯会巡礼

又是新春佳节到。上海豫园商城集团参与承办的豫园灯会于1月10日起亮灯，五彩斑斓的灯彩景观让与游客感受浓郁的海派年味。

然而，为了抵御一场突如其来的疫情，豫园灯会于1月24日果断提前闭园，联防联控，群防群治，同舟共济，我们在行动！





2020年是全面建成小康社会的决胜之年，也是“十三五”规划的收官之年。我会要深入学习领会党的十九届四中全会和中央经济工作会议精神，结合上海商务工作的目标要求，坚持“联合、服务、自律、创新”宗旨，发挥服务枢纽、党建枢纽、评估枢纽作用，当好政府与企业的桥梁纽带，当好产业发展与行业治理的平台和推手，使各项工作上一个新的台阶。

优化营商环境 服务产业发展

◎**承办2020上海购物节。**配合市商务委等主办单位，认真做好各项承办事宜，充实工作力量，落实活动安排，重点抓好新品首发、夜间经济等工作，推动以节兴市，商旅文展联动，促进市场繁荣繁华，彰显“上海购物”的品牌魅力。

◎**开展上海市“销售真牌真品，保护知识产权”承诺活动。**会同市知识产权局，做好承诺活动的督导检查、人员培训、中期调查、案例征集等，制作推广片并发动各单位做好宣传，推动活动更广泛深入展开，促进市场规范有序，营造良好购物环境。

◎**做好线下商户“七日无理由退货”承诺活动推进工作。**在市商务委、市场监管局、消保委的牵头下，认真总结分析静安区和首批承诺商户的实践经验，梳理承诺规范和操作方法，以利于全市范围逐步推进，扩大上海商业诚信经营商、守诺履约的影响力。

◎**组织“3·15”国际消费者权益日大型服务咨询活动。**组织各行业协会和相关单位提供商品质量鉴别、消费知识普及、健康状况检测，开展消费现场咨询服务，树立行业信誉，增强消费维权意识。

◎**抓好2019年上海商业行业质量状况调查分析。**通过对各区、相关行业和重点企业的调研，采集、分析信息数据，编制调查报告和典型案例，及时反映行业和企业抓质量、补短板的好经验、好举措。

◎**举办2020爱姆意杯上海品牌微视频大赛。**会同市工经联、企业联合会、现代服务业联合会和电子商务协会联合主办大赛活动，展示上海服务、上海制造、上海购物、上海文化的品牌企业形象，扩大打响“上海购物”品牌的宣传效应。

◎**办好上海“夜娱节”。**牵头发起和组织上海“夜娱节”活动，举办涵盖消费餐饮、文化娱乐、网红品牌的展会和研究夜间经济发展的专业论坛等，促进内需拉动，提升市场信心。

◎**举办2020年孔明会论坛。**组织专家分析研判消费态势，抓住夜间经济、平台经济、智慧零售等市场关注的

热点问题，选择确定主题，开展研讨，为企业开启思路提供帮助。

强化平台功能 扩大合作交流

◎**抓好国际商务合作平台工作。**联合阿联酋—中国经贸文化促进中心协同推进商贸信息交流和互通合作，搭建会员直通2020迪拜世博会的通道。

◎**开展首届“优县良品”推介展销活动。**建立评审和产品标准体系，开展名新特优系列产品推选；主办“2020首届‘优县良品’展销会暨主题论坛”；通过产销对接会、新奇特产品品鉴会，推荐入选产品进商区、进社区、进园区。



◎**主办第二届重要产品追溯展览会。**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，扩大展览的面积和行业覆盖。

◎**主办2020年上海国际早餐及特色小吃展览会暨上海国际早餐及特色小吃发展大会。**举办上海国际早餐及特色小吃发展论坛、特色小吃“抖商”品鉴会、“上海高品质特色小吃”评选、“亚洲轻餐饮达人技能大赛，促进和完善上海早餐及特色小吃供应链，方便市民消费。

◎**举办2020上海·国际家庭服务展览会暨上海家政服务 & 产业融合发展大会。**举办上海家庭服务发展论坛，上海母婴专业服务技能讲座，上海民心家政服务站点、品牌家政评选及颁奖，上海家政服务员技能大赛，上海家政服务人才招聘会。

◎**支持配合上海国际礼品展览会。**借助“上海国际广告节”的平台，积极组织企业参与国际礼品展览会，做好“百县优品”展区和伴手礼的招商布展组织工作。

◎**成立“长三角城市群商贸服务业发展促进联盟”。**探索发布长三角城市群商贸服务业市场整体运行及展望报

告、特定行业的专题报告；推选长三角知名品牌、名特优产品，适时进行展示展销，研究建立共同的网络信息平台。

◎**承办 2020 年全国省级商联会会长座谈会。**加强与中商联会和相关省市商联会（商会）沟通联络，积极争取市商务委支持，及早做好会议筹备工作，努力扩大省际商业交流，确保会议取得实际成效。

推动行业治理 促进协会建设

◎**推进南京路步行街企业联合会活动。**在市、区商务主管部门指导下，围绕商务部高品位步行街打造和步行街东拓项目，推进南京路步行街企业联合会开展活动。引导

◎**抓好行业消费者维权联络站（点）的工作。**会同相关行业协会和区商联会，协力组织好消费者维权联络站、点的活动，不断提升快速解决消费纠纷的能力；配合市市场监管局扩大行业协会和重点市场设置消费者维权联络点的数量，增强行业自律、诚信守法和维护企业合法权益的力度。

◎**强化自身建设 提升内部治理能力。**发挥监事会和商业法制专业委员会作用，加强法务、财务服务管理，完善联合会功能机制；扩大邀请一批具有实践经验和理论研究的行业知名企业家、专家学者，充实专家委员会智库队伍，有针对性地开展研究咨询工作，提高联合会行业服务的质量；健全秘书处内部制度，理顺员工职责分工，建立联系会员企业的联络员制度，做到定人定点定任务定要求；办好《上海商联》内刊和网站，扩大系统内信息交流，增强产业发展和行业治理的宣传效应。

整合多种资源 扩大赋能效应

◎**继续推进全国商贸流通服务业先进集体劳动模范和先进工作者推荐工作。**做好推荐材料的搜集、整理、初审以及复审材料的指导和补充工作，组织获奖单位和个人参加表彰大会。

◎**抓好学先进、树标杆、作贡献活动。**会同市工经联、市企联开展工商业领军人物评选，联合制定评选标准，组织商业领域优秀企业家申报参评；在会员单位深入开展创先争优活动，挖掘和宣传上海商业杰出人物、服务品牌等先进典型和先进事迹，培育正能量，展示上海商业服务风采。

◎**开展上海市政府质量奖推荐。**根据全市统一部署和评审标准，推荐相关会员单位参与申报。

◎**开展全国商业质量 3A 级评定。**根据中商联安排做好复评和新评工作。

◎**开发和落实专项职业能力和新技能培训试点项目。**重点抓好“黄金珠宝饰品营销服务”、“智慧家庭与消费者新服务”两个项目，按程序完成题库审核，报业务主管单位审核和人社局审定通过；继续抓好《商铺作业》、《餐饮食品安全管控》、《婚庆营销服务》等专项职业能力培训，为会员单位组织员工参加新技能和专项技能培训创造条件。

◎**做好师资培训项目。**举办《现代零售企业销售服务技能提升》培训班，为企业加强员工技能教育培养师资人才。

◎**联合主办 2020 年千店慈善义卖活动。**动员相关区商联会配合所在区商务委做好义卖企业组织发动工作，提升企业的社会责任感。



启航 2020

上海市商业联合会

入会商家抱团打造街区 IP 文化，推动商街共建共治，促进企业资源互补，营造步行街信用商圈、示范街区的整体氛围。

◎**规范都市生活新服务等专业委员会管理。**着重抓好都市生活新服务、健康养老、健康养生和沉香专业委员会，加强组织领导，完善制度建设，健全工作机制，提升专委会的服务质量和创新能力，配合政府探索拓展新兴行业治理的宽度和力度；筹建沉香互联网平台，建立海上香路，发展与“一带一路”沿线国家合作关系，提升沉香标准等级，与市质量监督检验检疫技术研究院联合设立沉香检测机构。

◎**加强市、区商协会的协调指导和联络互动。**定期走访协会和区商联会调研研讨，引导和会同市、区商协会从企业需求和行业治理重点问题出发，寻找难题破解思路，将行业团体的组织优势转化为治理效能；灵活运用会长会议、秘书长例会、会员企业联络员会议，以及食品药品联络委员会、区联络委员会、专题讲座等多种形式，扩大信息交流，畅通互动渠道，研究热点难点，解决共性问题，提高活动的实效。

再接再厉从头越

我会召开年度会员大会、理事会暨商贸服务业弘扬先进大会



1月13日，上海市商业联合会召开五届四次会员大会、五届七次理事会暨商贸服务业弘扬先进大会，各会长、理事、会员单位共230余人参加会议，常务副会长吴星宝主持会议。



会上，副会长兼秘书长赵皎黎作2019年工作总结和2020年工作计划报告。她指出，2019年，我会围绕本市商务工作的目标要求，逐一推进落实全年工作计划任务。**一是围绕社会热点，举办重大活动。**主办“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；参与主办第二届中国国际进口博览会配套活动“2019外滩服务贸易发展论坛”，共筑中

国服务贸易发展协同平台；承办“2019上海购物节”；联合主办“首届重要产品追溯展览会”；参与主办“2019爱姆意杯上海品牌微视频大赛”，举办“上海中华老字号品牌·长三角发展”沙龙。**二是提升诚信质量，优化营商环境。**推进线下商户“七日无理由退货”承诺活动，组织750余家线下零售门店（商铺）共同参与；推进“销售真牌真品，保护知识产权”承诺活动，来自全市的286家商业企业公开挂牌承诺；开展消费者权益日系列活动；开展本市商业批发零售服务业行业质量状况调研。**三是树立标兵楷模，强化队伍建设。**开展全国商贸流通服务业先进集体、劳动模范和先进工作者推荐工作；开展市商业联合会弘扬先进、学习先进楷模活动；继续做好培训工作，全年共完成6期286人培训。**四是坚持服务为本，搭建功能平台。**成立都市生活新服务专业委员会，下设便民早餐、特色小吃、冷链配送、家政培训、健康养老、育婴育幼、社会团膳、家电维修、标准智慧菜市场及新零售、婚庆服务、美容美发、百县百品、食用品安全、夜间消费、生活资源回收、清洁服务16个工作板块，打造服务行业新承载平台；成立南京路步行街企业联合会，探索街区运营管理新模式；成立了市商联合会国际商务合作平台，服务于会员单位国际商务合作需求。**五是关注民生事业，勇担社会责任。**开展“2019年连锁便利早餐示范点”项目评估工作；组织“百县百品”申报项目云南、贵州遵义地区现场查验工作；参与主办2019年千店慈善义卖活动”。此外，我会还顺利通过市民政局对市级社会组织等级评估复评，蝉联5A级社会组织称号；我会会员发展驶入快车道，2019年新增会员114家，会员队伍规模进一步壮大。

展望2020年的工作，重点要发挥服务枢纽、党建枢纽、评估枢纽作用，致力于担当政府与企业的桥梁、产业发展的平台、行业治理的推手。**一是优化营商环境，服务产业发展。**积极承办2020上海购物节；开展上海市“销售真牌真品，保护知识产权”承诺活动；做好线下商户“七日无理由退货”承诺活动推进工作；组织“3·15”国际消费者权益日活动；抓好2019年上海商业行业质量状况调查分析；举办2020爱姆意杯上海品牌微视频大赛；办好上海“夜娱节”；举办2020年末论坛·孔明会。**二是强化平台功能，扩大合作交流。**抓好国际商务合作平台工作；开展首届“优县良品”推介展销活动；主办第二

届重要产品追溯展览会；主办 2020 年上海国际早餐及特色小吃展览会暨上海国际早餐及特色小吃发展大会；举办 2020 上海·国际家庭服务展览会暨上海家政服务 and 产业融合发展大会；支持配合举办上海国际礼品展览会；成立“长三角城市群商贸服务业发展促进联盟”；承办 2020 年全国省级商联会会长座谈会。**三是推动行业治理，促进协会建设。**推进南京路步行街企业联合会活动；规范都市生活新服务等专业委员会管理；加强市、区商协会的协调指导和联络互动；抓好行业消费者维权联络站（点）的工作；强化自身建设，提升内部治理能力。**四是整合多种资源，扩大赋能效应。**继续推进全国商贸流通服务业先进集体劳动模范和先进工作者推荐工作；抓好市商业联合会学先进、树标杆、作贡献活动；开展上海市政府质量奖推荐；开展全国商业质量 3A 级评定；开发和落实专项职业能力和新技能培训试点项目；联合主办 2020 年千店慈善义卖活动。



党委书记倪正宇介绍了市商联会党委 2019 年工作总结和 2020 年工作计划。他指出，2019 年，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。****二是坚持**

开展形式多样的支部和党员学习教育活动。**三是促进党委系统党风廉政建设。**2020 年，党委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，**一要坚持制度管理。**健全组织生活，加强党员教育；**二要继续发挥党建片区轮值制的模式，**充分调动各支部的积极性，集中组织开展活动，保持党建片区的活力；**三要探索在分支机构中建立活动型党组织，**进一步增强党组织的覆盖面，发挥党组织的核心作用，促进凝心聚力推进各项工作的落实。



常务副会长吴星宝重点强调了要进一步发挥都市生活新服务专委会和国际商务合作平台等工作机制的作用，并就做好上海“夜娱节”、首届“优县良品”的推介和展示活动、第二届重要产品追溯展览会、

2020 年上海国际早餐及特色小吃展览会暨上海国际早餐及特色小吃发展大会、2020 上海国际家庭服务展览会暨上海家政服务和产业融合发展大会、上海国际广告创意礼品及家庭用品展览会等创新项目的相关工作进行了介绍。

经理事会、会员大会审议，会议先后通过了市商联会《2019 年工作总结》、《2020 年工作计划》和《2019 年财务收支报告》。



会议同时对一年来上海商贸服务业各条战线上涌现出的新时代劳模精神和工匠精神进行了宣传弘扬。党委书记、副会长倪正宇宣读了《关于学习宣传 2019 上海商贸服务业先进典型的决定》。商业杰出人物代表、上海随易网络有限公司创始人兼 CEO 张洪良，商业服务品牌柜组代表、中石化上海石油零售分公司第三加油站站长赵虹姬等进行了现场交流。



蔡鸿生会长在大会总结时强调，过去的一年，我会从商业行业枢纽型社团组织的特点出发，贯彻市委、市政府打响“上海购物”品牌的战略部署，服务企业发展、规范行业行为、推进产业进步，活动能力进一步增强、服务范围进一步拓展、工作机制进一步优化、朋友圈进一步壮大，各项工作不断迈上了新的台阶。今年是全面建成小康社会、实现我党“两个一百年”的第一个一百年奋斗目标的决胜之年，任务和目标将翻开新的篇章，我会要紧紧围绕本市商务工作的要求，结合我会的实际情况和各项工作具体计划，勤学习、会思考、敢探索，努力发挥自身的独特优势和应有作用，继续立足岗位，再接再厉从头越。

（通讯员 王晨）



我会参与主办 2020 年千店慈善义卖活动

1月1日，“心连心、慈善行，手牵手、社区情——2020年千店慈善义卖”活动启动仪式在徐家汇港汇恒隆广场举行。全市线上线下2千多家爱心企业、爱心商铺开展义卖，并向上海市慈善基金会进行捐赠，用于帮扶申城困难老人，共筑“蓝天下的至爱”。市慈善基金会理事长钟燕群、市慈善基金会原理事长冯国勤、市商业联合会副会长兼秘书长赵皎黎等出席活动。“千店慈善义卖”活动作为第26届“蓝天下的至爱”慈善活动的重要组成部分，至今已开展了11年，成为本市著名的慈善品牌之一。今年活动主题聚焦帮扶社区困难老人，将“人人都慈善，店店都参与”的行动覆盖线上线下，不仅有千家实体门店奉献爱心积极参与，同时云集千家线上商家共襄盛举。活动由上海市慈善基金会、上海市精神文明建设委员会办公室、上海市商务委员会、上海市商业联合会、上海市老年基金会主办，并由百联集团有限公司、光明食品（集团）有限公司、上海新世界股份有限公司、上海徐家汇商城（集团）有限公司等爱心企业共同发起。

我会获中商联“诚信建设优秀组织者”荣誉称号

2019年12月15日，由中国商业联合会、商业信用中心共同主办的“2019年全国商业信用大会”在北京召开。中国商业联合会会长姜明在致辞指出，大力推动商业诚信建设是行业自主办会的重要抓手，也是贯彻落实以信用监管为基础的新型监管机制的内在需要。大会为获得信



用建设优秀组织者、A级信用企业及企业家等颁发荣誉证书。我会获中商联“诚信建设优秀组织者”荣誉称号，我会组织推荐的上海淮海集团置业发展有限公司等7家单位获3A级企业信用等级证书、上海绿捷实业发展有限公司获“诚信建设突出贡献单位”荣誉称号、上海紫苏文化传媒有限公司刘莉莉等3位获“优秀诚信企业家”称号。大会还举行了《商业服务业诚信自律公约》宣读签署仪式。

我会召开秘书长年度工作例会

2019年12月24日，我会召开2019年度秘书长工作例会，各区商联会、行业协会会长、秘书长、支部书记等近70人参加，市商联会蔡鸿生会长主持会议。赵皎黎副会长兼秘书长通报了市商联会《2019年工作总结》、《2020年工作计划》和《2019年财务收支报告》；党委书记、副会长倪正宇通报了党委工作；常务副会长吴星宝就2020年重点工作项目进行了介绍。与会代表就市商联会工作踊跃进行了讨论。静安区、浦东新区等商联会，日用品、食品、连锁、购物中心、电子商务、数字印刷等行业协会代表纷纷表示，市商联会站在全市商业发展的高度，做了大量富有成效的工作，取得了有目共睹的成绩。新的一年工作项目多、任务重，大家都表达了积极参与市商联会工作的意愿，共同做好上海商业发展工作。



蔡鸿生会长与会表示，2019年市商联会围绕中心工作和市委市政府、老百姓关心的项目，提升功能、市区行业联动、服务企业，得到了与会单位的支持和参与，取得了工作范围、工作效果、会员规模等三方面的突破。在2020年要继续不断探索，做好政府要求、会员希望、自己想做和有能力做的工作，同时欢迎大家积极参与市商联会各项活动，更好地服务会员、联系政府、关注民生、提升能力、有所突破。

本次会议在市豆制品协会副会长单位——浙江安吉祖名豆制品食品有限公司召开。会议期间，与会代表参观了祖名公司现代化生产车间、企业文化展示馆等，祖名公司董事长蔡祖明介绍了企业发展情况。祖名公司是集研发、生产、销售于一体的全国大型豆制品生产企业，主要生产鲜豆制品、植物蛋白饮品和休闲豆制品等400多款单品，

是浙江省农业龙头企业、浙江省科技农业龙头企业、全国农产品加工示范企业和农业产业化国家重点龙头企业。

(通讯员 王晨)



我会召开第五届第五次会长会议

1月10日在副会长单位上海陆景置业有限公司召开。会议由蔡鸿生会长主持。赵皎黎副会长兼秘书长通报了市商联会《2019年工作总结》、《2020年工作计划》和《2019年财务收支报告》；党委书记、副会长倪正宇通报了党委工作；常务副会长吴星宝就2020年重点工作项目进行了介绍。与会人员对市商联会工作提出了看法与建议：李尉副会长认为，市商联会工作与“上海购物”、“上海服务”密切相关，覆盖面愈加广泛、工作更加接地气，特别是去年专委会的成立加速了生活性服务业工作的落地；吴仲庆副会长认为，市商联会工作紧密围绕市场热点，对本市商贸服务业发展起到了积极推动作用，建议能关注“夜间经济”“小店经济”等方面的案例和经验，加强新模式、新业态的研究；蒋智敏副会长认为，市商联会工作站得高、看得远，对各区和相关商协会工作有指导性，建议加强人才要素集聚力度，建立职业经理人等人才库，为商贸服务业发展发挥应有作用；张丽丽副会长认为，市商联会新一年的工作跨领域多、工作量大、社会影响大，体现了枢纽型社会组织的广度，建议继续加强工作的深度，在树立品牌、吸引人才、提出建议等方面积极思考；戴佩华副会长认为，市商联会工作有一定高度，特别是去年参与主办的“微视频大赛”对宣传上海“四大”品牌具有十分积极的意义；吴梦秋副会长认为，市商联会工作紧扣中央和本市扶贫工作从去年的“百县百品”到今年的“优县良品”都关注了社会民生、体现了社会责任；王慧副会长认为，市商联会去年成立了国际商务合作平台，体现了商联会的国际化视野，作为平台参与方，今年将重点推进2020迪拜世博会中国企业联合馆项目，服务相关单位走出去的需要。蔡鸿生会长与会表示，市商联会工作离不开广大会员的大力支持和积极参与。2019年，市商联会工作有目共睹，发挥功能、提升赋能、扩大动能，取得了长足的进步和发展。2020

年市商联会工作，项目多、任务重，需要根据轻重缓急区别对待，并作进一步梳理、调整和优化。

会议期间，与会人员参观了上海陆景置业有限公司的博荟广场项目，陆景置业有限公司董事长吴少聪就项目有关情况进行了介绍。

(通讯员 王晨)

我会沉香专业委员会举行迎春座谈会暨沉香检测机构揭牌仪式

1月8日举行。上海市质量监督检验技术研究院、上海市中医药大学中药研究所、广西沉香种植基地等代表应邀参加。沉香专委会主任周伟珠与会了通报了2019年工作回顾与2020年工作思路。2019年上海沉香跨境交易平台经过反复调试进入实践试用阶段。首次有境外2.7吨沉香原料进入平台交易，来自广东、广西、云南以及越南、新加坡等地客商纷纷来沪要求合作。展望2020年，平台试运营将进一步完善、提升、拓展。沉香专委会各项工作将立足服务于会员企业，同时也要服务于社会工作。会上，市商联会与市质量监督检验技术研究院、市中医药大学中药研究所进行了沉香检测联合实验室签约和揭牌仪式。签约和揭牌仪式由市商联会副会长兼秘书长赵皎黎主持。市质量监督检验技术研究院院长季飞与会介绍了质检院检测标准与工作特色、谷鸣教授介绍了目前全国沉香的现状与发展趋势；市中医药大学中药研究所所长王峥涛与会介绍了中医药研究项目与任务、杨莉博士介绍了沉香商用等级国际研究立项情况。标准市商联会还与广西仙草生态林业公司签署了意向协议书。市商联会蔡鸿生会长与会表示，沉香专委会经过几年发展取



得一定成果，依靠技术和检测手段把沉香市场不断规范化、标准化，加速扩大影响力，努力推动沉香市场发展。作为沉香专委会要不忘初心、不变初衷，要带动整个行业规范经营，使更多的企业参与和认可，共享信息、共同呵护市场，最终实现共赢。希望整个行业内涌现出更多企业，一起参与打造沉香等级国际标准，抓好互联网平台建设，发挥好沉香检测联合实验室的作用，努力使沉香经营从上海出发，辐射国内外。市商联会常务副会长吴星宝与会提出，要把沉香变为消费者重要的高端商品，研究需求，挖

商联短波

掘需求，升级沉香的收藏价值，并把沉香作为伴手礼开放产品，抢占进博会与世博会领地。（沉香专业委员会）



我会健康养生专业委员会召开 2020 年工作会议

1月8日举行。会议总结了2019年工作并提出了2020年工作任务。2019年的工作：一是走访会员企业，了解会员的诉求，帮助解决经营管理上遇到的问题；二是参与交流互动，为会员企业发展助力；三是开展社会公益活动，传播健康养生知识，为企业和社区老人提供免费服务；四是办好专委会的刊物，宣传行业正能量；五是组织学习考察，扩大会员企业视野。2020年的工作：一是继续开展社会公益活动，免费为企业、社区提供健康养生的讲座和健康养生的咨询和义诊；二是尽心尽力为会员企业提供服务，协助解决经营上遇到的困难和问题；三是做好技术培训工作，充分利用市商联会培训教育优势，分期分批对从事中医理疗、保健按摩的员工开展技术培训，对考试合格的由国家权威部门颁发职业技能资格证书；四是制定健康服务业诚信企业服务规范。会议还表彰了一批为推进上海健康养生事业作出贡献的企业和企业家。

（健康养生专业委员会）

我会法制专业委员会召开迎春茶话会 1月16日举行。各成员单位联络员、志愿者代表20多人参加了会议。会议回顾了专委会2019年的工作，提出了2020年工作打算。在过去的2019年，一是做好服务工作，完成了2019年公平贸易专项资金申报审核任务和华交会法律顾问的服务工作；二是组织开展法律专业学习交流，帮助成员单位解决法务工作中遇到的问题；三是定期定时刊发《信息与交流》，做好新法的宣传解读。在新的一年里，一是扩大提供免费法律咨询服务的范围；二是巩固和拓展服务项目，逐步完成转型；三是坚持组织开展法务



学习交流研讨活动；四是继续做好为会员单位的服务工作；五是做好专委会自身建设工作。（法制专业委员会）

市商联会党委第三党建片区开展新年首场党建活动

1月7日举行。活动以“不忘初心，再作贡献”为主题，由上海医药商业行业协会党支部轮值牵头组织。大家实地参观了上药控股有限公司所属医药物流中心并听取了上药大型现代物流项目及其智能、高效的物流系统的情况介绍，上药控股目前已经实现销售总额超千亿元的目



标，其中现代物流发挥了核心竞争力的作用。大家表示，通过参观现代医药物流，有助于深化对“不忘初心、牢记使命”的认识和理解。市商联会党委书记倪正宇参加了主题活动，他表示，来到上药现代物流中心，感受了现代化的气息和管理水平，感悟到了企业党建必须与现代化的时代节奏相适应。他指出，行业协会的党建工作宗旨就是不忘初心，牢记使命。“不忘初心”就是紧紧依靠会员企业、服务会员企业。“牢记使命”就是聚沙成塔，争做贡献，发挥好党组织的战斗堡垒和党员的先锋模范作用。

（上海医药商业行业协会党支部）



上海市石材行业协会换届 2019年12月28日，上海石材行业协会召开六届一次会员代表大会。协会会员代表300余人参加。大会审议通过协会五届理事会工作报告、监事会工作报告、修改协会章程的说明、财务收支决算报告、换届改选工作报告等。大会还进行了协会五届理事会工作汇报及六届理事会新任会长、副会长的换届改选工作，上海明珠石材董事长应裕乔当选六届理事会会长，范林根聘为秘书长。（上海市石材行业协会）

凸显刊物宣传与服务于会员的功能

《上海商联》举办第七次通讯员工作例会

1月14日，上海市商业联合会召开《上海商联》第七次通讯员工作例会。《上海商联》编委会副主任张振丰参加会议。

《上海商联》编辑部刘古武主任通报了2019年发行工作情况：一是不断打造自身特色。注重打造特色栏目，宣传报道突出重点。如“商联



视窗”“商联党建”“商联短波”“专家谷”“观象台”“政策解读”等专栏，全年重点宣传报道了纪念新中国上海商业70周年、第二届进博会、第13届上海购物节、上海商业创优争先活动等重大活动；坚持以原创为主，在形式上力求文风务实、联系实际，短小精干，最大限度地利用好有限的版面；深入基层，重视一线报道。通过“会员传真”“会员之家”“老字号”“人物志”“寻找工匠”“人物专访”等，报道会员企业和班组、个人事迹；注重知识性、可读性。如辟有“商联文化”“新语林”“聚焦大健康”“商品微信”等专栏。体会是通过固定栏目的设置形成刊物的连续性、系列性，有利于增强特色与个性化：应坚持传播正能量，凸显主旋律，内容又要接地气，有利于增强影响力、可读性，扩大受众面；作为一个团体组织或企业单位所搭建的宣传平台，必须从自身的需要、条件和实际情况出发，不流于形式，不盲目跟风。二是充分发挥宣传与服务会员的功能。编辑部坚持开门办刊，通过参加系统内各种相关活动、会议、走访、调研等，同时通过通讯员、会员单位提供的稿件，挖掘与丰富稿源。其中刊物通过“会员传真”“会员之家”“老字号”“人物志”全年共刊登了129篇会员单位的文稿，宣传报道上海商业行业先进人物62位。三是加强刊物规范化管理。《上海商联》坚持按期按时出版，全年共发行6期、1期增刊以及合订本，总印数为6250册，刊物每期的页数、印量、发行日期等继续保持了发行工作的稳定性与规范性，这也是

市新闻出版局对连续性内刊发行的基本要求：在发行纸质刊物的同时，充分利用电子版、微信群的传播优势助力刊物宣传功能。四是注重刊物通讯员队伍建设。对于通讯员队伍实行动态调整；增强系统内信息交流；实行一年2次的工作例会制度；利用市商联会平台组

织参与相关活动。2020年《上海商联》发行工作的设想：一是完善刊物编委会建制。以利于更好地指导刊物的发行工作；二是进一步凸显刊物宣传上海商贸服务业的功能与服务于会员的功能。刊物将根据市商联会年度工作计划工作具体跟进、及时报道；三是继续在提升刊物质量上下功夫。刊物将新设“刊中刊”栏目，旨在为会员单位进行形象宣传，提供个性化服务。同时继续刊载封面人物，宣传会员企业；四是充分发挥通讯员队伍作用，增强系统内信息交流。继续发挥微信群作用，及时沟通情况。随着信息化的发展，作为纸质刊物面临挑战，但就目前而言，纸质刊物仍有其不可取代的作用，无论是传播、阅读、保存等方面都其显著的特点，关键在于刊物自身的质量，包括服务的质量。因此，必须努力顺应形势发展，不断完善提高。

会议表彰了2019年《上海商联》优秀通讯员，分别为：静安区商业联合会秘书长李尚华、日用品行业协会秘书长孙来娣。

与会通讯员进行了交流发言。大家表示，《上海商联》坚持宣传、服务的宗旨，为会员单位搭建了学习交流的平台，内容贴近会员单位，显现出亲切感和凝聚力；刊物注重弘扬主旋律，针对性和指导性强，起到了助推器的作用；大家希望多提供集中交流的机会，活动的形式多样化，包括组织参观考察等；建议开展系统内各有关单位刊物学习交流、经验介绍等。

(吴健/文)

商家抱团南京路 助推升级步行街

适逢南京路步行街开街20周年庆典,又遇南京路步行街东拓延伸的启动之年,站立在新的历史起点上,“中华商业第一街”将如何抢抓机遇、创新转型,谋求新一轮发展?



2019年12月30日,上海市商业联合会南京路步行街企业联合会揭牌成立。由上海百联集团股份有限公司、上海新世界(集团)有限公司、上海新世界股份有限公司、上海百联百货经营有限公司上海市第一百货商店、上海世茂国际广场有限责任公司等41家南京路步行街商业企业集结一堂,成



为首批会员。上海市商务委员会副主任刘敏、黄浦区副区长杨东升、上海市商业联合会会长蔡鸿生等出席成立大会。会议由上海市商业联合会副会长兼秘书长赵皎黎主持。

蔡鸿生会长宣读了《关于同意成立上海市商业联合会南京路步行街企业联合会的批复》,要求南京路步行街企业联合会成立后要严格按照上海市商业联合会章程和企业联合会工作条例规范运作,紧密联合南京路步行街上的商业企业,探索街区运营管理新模式,推动商业创新转型。



刘敏副主任、杨东升副区长共同为南京路步行街企业联合会揭牌。



刘敏副主任指出,南京路步行街企业联合会成立后,一要紧紧围绕打响“上海购物”品牌和打造国际消费城市,聚焦首发经济、夜间经济、品牌经济、免税业经济、平台经济发力。把市委、市政府提升南京路步行街的要求落到实处,充分发挥好桥梁和纽带作用。二要进



一步提升治理能力,加快治理体系建设。积极参与“南京路步行街综合管理办法”的修订,尤其是把自治的理念和举措写到规章中去,充分发挥商家在市场配置资源的决定性作用,助力政府搭建更好的营商环境。三要加大与国内外交流。特别是要与国内外商业街区的行业组织建立合作交流机制,取长补短,促进南京路步行街新一轮的发展。

杨东升副区长表示,南京路步行街新一轮的改造升级,是黄浦区对接国家和上海战略,落实全力打响“上海



购物”品牌、建设国际消费城市的重要抓手;是南京路自身转型发展的必然选择。南京路步行街企业联合会正式成立,标志着南京路步行街的商业企业将更紧密地团结在一起,共同肩负起南京路步行街改造提升这一光荣而又艰巨的使命。

企业联合会工作的重点:一要加强沿街企业核心合力,发挥桥梁纽带作用。建立经常性联系和活动的机制,使企业联合会成为南京路步行街商业企业的大家庭;充分发挥党建引领作用,通过将商业企业党建文化融入到商圈文化之中,积极为商圈繁荣激发动力,助力商圈持续高质量发展。二要扩大合作领域,发挥助推发展作用。在商业创新转型、开展整体营销活动以及其他新领域加强合作,不断推动重点项目改造,不断推进南京路

相约南京路步行街

步行街商业转型、提质、升级；要从南京路步行街整体发展多出谋划策，不断吸引国内外知名品牌入驻，持续丰富步行街业态，优化商圈业态布局；要围绕共同的主题开展形式多样、各具特色的营销文化活动，让商业企业文化融会到整条街的底蕴中去；要结合商业项目以及公共设施改造，不断优化商业企业配套服务，增加沿线打包托运点，扩大离境退税商店数量，推进智慧商圈建设，完善综合数据分析平台，提升南京路步行街整体服务水平和服务质量。三要提升联合会服务水平，发挥自治作用。以为企业服务、为政府服务、为社会服务的宗旨，按照“公正、公平、协商、服务”的原则，积极开展各项工作，加强管理，提升商圈整体运营水平。

南京路步行街企业联合会旨在以南京路步行街改造提升为契机，围绕全力打响“上海购物”品牌、建设上海国际消费城市示范区的总目标，通过紧密联合南京路步行街沿线的市属、区属和社会商业企业，构建沟通、交流、合作的平台，不断推动商业创新转型，促进整体营销活动有序开展，探索街市运作管理新模式，努力为会员单位服务，推动南京路步行街新一轮的调整和发展。企业联合会将会为南京路步行街带来哪些新变化？

南京路步行街企业联合会会长、上海新世界(集团)有限公司总裁陈湧表示，我们深知这份信任所代表的责任和期许，未来将在市商务委和黄浦区委、区政府



合作，认真扎实地做好企业联合会的各项工作，不断提升南京路步行街的商业价值和商业品质。

南京路步行街企业联合会作为政府与企业之间的桥梁，服务是联系会员企业的纽带。企业联合会将定期听取各位会员的意见和建议，把大家的痛点、堵点、难点，作为工作的重点，要搭建好会员交流平台，定期组织开展活动、发布信息，促进会员企业间的沟通交流；要搭建好政企沟通平台，及时反映会员诉求，开展政策宣讲；要建立和完善由商家共同参与的街区服务体系，为南京路步行街创造更好的营商环境。



商业街运营的核心是提升街区的商业价值和商业品质。企业联合会将对标国际一流商业街区运营经验，通过机制创新，以街区共同利益为出发点，充分调动市场主体的积极性，充分整合街区内外各种资源，为商业赋能、为文化塑魂、为服务提质、为营销发声，推动南京路步行街转型提升。一是提升街区商业功能。配合政府修订《上海市南京路步行街综合管理办法》，编制南京路步行街沿街商铺业态导则，通过搭建整体招商平台，推动建立街区品牌和业态的引导

与管控机制，提升南京路步行街商业业态品质。二是营造街区商业氛围。结合重要节庆、换季上新，定期组织商家开展街区整体营销活动，打造与南京路步行街街区特质相符的专属购物季；以“一点一主体一特色”为经营理念，推动外摆试点，并建立相关评估机制，提升街区商业氛围。三是塑造街区文化气质。以世纪广场为核心，结合金带、建筑物阳台等公共空间，通过强化商业互动、文化联动，打造新品首秀、首发地与网红打卡地。四是提升街区服务能级。通过商家公约形式，落实商品质量主体责任，提升服务质量，进一步加强商业诚信体

系建设，树立商业服务标杆。以世纪广场为点，信息服务亭为线，由点到线及面，完善公共服务内容，全面提升消费便捷度。五是完善街区智能运用。以5G建设为契机，优化数据、信息服务，提升街区智慧体验

度，树立智慧服务标杆。六是开展街区营销推广。打造街区IP文化，与全球知名品牌和活动进行跨界合作，扩大街区影响力。借助官网、公众号、抖音等新媒体渠道，发布街区品牌、活动的最新动态，全面提升南京路步行街媒体曝光率和社会关注度。

南京路步行街的东拓延伸，更为南京路步行街增添了一段助力跑道，预示着南京路步行街将迎来新一轮的飞跃，南京路步行街企业联合会必将以此为契机，凝心聚力，共创更辉煌的明天！

上海新世界(集团)有限公司



九江路619号22楼

集商、旅、文为一体
拥有众多上海名特企业、中华老字号
和国内著名商标的现代企业集团

上海新世界股份有限公司



新世界城

南京西路2-68号

十里南京路 一个新世界

上海新世界旅游纪念品有限公司



南京东路558号

用心创意 再铸辉煌

上海新世界大丸百货



黄浦区南京东路228号

打造高端精品百货标杆
引领时尚品质生活地标

上海杏花楼(集团)股份有限公司

燕云楼酒楼



总店: 广西北路288号8-9楼

分店: 云南南路100号

欲尝烤鸭香 沪上燕云楼
经典的传承 历史的记忆

上海杏花楼(集团)股份有限公司

SUNYA
新雅粤菜馆

百年传承·匠心专注
1926

南京东路719号

百年传承 匠心专注



老凤祥股份有限公司

南京西路190号

上海老凤祥首饰银楼有限公司

南京东路518-522号

上海老凤祥银楼有限公司(总店)

南京东路432号

上海老凤祥银楼有限公司

南京东路分号

南京东路572号

上海老凤祥银楼有限公司西号

南京东路754号

百年老凤祥
经典新时尚

上海邵万生商贸有限公司

邵萬生

北京西路165号

传承 创新 和谐 经典

上海南京路步行街投资发展有限公司



南京东路233号

服务南京路
体验南京路
宣传南京路



永安百货有限公司

南京东路635号

传承百年历史 铸就经典永安

上海市商
南京路步行街
会员

上海华联商厦有限公司



南京东路340-372号

全方位向每一位顾客
提供放心、称心、舒心服务

上海第一食品连锁发展有限公司



第一食品

南京东路720号

好在第一感觉

上海世茂国际广场有限责任公司



世茂广场

SHIMAO FESTIVAL CITY

南京东路819号

魔都潮流枢纽

上海置地广场商厦有限公司

上海置地广场商厦
SHANGHAI LANDMARK DEPARTMENT STORE

南京东路409-459号

演绎生活新姿彩



MAJESTY PLAZA
上海南新雅大酒店
Shanghai China

九江路700号 / 南京东路719号

在商务、旅游、度假、会务、喜庆活动中
尽享高雅、温馨、美轮美奂的超值服务

上海沈大成餐饮速食有限公司



南京东路636号

百年老店沈大成

上海清真洪长兴餐饮食品有限公司



Since 1891

南京东路店: 广西北路288号10楼

云南南路店: 云南南路1号

发展清真食品 振兴民族经济

上海三阳南货店有限公司



南京东路630号

老南货 新三阳

相约南京路步行街

上海百联集团股份有限公司



六合路58号新一百大厦13楼

国内一流
大型综合性商业股份制上市公司
经营网点遍布全国

上海百联百货经营有限公司
上海市第一百货商店



南京东路800-830号

世界很小 一百很大

上海百联百货经营有限公司



上海时装商店
SHANGHAI FASHION STORE

南京东路690号

走进时装 走进时尚

上海杏花楼(集团)股份有限公司



西藏中路200号

传承经典 融入时尚

上海邵万生食品有限公司



南京东路414号

春意盎然上银蚶 夏日炎炎食泥螺
秋风萧瑟出醉蟹 冬云漫天品糟鸡

上海市泰康食品有限公司



金陵东路555号3楼

传承 创新

上海市泰康食品有限公司
真老大房食品分公司



南京东路536号

始创于1842年 中华老字号
鲜肉月饼青团熏鱼熏蛋闻名遐迩

上海市泰康食品有限公司
泰康分公司

申泰康

南京东路766号

诞生于1914年
有些味道永远不会改变

上海得强实业有限公司



六合路158号5楼

得信义 强天下

上海得强实业有限公司
金波烟酒商行



南京东路496号

以诚信经营爱心服务为理念
以优质服务赢得消费者

上海得强实业有限公司
南京东路分店



南京东路752号

以得强实业三大世界驰名洋酒代理商为依托
各酒类经销引领消费市场

上海中央商场投资有限公司



外滩·中央

南京东路123号

商旅文生活秀

上海三联(集团)有限公司



南京东路463-477号

旗下拥有五大老字号品牌
占据专业零售行业品牌优势

宝大祥青少年儿童购物(集团)
股份有限公司



南京东路685号

宝宝长大吉祥

上海旅游品商厦



南京东路558号

买得放心 用得放心

上海蔡同德堂药号有限公司



CAI TONG DE TANG

南京东路450号

蔡同德堂 健康之源

上海宏伊置业有限公司



宏伊国际广场
HONGYI PLAZA

九江路288号 宏伊国际广场31楼

宏伊集团 以人为本 创造卓越

上海华庆房地产管理有限公司



西藏中路268号

上海来福士摩登之城
位于沪上黄金腹地
凯德集团来福士品牌在华首个项目

集荟商业管理(上海)有限公司



南京东路353号

妙趣横生的购物娱乐集结地

业联合会
商企业联合会
之家

南京路步行街：现代商业的经典与辉煌

原上海市商业委员会主任 张广生

上海南京路素以“十里洋场，车水马龙”而闻名于世，被誉为“中华商业第一街”。上世纪90年代，随着上海商业与国际化接轨，连锁超市等多种业态迅猛发展，新建商业设施深入社区街道，各具特色的商业街、商业中心竞相出现，南京路引领中国零售业的历史地位开始受到冲击，因此，南京路必须要立足创新，寻找新的出路。在市委、市政府领导的支持下，市商委和黄浦区政府决心加大南京东路商业改革发展的力度，并创建南京路步行街。

1998年9月28日，黄浦区区委、区政府就建设南京路步行街方案向市委、市政府领导作了汇报。市委、市政府正式决定：在1999年10月1日前建成南



京路步行街，并要求在1999年3月15日前完成准备工作并正式施工，同时还把南京路步行街建设项目列为1999年上海市重大工程之一。

南京路步行街规划东起外滩，西至

黄河路，全长1870米。计划分两期实施，第一期工程规划从河南路到西藏路，全长1033米，全路段涉及商业企业130多家，营业面积22.44万平方米，商业员工1.5万人。建设南京路步行街是一项综合性系统工程，涉及打通南京路两侧的九江路、天津路作为替代交通干道，调整四条公交线路，涉及南京路步行街的路面景观、绿化和地下市政设施建设，还涉及商业经营结构的调整。考虑到步行街较长，中间留有7米宽的车行道路，供特种车和观光专用游览车通行。我曾建议建立一支黄包车队，有上海特色，又能安排就业，还会起到特色服务作用，形成怀旧老上海的风景区。但被大家否决了，最后采纳了现行的电动观光游览车方案。步行街还规划在浙江路到福建路中间设“时代广场绿地，地下设有停车库”，地面装超大电子显示屏，以形成繁华南京路的公共活动空间。

步行街工程的市政建设部分由黄浦区政府负责，商业结构调整由市商委负责，并由市商委副主任凌孔山、蔡鸿生和黄浦区副区长陈超贤、庄慧帼四位负责市、区之间的联络、协调、组织落实等具体工作。为保证南京路步行街的建设，1999年3月，南京路步行街所有的企业都签订了“经营结构调整责任书”，形成了全新的商业、旅游、休闲、服务、娱乐、餐饮、品牌专卖、特色经营概念。当时新闻界对宝大祥开设服装批发市场的问题十分感兴趣，对此我的态度十分明确：商业中心区不适合搞批发市场，如果宝大祥搞服装批发市场，南京路就成了小商小贩的乐园，南京路就会丧失已有的历史地位。黄浦



区商委在这次会后，关闭了宝大祥的服装批发市场，调整为青少年专业用品商厦。经过结构调整，南京路步行街形成了市百一店、华联商厦、新世界城三足鼎立；东海商都、中联商厦、老介福商厦、先施商厦、宝大祥商厦、三联商厦、恒源祥商厦、置地广场、食品一店、时装商店、医药一店、华侨商店、蔡同德堂药店等19幢专业商厦各显神通；老凤祥银楼、亨得利钟表、亨达利钟表、茂昌眼镜、张小泉剪刀、王开照相、新雅粤菜、邵万生食品、泰康食品、老大方食品、三阳南货、朵云轩字画、培罗蒙西服、吴良材眼镜、沈大成点心、恒源祥绒线等20家名特商店各具特色的格局。调整后的南京路步行街营业面积由34.47万平方米增加到39.31万平方米，商业布局合理、经营特色鲜明，集购物、旅游、商务、展示、文化五大功能于一体。增加了服务功能，商品经营面积比重由71.44%下降到58.59%，综合百货占据半壁江山的面貌得到彻底改观。市百一店、华联商厦、新世界城三大百货实行错位经营，减少商品雷同。市百一店西楼商品定位中档、其东楼定位高档；新世界城定位中档偏高；华联商厦则进一步突出“穿在华联”，实施品牌经营战略。其他12家百货商店向专业商厦发展，如宝大祥商厦、华侨商店分别

相约南京路步行街

调整为儿童用品世界、居室用品商厦；先施商厦调整为女士用品商厦；协大祥商厦调整为男士用品商厦。娱乐休闲业调整后共开辟了40多个娱乐场所，营业面积上升11.5倍。在步行街每隔一定距离，设立售货亭、摄影亭及休闲茶座，景地休闲广场定时举办各类游艺活动。并利用与南京路步行街相交的西藏路、浙江路、河南路三条商业街，分别开发为科技娱乐圈、文化娱乐圈、休闲娱乐圈。为配合旅游观光功能开发，餐饮业经营品种继续调整，以完善菜肴帮别为中心，中式小吃、西式快餐、大众餐饮齐聚，形成中西菜系荟萃、各种小吃必备、高中低档俱全的格局，使步行街成为人们享受美食的最佳场所。各百货大楼、专业商厦以及名特商店强化商品展示功能，分别设立博览厅、举办国外名品展等。步行街还举办街道巡游、广场表演，建立南京路商业街发展史纪念馆等，发挥引导消费潮流、展示海派文化的作用。南京路步行街调整后，南京路步行街餐饮、娱乐、服务业、特色商业增加最多，符合观光旅游发展、满足外地游客需要的定位。



随着南京路步行街工程日益接近尾声，社会各界开始关注步行街的名称。有人建议叫“中华第一街”，也有人提议叫“中华商业第一街”，还有人说应叫“天下第一街”等等，争论不休。后来，江泽民总书记亲笔题字：南京路步行街。至此步行街的名称一锤定音。

黄浦区政府在步行街的两端各竖了一块“南京路步行街”石碑，碑旁还各有一组人物雕塑。现在，每天都有成千上万的游客在“南京路步行街”石碑和雕塑小品前拍照留念。

1999年9月27日，南京路步行街的商业结构调整和路面施工建设、景观绿化、售货亭台、观光游览车、时代广场等项目全面按计划完成，10月1日国庆节正式向市民开放。在节假日期间，各企业组织的“巡游活动”，显现了步行街联动促销功能。南京路步行街活了，平均每天接待游客80万人，商业企业受益颇多；步行街给南京路注入了新鲜活力，使南京路继续成为引领全国零售商业的龙头老大。

南京路一期工程的建设是成功的，达到了出形象、出功能、出效益的目的。改造后的南京路，平均日客流量保持在40万人到50万人，节假日客流量可达80万人到100万人。照此计算，南京路每年可接纳1.5亿人次的消费者，人流量堪称世界第一。南京路能接纳高、中、低档多层次的消费者，满足他们在吃、穿、用、娱、游等方面的多种需求。南京路的购买力资源之丰厚、市场潜力之大是其他商业街所难以比拟的。南京路步行街一期工程由于商业结构调整、商业环境改善，路面、墙体、灯光、绿化以及橱窗、广告都给人以更大的遐想空间，形成了新的大都市景观。

人们不禁要问，南京路长盛不衰的秘密是什么？其经久不衰的秘密就在于不断地进行形态创新、业态创新、结构创新、商品创新、服务创新。在知识经济时代，由于市场变化较大，产品更新换代也快，因此人们对南京路的期望值越来越高。南京路步行街受到了国内外的瞩目，得到了人



们的赞扬，同时也应看到步行街并没有完全达到人们预期的目标，南京路上的人流量虽然很大，但人均消费额并不高；企业虽然作了很大努力，但消费者并没有常去常新的感觉。步行街的停车问题也很突出，如果没有停车场，再好的品牌也找不到买主。我有时去南京路购物，车停不下来，只好放弃，觉得到其他购物中心更方便。因此，市场环境不断地发生变化，企业必须适应顾客的需求，不断调整经营结构，不断创新，才能永葆青春活力。与此同时，还应学习国外的经验，开发南京路周边的支马路，使步行街由目前的条状结构，转向鱼骨状或网状结构。

现在，南京路步行街的二期开发已迈开步伐，步行街的商业将继续向东延伸，与外滩商圈融合，促成了新一轮较大的产业能级调整。同时，南京路步行街的西面，还有上海历史博物馆、大光明电影院、国际饭店、和平饭店、金门饭店等众多声名显赫的历史优秀建筑都在这条街上，还有那么多历史悠久的专卖店、品牌店，仅凭这些资产，再加上不断创新，十里长街一定会长盛不衰。人们完全有理由相信：南京路不断创新，会把这座城市的繁华凝聚成现代商业的经典与辉煌。

2019上海商业行业杰出人物

- 丁海东 上海市崇明区供销合作总社 主任
- 马 莉 瀚立商业管理（上海）有限公司 CEO
- 邓伟华 上海花嫁丽舍婚庆股份有限公司 董事长
- 吕 昕 上海荷裕冷冻食品有限公司 总裁
- 朱 江 上海烟草集团崇明烟草糖酒有限公司
副总经理
- 朱富飞 新户家（上海）网络科技股份有限公司
董事长
- 庄春强 上海铮沈实业（集团）有限公司 董事长
- 李 尉 上海悦管家网络科技有限公司 董事长
- 张 杰 上海丽农农业科技有限公司 董事长
- 张西强 上海太太乐食品有限公司 CEO
- 张洪良 上海随易网络有限公司（食行生鲜）
董事长
- 张曙华 上海中信信息发展股份有限公司 董事长
- 郑玉叶 北京易盟天地信息技术股份有限公司
上海分公司华东区 总经理
- 胡志勇 上海通盈鞋业有限公司 总经理
- 胡展龙 上海莱特数码图文有限公司 总经理
- 钱国良 上海江杨水产品批发市场经营管理有限公司
总经理、副书记
- 徐海斌 上海哈芙琳服装科技有限公司 总经理
- 黄 震 上海豫园珠宝时尚集团有限公司 董事长
- 黄建义 上海兵兵响农副产品配送股份有限公司
董事长
- 章 懿 上海新丸商业运营有限公司 总经理
- 韩 文 上海珍鼎餐饮服务有限公司 董事长
- 韩 置 太古地产有限公司上海代表处业务 董事

2019上海商业服务品牌柜组

- 上海百联百货经营有限公司上海时装商店波司登羽绒
- 上海百联百货经营有限公司上海时装商店蔓楼兰
- 上药医疗器械（上海）有限公司SPD服务团队
- 上海雷允上药业西区有限公司雷允上药城分公司公司
雷允上中医馆
- 上海上药神象健康药业有限公司上海第一食品杨浦店
神象专柜
- 上海宝山高境第一食品商店有限公司展示柜组
- 上海巨鹿副食品市场经营管理有限公司食安班组
- 上海烟草集团虹口烟草糖酒有限公司营销部
综合管理柜组
- 上海烟草集团嘉定烟草糖酒有限公司海烟烟行
龙江直营001店班组
- 上海酒店设备股份有限公司上海酒总易快得客户体验中心
运营管理班组
- 上海市崇明区供销合作总社崇明华联超市东门店
- 上海毅朗商业有限公司（上海佛罗伦萨小镇）
上海佛罗伦萨小镇客服台
- 迅销（中国）商贸有限公司优衣库上海新梅联合广场店
- 上海金汇商业广场有限公司服务总台
- 上海南汇浦东商场有限公司服务总台
- 上海烟草集团杨浦烟草糖酒有限公司鹏程店
- 上海白玉兰宾馆有限公司白玉兰宾馆前厅班组
- 上海烟草集团卢湾烟草糖酒有限公司长春食品商店
时令柜
- 上海光明村实业有限公司光明村大酒家服务组
- 上海老凤祥银楼精品总汇金匠工作室
- 上海新丸商业运营有限公司大丸百货收银组
- 上海老饭店罗玉麟技师工作室

业联合会群英谱

Window

商联
视窗

2019上海商业服务品牌个人

上海古今内衣集团有限公司文峰广场
上海红房子西菜馆淮海店三楼服务组
上海奇美鞋业有限公司淮海路旗舰店
上海大富贵酒楼有限公司大富贵酒楼总店
和丰美食楼收银组
上海全国土特产食品有限公司淮海商场酱菜柜
上海老凤祥银楼总店库房管理柜组
上海国泰拍卖行有限责任公司业务部
上海书城长宁店教辅班组
上海汇金百货虹桥有限公司三楼柜组
上海苏宁易购销售有限公司曲阳路店
上海苏宁易购销售有限公司四川北路店
上海东华美钻股份有限公司百联南郊专柜
上海长江口商城股份有限公司黄金广场黄金广场
思加图专柜
中石化上海石油闵贤分公司江海加油站
中石化上海石油物流中心杨浦油库徐文辉班组
中石化上海石油商业经营中心经营管理部
中石化上海石油零售分公司第三加油站
中石化上海石油松金分公司方东加油站
上海西郊国际农产品交易有限公司肉类冻品部
上海市江桥批发市场经营管理有限公司检测站班组
上海蔓楼兰企业发展有限公司徐汇东方蔓楼兰专柜
上海老涑福电子科技有限公司
社区居家养老服务站
安徽省中国旅行社有限责任公司上海分公司

王 晴 上海上药神象健康药业有限公司
魏 俊 上海华氏大药房有限公司
桂戴红 上海华氏大药房有限公司南新分店
黄 芸 上海会德丰国际广场
朱 叶 上海江杨农产品市场经营管理有限公司
叶蓓蕾 上海宝山高境第一食品商店有限公司
顾 萍 上海信谊天一药业有限公司
徐哲超 上海烟草集团杨浦烟草糖酒有限公司
沈娇妍 上海烟草集团崇明烟草糖酒有限公司
卞晓萍 上海雷允上药业西区有限公司
雷允上药城分公司
冯德昌 上海新镇江酒家经营总公司
游玉敏 上海豫园南翔馒头店有限公司
胡秀靖 中石化上海石油松金分公司
康 华 中石化上海石油零售分公司
薄惠芳 中石化上海石油嘉青分公司

2019上海商业技术能手

王洁华	中石化上海石油宝崇分公司
朱晓峰	中石化上海石油物流中心
刘同意	上海徽红农产品有限公司
李琳	上海捷强烟草糖酒（集团）连锁有限公司
李亚博	中石化上海石油浦东分公司
李新华	上海市江桥批发市场经营管理有限公司
肖家良	上海大富贵酒楼有限公司
吴昌晔	安利（中国）日用品有限公司
吴金凤	中石化上海石油闵贤分公司
吴建美	上海蔓楼兰企业发展有限公司
汪洋	上海烟草集团长宁烟草糖酒有限公司
沈崇远	中石化上海石油商业经营中心
张坚	上海德兴馆
张浩锋	上海第一食品连锁发展有限公司第一食品商店
陈敏	上海古今内衣集团有限公司
邵海生	上海烟草集团杨浦烟草糖酒有限公司
周遵友	上海玉绿健身服务有限公司
郑培佳	老凤祥有限公司
胡春峰	上海蓝芝副食品有限公司
钟尤奎	上海锦门饮食餐饮管理有限公司（川流不息）
施佳莺	上海蔡同德堂药号有限公司
耿悦	上海华氏大药房有限公司
顾健勇	中石化上海石油零售分公司
钱炳辉	上海华氏大药房大连路药房
唐晓峰	上药余天成（上海）医药有限公司
梁艳	上海天成典当行有限公司
焦义刚	上海龙凤中式服饰有限公司
谢忠良	上海老饭店
潘伟明	沧浪亭美食林
戴敏霞	上海张铁军翡翠股份有限公司

2019上海商业销售能手

王荣	上海太平洋百货不夜城店kako专柜
王芳	上海长江口商城股份有限公司黄金广场
邓韵	老凤祥豫园分号
冯志剑	上海华氏大药房有限公司（汝南）分店
毕晶	上海东华美钻股份有限公司
严永敏	上海万有全集团生鲜食品配送中心有限公司
严蕾蕾	上海捷强烟草糖酒集团配销有限公司
杜雅敏	上海老凤祥银楼总店
杨颖	上海药房连锁有限公司卢湾药房
何贵正	上海豫园珠宝时尚集团有限公司
应文红	上海古今内衣集团有限公司
陈彦	上海老凤祥银楼有限公司
陈妙卿	上海联洋商业旅游投资发展有限公司
陈洁	上海浦商百货有限公司现代店
周斌	和丰美食楼
周禄丹	上海张铁军翡翠股份有限公司
莫培琴	上海烟草集团静安烟草糖酒有限公司
倪佼	上海老凤祥首饰银楼有限公司丽水路分号
奚雷杰	上海捷强烟草糖酒（集团）连锁有限公司
韩颖	上海东华美钻股份有限公司
蔡丽娟	上海三大祥纺织品有限公司
樊洪强	上海万有全集团腌腊食品有限公司
濮玉婷	上海华氏大药房有限公司总店
瞿国亮	上海全泰服饰鞋业有限公司

2019上海商业优质服务集体

上药医疗器械（上海）有限公司
上海万有全生鲜超市有限公司上南八村店
上海万有全普育菜市场经营管理有限公司
上海万有全富萃餐饮管理有限公司大同中学部
上海上药神象健康药业有限公司电视购物团队
上海云湖医药连锁经营有限公司怡仁药店
上海历城宾馆有限公司
上海长江口商城股份有限公司黄金广场二楼
上海正章实业有限公司陈爱华技能大师工作室团队
上海东华美钻金饰广场有限公司
上海卡迈特国际旅行社有限公司
上海白玉兰宾馆有限公司
上海外高桥医药分销中心有限公司
上海老凤祥珠宝首饰有限公司文峰专柜
上海老凤祥珠宝首饰有限公司老凤祥银楼大宁分号
上海老香斋食品有限公司汇联店
上海百联百货经营有限公司上海时装商店
上海兵兵响农副产品配送股份有限公司
上海华氏大药房有限公司总店
上海舟渔明珠海洋食品有限公司
上海会德丰国际广场
上海红星美凯龙环球家居设计博览有限公司
上海君聪进出口有限公司
上海陆景置业有限公司
上海青浦百联东方商厦有限公司珂莱蒂尔专柜
上海松江第一食品商店有限公司
上海经正堂健康管理有限公司
上海荣庆堂实业发展有限公司包头路药店
上海南汇华泰药店连锁总店航头店
上海养和堂药业连锁经营有限公司机场店
上海益民酒店管理有限公司金辰大酒店工程保安部
上海益民酒店管理有限公司金辰大酒店餐饮部厨房
上海烟草集团闵行烟草糖酒有限公司金燕大厦餐饮班组
上海烟草集团闵行烟草糖酒有限公司营销部客户经理服务班组
上海烟草集团徐汇烟草糖酒有限公司罗香路店

上海烟草集团黄浦烟草糖酒有限公司中华烟行
上海烟草集团黄浦烟草糖酒有限公司营销部卷烟客户服务组
上海烟草集团崇明烟草糖酒有限公司凤卫路店
上海烟草集团静安烟草糖酒有限公司营销客户服务班组
上海捷强烟草糖酒（集团）连锁有限公司235分店
上海得一大药房连锁有限公司北虹药房
上海随易网络有限公司
上海绿叶农副产品市场经营管理有限公司淞兴店
上海景德镇艺术瓷器有限公司
上海富伊清真食品配送有限公司
上海雷允上北区药品零售有限公司四川店
上海雷允上西区药品零售有限公司陕西北路店
上海雷允上药品连锁经营有限公司平顺路连锁店
上海新世界大丸百货服务部
上海新锦华商业有限公司
上海群力草药店收费部
上海蔡同德堂药号有限公司中医门诊部
上海酷豆湾信息科技有限公司
上海德奕纺织品有限公司
上海豫园珠宝时尚集团有限公司老庙松江中山店
上海豫园珠宝时尚集团有限公司亚一品牌加盟事业部
上海翼杰酒店管理有限责任公司
中石化上海石油长兴一加油站
中石化上海石油朱泾加油站
中石化上海石油明海加油站
中石化上海石油南门油库
中石化上海石油南汇加油中心
中石化上海石油剑川路加油站
中石化上海石油商业经营中心储运部
中石化上海石油新劲加油站
老凤祥银楼丽水路分号
优衣库商贸有限公司上海紫荆广场店
优衣库商贸有限公司上海静安大融城店
国药控股大药房上海连锁有限公司
金桥国际商业广场服务台

2019上海商业优质服务个人

刁盛坤 上海捷强烟草糖酒（集团）连锁有限公司
马 军 上海万有全生鲜食品配送中心有限公司
王 瑾 上海张铁军翡翠股份有限公司
王苏芬 万有全集团富南商厦有限公司昌兰超市
王 凯 中石化上海石油松金分公司
王春婷 上海得一大药房连锁有限公司
支明飞 上海第一食品连锁发展有限公司第一食品商店
乐家华 上海烟草集团虹口烟草糖酒有限公司
包明霞 上海张铁军翡翠股份有限公司
朱芸芳 上海张铁军翡翠股份有限公司
朱松涛 上海老饭店
庄佳敏 上海第一食品杨浦销售有限公司
阮倚池 上海老凤祥银楼精品总汇
孙雪峰 上海青浦百联东方商厦有限公司
严 益 上海北翼国大药材医药有限公司
李东强 西藏那曲地区藏神生物科技有限公司上海分公司
李学娟 上海张铁军翡翠股份有限公司
李振芳 安利（中国）日用品有限公司
吴秋芳 上海青浦百联东方商厦有限公司
吴燕君 上海南汇华泰药店连锁总店周浦一店
邱 静 上海益民酒店管理有限公司金辰大酒店
余 东 上海荣庆堂实业发展有限公司
邹荣海 上海长江口商城股份有限公司黄金广场
汪清仪 上海会德丰国际广场
沈 琼 上海老凤祥银楼总店
张 勋 上海烟草集团闵行烟草糖酒有限公司
张 颖 上药医疗器械（上海）有限公司
张 静 上海蔓楼兰企业发展有限公司
张太忠 上海香之山足部保健有限公司
张有香 万有全集团富南商厦有限公司新凌超市

张 丽 上海开开制衣公司
张琳琳 上海烟草集团黄浦烟草糖酒有限公司
张 琦 上海绿叶农副产品市场经营管理有限公司
张雅丽 上海张铁军翡翠股份有限公司
陆 燕 上海古今内衣集团有限公司
陆祺中 上海黄浦豫园小额贷款股份有限公司
陈 红 上海老凤祥首饰研究所有限公司
陈 朋 上海伦伦酒店管理有限公司
陈芳芳 上海烟草集团黄浦烟草糖酒有限公司
陈征杰 上海新丸商业运营有限公司
陈思佳 上海豫园珠宝时尚集团有限公司
陈莲静 上海立丰食品有限公司
陈晓燕 中石化上海石油商业经营中心
陈 菊 中石化上海石油闵贤分公司
陈彩宝 中石化上海石油浦东分公司
陈霄霏 上海冠生园益民食品有限公司
郑楚勇 上海老凤祥首饰研究所有限公司
周 华 上海浦东张杨第一食品商店有限公司
郑 弦 上海酒总易快得客户体验中心
赵 璟 上药余天成（上海）医药有限公司
赵翠娣 上海老香斋食品有限公司
胡 红 上海雷允上药业西区有限公司
胡荣花 上海全国土特产食品有限公司淮海商场
施 红 上海烟草集团崇明烟草糖酒有限公司
施建萍 上海豫园珠宝时尚集团有限公司
施蓓莉 中石化上海石油零售分公司
徐正留 上海豫园旅游商城股份有限公司松云楼菜馆
高安萍 上海烟草集团徐汇烟草糖酒有限公司
郭 莉 中石化上海石油宝崇分公司
唐佳月 上海浦商百货有限公司现代店

业联合会群英谱

Window

商联
视窗

唐韵玮 上海浦商百货有限公司现代店
诸琳 上海捷强烟草糖酒集团配销有限公司
龚敏 上海养和堂药业连锁经营有限公司
盛文亮 上海雷允上药业西区药品零售有限公司
程璿 上海益民酒店管理有限公司金辰大酒店
程玮 上海静安粮油食品有限公司
谢小英 承缘商贸（上海）有限公司
褚周青 上海烟草集团闵行烟草糖酒有限公司
戴敏敏 上海老凤祥有限公司豫园分号
瞿明毅 上海张铁军翡翠股份有限公司
瞿德望 上海烟草集团长宁烟草糖酒有限公司

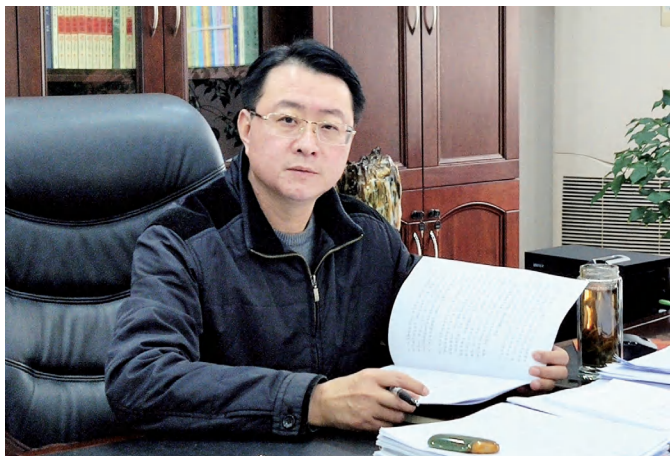
2017-2019年度协会优秀工作者

王兆文 上海糖烟酒茶商业行业协会
许允瑾 上海市浦东新区商业联合会
严家浩 上海医药商业行业协会
李青 上海黄金饰品行业协会
李尚华 上海市静安区商业联合会
李雪梅 上海市浦东新区商业联合会
邹建国 上海市糖制食品协会
张怡 上海石材行业协会
陆敏 上海纺织品商业行业协会
陈凤蔚 上海市糖制食品协会
陈建平 上海百货商业行业协会
周欢 上海黄金饰品行业协会
高俊雯 上海市静安区商业联合会
梅燕雯 上海医药商业行业协会

2017-2019年度协会先进集体

上海日用品行业协会
上海市汽车配件用品行业协会
上海市茶叶行业协会
上海市酿酒专业协会
上海市糖制食品协会
上海百货商业行业协会
上海医药商业行业协会
上海黄金饰品行业协会
上海数字印刷行业协会
上海糖烟酒茶商业行业协会
上海市浦东新区商业联合会
上海市静安区商业联合会
上海市黄浦区商业联合会
上海市杨浦区商业联合会

倾情倾力于供销事业



丁海东

上海市崇明区供销合作总社主任

丁海东在崇明区供销合作总社领导岗位上认真履职，勤奋工作，率先垂范，创先争优。他用心血和汗水、用智慧和力量，为崇明供销事业和商业服务领域发展作出了杰出贡献。

◎**整合农资经营网络，保障生产资料供应。**丁海东针对崇明区供销农资销售网络长期零散的现象，提出了全面整合农资经营网络的发展规划。经过了一系列的整合与加强管理，使农资连锁经营门店达到 61 家，并设有农资配送中心 4 个，营业总面积 3500 平方米，仓储总面积 2 万平方米。同时设立了物流配送运输体系，实行了区域内 GPS 全程跟踪，从采购、入库、配送等各个环节采取封闭式运营，完成了全区各乡镇农资连锁经营网点全覆盖，一举将崇明本岛农资市场份额提升至 80% 以上。丁海东根据崇明区农业种植业结构现状调整和生态岛建设的要求，引进并推广使用生态复合肥和绿色农药等农业生产资料，并组织开展新农化科普知识培训 30 多场次，为 2200 多人次的农户推广新农药化肥的使用方法。同时，有 102 人通过考试取得农药经营培训合格证、51 家门店取得农药经营资格证，对 24 家未取得经营许可证及不符合规定的门店果断予以关闭，确保连锁门店经营质量。

◎**满足城乡居民购物需求，实现日用品流通网络大发展。**丁海东根据全国总社“新网工程”和“万村千乡”市场工程建设的要求，为满足城乡居民购物需求和方便就近购物，带领相关部门对遍布全区的 43 家连锁超市、19 家

医药连锁店进行调研，并根据市场变化，创新公司运营管理机制，内抓管理、外强销售。对连锁门店调整商品结构，丰富品种门类，提升服务水平，降低各项费用开支，开展各类主题营销活动和节日营销，改善百姓购物体验，并实施业绩考核；对停滞不前的商业综合体项目，通过积极与万达集团开展合作，将购物中心主楼及地下超市租赁万达集团统一招租运营管理，在一定程度上丰富了崇明商业业态，提高了区域商业服务能级，适应了本地居民的日常消费需求。

◎**涉足新兴领域，推动企业多元发展。**丁海东在坚持办社宗旨，做好供销社传统行业的同时，持续推进供销社体制综合改革，积极拓展经营业务新领域。一是发展养老服务产业。通过存量资产置换，将原堡镇医院改建为清怡养护院，采用“公建民营”模式，委托国内知名养老服务企业经营管理，为周边老年群体提供“医、养、康、护”四位一体的“医养融合”互联网养老新体验，满足老年群体的个性化、多样化需求。二是探索文化创意产业。将原大陆酿造厂改建成“1952 老玖坊文化创意园”，设置文创广场和家居生活广场，展示各类文化艺术活动，打造一站式家居购物消费中心，促进崇明文创产业和实体经济深度融合。三是开展招商引资工作。组织成立供销经济开发区开展招商引资，并将开发区的招商所得大力投入到为农服务体系建设和生态产业建设中，截至 2019 年底，累计引入注册企业 1730 家，年税收突破 1 亿元。四是积极鼓励与市、区国企和民营企业等开展多方式的投资合作，实现资源共享，推动社有企业快速发展。与百联集团合作成立联华超市和“第一医药”，与上海交运合作建设崇明交运汽车广场，与市烟草集团合作成立崇明烟草公司，参股小额贷款公司、村镇银行、农商银行等金融企业，均成为供销社新的经济增长点。五是推动社有资产规模提升。积极配合生态岛建设相关动迁工作，实施商业资产购置和置换，成功打造了“玉麟名邸”“1952 老玖坊文化创意园”“崇明交运汽车广场”“崇明清怡养护院”等一批有影响力的商业设施项目，在壮大社有经济实力的同时，有力助推了区域商业服务的发展。六是金融服务实力增强。主动对接司法辅助拍卖业务，积极开展艺术品、民品拍卖会，在线拍卖系统全面升级改版；持续拓展大额典当业务，探索开展财产权利典当，注重加强风控管理；小额贷款业务有序开展，助力小微企业发展，提供资金帮助。

人情味、烟火味、好滋味

马莉作为瀚立商业的创始人，专注于老旧菜场改造、社区商业规划及运营。她深入社区服务，意于打造有温度、有爱、有活力的社区生活。在她的带领下，公司围绕社区形成了四大业务板块：菜场更新，上海特色小吃馆，社区商业及街区改造，目前管理的商业面积达到了约15万平方米。

◎马莉说：集市或菜场，那是最贴近当地老百姓生活、最有烟火气的地方

公司改造的第一个菜场项目是位于陆家嘴的万有集市，集市底层菜市场是严格按照目前上海第二代菜市场标准进行建造，所有商品均使用了电子化可溯源标签。围绕菜市场的沿街店铺配备了一些便民简餐，方便周边居民早餐、中午简餐及宵夜的需求。在陆家嘴店筹办期间，马莉坚守初心，要赋予小吃以“特色、便民、烟火气”，为此她前后五次奔赴泰州，邀请“古月楼”来上海开店，促成了现在陆家嘴一层的“古月楼”上海首店。集市二层是共享社区客厅，这里是一个社区服务的公共空间，社区厨房、咖啡馆、早教培训、理发馆、健身房、舞蹈房等每一个板块都有独立空间，同时又共享一个中央区域的大空间。这样的菜场是一个可以买菜吃饭的地方，是有人情味、烟火味、好滋味的温情空间，更是承载着社区居民交流的平台。

在马莉的率领下，瀚立商业改造的菜场及社区商业已经达到了34个。瀚立商业在配合市商委参与拟定上海市示范性标准化菜市场建设标准的同时，携手三角地集团、浦商集团、陆家嘴街道、真如街道陆续完成了吉祥菜市场、福山菜场、真如·高陵集市等老旧菜市场改造。瀚立商业改造的每个市场都各有特色，力求保留每个菜市场的特点，在改造过程中将新的经营理念与老菜场的历史底蕴相融合，即保留了原有的人情味，又在更新的过程中加入了烟火味和好滋味。

◎马莉说：我们不仅仅是想做一个菜市场，我们是在搭建多种多样的场景，这就是生活开始的地方 正是为了



马莉

瀚立商业管理（上海）有限公司 CEO

给当地市民提供更美好的生活，马莉在公司创办的进程中，事事亲力亲为。她将食品安全提升到第一高度，不惜成本，坚持引入食品安全追溯体系，确保市场销售的每一块猪肉，扫码就可以看到它的“前世今生”，诸如产地、零售价、检疫证号、屠宰场地址等。无论是菜场改造还是社区商业，马莉总是围绕百姓最需要的衣食住行，融入体验与文化元素，打造15分钟便利生活圈，每个商业聚合体就像社区的一个公众客厅，情感的联系纽带，注重社群的建立和运维。同时将公益、商业运维合二为一，让社区交流更富有情感，也让社区这个大家更具温馨。马莉积极参与扶贫事业，积极响应国家号召，在瀚立商业旗下

的每个万有集市都会为上海定点的贵州遵义道真县设立扶贫专柜，实施精准扶贫。还在公共空间内设立爱心冰箱，为特殊人群提供帮助。

2019年底，公司运维的改造菜场及社区商业项目中，有多个获得社区商业标杆的嘉奖，瀚立商业更是获得2.0标准化菜场的样板殊荣，深得周边社区百姓的信赖，并获得市商委，各区商委以及各级政府的认可和好评。

◎马莉说，公司的使命就是让更多人的美好生活，营造属于瀚立的那份温暖 走出菜场改造，马莉接棒进口博览会上海特色小吃馆，由瀚立商业运营的上海特色小吃馆有幸成为两届进博会餐饮保障组成员，并自第二届进博会起，上海特色小吃馆从短期馆变成长期馆，成为永不落幕的上海老字号特色美食集合打卡点，打造了一张上海特有的以“特色美食”为主题的上海购物文化名片。

进博会筹备时间紧张，运营任务繁重，马莉首当其冲带领公司员工取消休假争分夺秒。从谈判、签约、装修到开业筹备，充分发挥“店小二”精神，用服务打动品牌商，建立“一家人”的互信机制，通过不断完善，同心协力把上海特色小吃馆打造成最好的接待窗口。展会期间，接待人次突破15万人，平均日出餐量达到3万份，较第一届进博会增加了30%。

匠心打造一站式婚礼服务

邓伟华是一位精明强干、极富梦想的企业家，他以二十多年的匠心，专注于一站式婚礼服务事业。

◎ **倾力打造婚礼服务品牌** 上海花嫁丽舍婚庆股份有限公司成立于九十年代初，最初是由诗蒂工厂发展起家。很多上一辈的上海人或许都经常在婚礼这种喜庆的场合，见过吃过大红色包装、印有金色“诗蒂”字样的喜糖，红色象征着喜庆红火，寓意着新人欢欢喜喜，“诗蒂”喜糖代表了一代人的情怀。邓伟华率领花嫁丽舍从当初一家小工作室逐步发展壮大，并于2015年登陆新三板挂牌上市。在此期间，也曾经历过失败与挫折，但邓伟华从未灰心过，他坚持初衷，靠着坚强的毅力和执着的精神，善于总结经验教训，终于一步步走向成功，企业越做越大，凭的就是不断创新。随着时代的发展，邓伟华在坚持花嫁丽舍原有情怀的基础上，率先引入欧美把婚宴与结婚纪念日紧密结合的婚礼风格，给新人一种时尚且省时、省力、省心的婚礼体验。目前花嫁丽舍在上海、北京、南京共拥有10家门店、16家会所、38个宴会厅。花嫁丽舍以领先的品牌、领先的销量、领先的口碑，尽善尽美地服务好每对新人。

◎ **讲求完善高效的执行力** 邓伟华表示，谋定而后动才能果决执行，要精于总结，执行才能不断完善。执行力是将有效利用资源、保质保量达成目标的能力，是贯彻战略意图，完成预定目标的操作能力，是把企业战略、规划转化成为效益、成果的关键。邓伟华在企业管理中高度关注员工的执行力并以身作则、带头表率，每当制订一项目标任务时，他总是先组织管理层分解目标，并制订严格的执行计划，在规定的时间节点内完成。要求高层管理者、中层管理者及基层人员能够紧紧围绕目标任务，各司其职，共同努力，从而形成完善高效的执行力。

◎ **秉持“以人为本”的经营理念** 邓伟华从最初的诗蒂工厂模式起步，如今的花嫁丽舍在大型城市中开设



邓伟华

上海花嫁丽舍婚庆股份有限公司董事长

婚庆会所，设置各层岗位，广招员工，目前共拥有近600名员工，为解决社会劳动力流向、促进和谐社会发展贡献了一份力量。邓伟华认为，员工是企业最宝贵的资源。他精心设计人才培养、绩效挂钩、员工福利等一系列经营管理制度，企业的骨干队伍保持稳定，十年以上的老员工站位多人，成为企业的中坚力量，保证了企业不断发展。花嫁丽舍创办至今，邓伟华坚守“以人为本”的理念，每月准时发放员工工资，从未有过拖欠工资的现象出现。为提升企业效力，他出台了一系列激励措施，激发员工将企业目标与个人目标相结合，将企业变成一个学习型组织。邓伟华重视了解员工需求，使得企业目标更能够

体现员工利益，实现企业与员工的共同发展。邓伟华严格按照现代化企业管理制度操作运营，定期组织员工参加业务培训，努力提升员工的综合素养。他始终坚持“对事不对人，能者上、庸者下，任人唯贤”的用人机制，全面推行多劳多得、绩效挂钩的薪酬机制，大大增加了员工的竞争意识。邓伟华注重不断改善员工福利待遇，改善员工的工作环境，提升员工对企业的归属感。诗蒂工厂位于松江区地段，地理位置较为偏远，员工上下班十分不便，邓伟华为此特意安排员工上下班通勤班车。花嫁丽舍海岛店一名员工不幸发生事故，邓伟华在接到消息的第一时间内及时伸出援手，给予员工家属一份关怀。在这位员工家属陷入困境时，邓伟华又主动在最大程度上帮助员工家属解决了问题。

◎ **恪守诚实守信的核心价值观** 诚实守信，是社会道德传统，也是花嫁丽舍的核心价值观。邓伟华在企业创办过程中遵纪守法，首先必须要取得工商部门认可，办全企业各种执照，按时交纳应缴的各种税费。邓伟华在与客户之间交往讲求诚实守信，在与外部合作方面，注重建立长期互信共赢的良好关系。花嫁丽舍分别获得中国建设银行上海市分行“千佳商户”、中国新三板年度风云榜“最佳公司治理奖”等荣誉称号。

当好海洋美食的综合服务商

荷裕食品是上海自贸区成立后第一个从自贸区进口三文鱼的企业，公司长期坚持合法进口经营，取得了海关、商检、工商局的信任。2014年习近平主席视察上海自贸区工作的时，吕昕被推荐受到习主席接见，并进行了工作汇报和对话。

◎推动行业内的合法正规操作和行业标准化

水产品行业在原料的标注上一直没有统一的规范。比如消费者熟悉的鳕鱼，其实这只是商品名，是真鳕、狭鳕、银鳕、水鳕还是其他，普通消费者并不清楚。由于没有一个标准往往造成原料品种的串货、市场价格的混乱、消费者的茫然。2018年开始，吕昕率领荷裕在没有监管部门要求的情况下，首先开始在配料表中除了标注原料的商品名，还标注品种的科学名。有一部分经销商明确表示不需要标注品种科学名，只标商品名“三文鱼”即可，他们对于占荷裕产品大约5%的虹鳟产品标注三文鱼（虹鳟）表示不能接受，因为会加大进入渠道的难度。面对这种状况，吕昕承载着相当大的压力，最直接问题就是客户有流失的风险，会给企业带来经营上的损失，公司内部多数员工也表示不理解，背后议论为何行业内其他企业没有标注却要先为难自己。但吕昕坚持要为行业作出牺牲，更何况企业在建厂最初就在系统里标注了原料科学名。最终荷裕实行原料科学名的标注，确实有一部分业务流失，但吕昕认为只要最终对消费者有利，是向规范化和标准化上迈进，就一定要坚持。目前行业内尤其是零售平台几乎全部开始采用荷裕的标注方式来自我规范。

◎关注于开发合理的产品满足市场的不同需求。吕昕认为，每一种鱼都有自身的特点，应该根据不同的质地、营养成分加以区别，分别开发不同的产品。为此，她深入原料产地了解鱼卵孵化流程、鱼苗发育源头环境、饲料和生长情况，再对各品种鱼的大小、产季、饵料指数等进行分析，最终结合中外消费者的饮食习惯，预测未来市场发展，作出精确定位。比如大西洋鲑油脂含量



吕昕

上海荷裕冷冻食品有限公司总裁

高，做成刺身口感最符合中国消费者；比大西洋鲑更糯的是帝王鲑，但是产量少，因此适合高端市场开发刺身；虹鳟是一种颜色鲜艳、肉质Q弹的鱼，适合烟熏产品，欧洲也早已验证。中国消费者始终爱熟食，银鳕是一种深受日本市场欢迎的鱼类，熟食后能品尝到特有的鲜味，故而，吕昕依托日本人的基础口味，再改良为中国消费者喜欢的口味，让每一口下去都能够享受到其鲜嫩的口感。

◎具创新精神，领行业之先

在水产品行业，吕昕是身先士卒的探索者，有着敏锐的洞察力和前瞻性。她早在2008年就提出三文鱼是一种营养价值高、管控安全、可持续发展的鱼类，而且适合加工，在中国市场有巨大潜力。并及时建立工厂，专注于三文鱼国内市场的开发。2016年，三文鱼市场地位被认可，挪威、智利等国大举进入中国，随后很多其他企业也开始进入三文鱼的加工。吕昕预测今后消费者不希望在烹调上花费太多时间，但同时又追求高质量蛋白质的食品，所以即食三文鱼产品会是今后消费的增长点，为此荷裕在2014年就开始研发调味熟食的三文鱼产品，并且为了推广产品，创新了很多应用，将产品逐步推广到原来酒店以外的连锁餐饮、色拉店、披萨店等，为三文鱼市场引领了未来发展的方向。

◎乐于产品和市场经验分享，引导行业良性竞争

2017年，市场上开始推崇调理水产品，挪威海产协会、智利领馆、大酒店传媒、海鲜指南等都数次请吕昕在论坛上做三文鱼加工和新产品开发的分享，她没有保守经验，而是诚恳地与行业各方分享，谋求行业的共同良性发展，她的分享总是被定为论坛最有料的报告。

吕昕埋头踏实做事，不张扬，不冒进，始终将生鲜产品的安全悬在心头，全身心地保障企业营运的安全性和产品的安全性，始终关注消费者的感受和体验，以海洋美食综合服务商的定位做好对经销商和对消费者的服务。

为企业高质量发展寻求发展空间

朱江自 1999 年 12 月进入崇明烟草糖酒有限公司工作，从一名普通的基层员工到公司业务副总经理，一步一个脚印，在政治学习、业务技能、营销工作、文化建设等方面都较好地发挥作用。他以饱满的工作热情、扎实的工作作风、优异的工作成绩，赢得了干部职工的广泛好评。

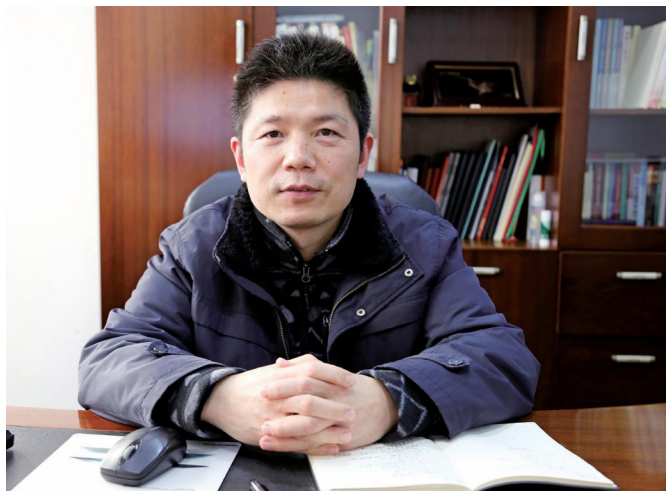
◎当好参谋者，为企业高质量发展寻求发展空间 朱江作为条线的分管领导，在 2018 年初就提出要建设营销特色终端，将特色终端的建设作为崇明市场发展新动能。他结合崇明区域特点，成立课题小组分头探索适合本区域发展的特色终端建设类型，在前期调研、市场分析的基础上，确定了 5 类特色终端发展方向，结合这些网点的自身特点和区位特色，配套开展了一系列丰富多彩的品牌营销活动。

随着崇明世界级生态岛建设的不断提速，以及旅游人口每年增加的新型市场环境，作为营销团队的领导，朱江迅速将目光聚焦到生态旅游这一迅猛发展的产业上。他带领营销团队奋战 100 多天，完成了与 3 家旅游终端热点活动开展、信息交互平台建立以及双方消费者数据库的搭建，推进了崇明旅游市场的开发。4 月初在全市召开了崇明区域市场特色终端建设展示会，为崇明市场高质量发展注入新的活力。

◎当好带头人，力促企业经营效益的持续提升 朱江作为财务条线分管领导，他积极推动定额体系建设，建立预算定额工作小组，发挥对口联络员的作用，落实具体职责分工，推进预算定额标准体系建设。同时，强化财务部门与业务部门联动，对税利、成本指标进行的“月跟踪”、“周协调”到“日监测”，发挥财务预警功能，确保核心指标精准执行，推进“发展有标杆，预算有依据，支出有标准，管理有促进”目标的达成。

朱江作为公司体系建设分管领导，进一步优化公司的绩效考核评价体系，制定了年度绩效考核实施办法，以“目标导向、突出重点，聚焦短板、持续改进，全面覆盖、分层实施，科学评价、注重公平”为基本原则，将方针目标、重点工作、课题研究、基础管理、基层党建等重要性事务均涵盖在内，发挥考核对年度工作的指导作用；同时，制定方针目标达成的单项激励方案，通过同期上升、目标达成、对标先进等维度着力，制定相应的考核细则，推动年度经营管理目标的顺利达成。

朱江紧紧围绕安全工作目标，以安全生产责任体系为



朱江

上海烟草集团崇明烟草糖酒有限公司副总经理

重点，以深化安全生产标准化为主线，依靠精细化的管理、专业化的人员、规范化的操作流程、科学先进的信息化系统以及自我纠偏、自我完善的机制，使各类风险因素始终处于受控状态。他强化责任落地，完善安全责任制；强化过程预防，推进风险管控；强化隐患排查，提高应急处置能力；强化风险意识，提升预判能力；强化隐患控制，排查安全风险，发现隐患及时处理和整改，形成了安全工作的长效机制。

◎当好执行者，学思悟践，提高个人综合素质 朱江不断加强自身学习，提高个人综合素质，在思维上有创新、在工作上出成绩，增强了对复杂形势的适应能力和驾驭能力。一是主动学习。朱江定期参加中心组学习，并以普通党员身份参与支部生活；参加专题党课、专题学习，不断提升自己的领悟能力；定期撰写心得体会，把理论与实践紧密结合，指导工作开展。二是静心思考。朱江面对各条线工作要求的不断提升，保持了“每日一思”的习惯，即每日下班后，利用 1 个小时来梳理当天的工作，对发现的问题进行深入思考，确保每一次的决策都是深思熟虑后的结果。三是实践感悟。朱江做到学以致用、知行合一，这是一个总结、提炼、升华的过程，在具体工作的推进中不断总结经验、查摆不足、吸取教训、收获感悟。四是勇敢践行。朱江在经营管理决策、工作方法方面，善于在结合崇明实际的基础上积极推进，并在实践中加以改进和完善。

优化家政服务供应链 细化垂直服务体系

朱富飞打造是“新户家”于2015年注册成立。2018年，“新户家”在上海股权托管交易中心“科技创新板”挂牌。公司目前用有13400名员工，年营业额1.1亿元。“新户家”致力于提供人员招募、培训、就业、后勤管理、大数据资源整合等全流程服务，覆盖家政服务、居家照料、职业培训、心理咨询、劳务派遣、网络平台等多个领域。朱富飞大力实施家政服务进社区的发展战略，以社区为主要载体，以家政服务为核心业务，以承接社区公益类民生服务项目为发展基础，拓展提供各类市场化的生活服务。“新户家”为社区居民打造集家政服务、居家养老、助餐服务、便民理发、家电维修等一体的便民生活服务生态圈，形成了新户家社区生活便民服务中心发展模式。



朱富飞

新户家（上海）网络科技有限公司
董事长

户家”旗下的“富字母婴”拥有月嫂、育儿嫂2800余人，服务上万户家庭。

朱富飞还与上海震旦职业学院开展合作办学、合作育人、合作就业、合作发展，“新户家”全程参与学院“家政服务与管理”专业的筹建和人才培养。“新户家”依托震旦学院护理、幼师专业背景，融入企业工作实际需求，把家政服务技能、心理学、法律、企业管理、财务知识、企业文化融入学生教学管理，培育一专多能、学用互动、技能为本、专业能力与职业资格证书并举的高层次家政管理人才，已培养出一批高水平师资力量、行业高级管理人员和高素质从业人员，通过校企合作，打造产教融合型企业。

◎源头招募培训，提升家政服务供应链的精准性 朱富飞注重在扩容上下功夫，主动参与上海市重点帮扶云南、贵州脱贫工作以及商务部“百城万村”家政扶贫试点项目，先后与贵州、湖南等地职业院校开展校企合作，组织学生来到企业实习就业。至今已解决就业1600人，其中精准扶贫本地就业503人，引进建档立卡户入沪就业252人。朱富飞还在提质上做文章，“新户家”建立了沪遵家政就业扶贫培训基地，目前已完成培训503人，培训合格择优引进入沪从事家政服务工作，同时在上海工作期间可参加职业技能培训，考取职业资格证书后再择优引进到护理站从事居家养老服务工作。

◎产教融合发展，提升家政服务供应链的实效性 朱富飞将上海仁际专修学院作为家政服务供应链培训环节的重要载体，开设了养老、母婴护理等国家职业资格补贴类培训专业以及适应市场需求的早教、中医康复理疗、收纳师等特色专业系列培训，办学至今累计培训家政从业人员7.8万人次，其中2019年培训5600多人次。朱富飞经过10年深耕家政培训行业，大大提升了从业人员的技能水平和职业素养，在行业内树立了良好口碑。“新

◎打造行业集群，提升家政服务供应链的系统性 朱富飞从2004年开始陆续成立了多个子公司，专注于家政人员招聘、培训、推荐就业等工作。“新护家”以区域门店、社区融合的方式拓展家政、母婴、育婴、养老、钟点工等服务，努力成为家庭综合服务优质提供商，为城市家庭提供一站式综合服务，树立行业口碑。“新护家”为解决家政从业人员心理问题和法律纠纷，开通了“好家政心理咨询热线”、“上海家政调解委员会热线”。其中“好家政心理咨询”热线是全国首条为家政人员开设的心理咨询热线，由国家注册心理咨询师进行一对一心理咨询疏导，提供免费咨询服务。朱富飞为了降低企业运营成本，积极与社区街道开展合作，深入社区开展生活照料、家政保洁、送餐助餐、助浴、理发、健康管理、心理法律咨询、家电维修、清洗脱排油烟机、空调等服务。朱富飞还将心理咨询、法律援助服务融入到社区，帮助并调解处理辖区内老年人遗产问题等各类矛盾纠纷；针对老年人的特点和实际需求，建立健全了老年心理孤独防御机制，创作健脑益智操，每周定时上门为需要的老年朋友开展心理访谈，每月给老人们上一次心理疏导课，为老人们的身心健康做了积极的努力。

走在创业的大路上

庄春强打造的上海铮沈实业(集团)有限公司是一家以商业地产、餐饮企业管理、影院管理、投资管理、资产管理为主的既年轻又充满活力的集团企业。庄春强出生于四川简阳,先到重庆打拼,后来上海闯荡,他通过自己的勤奋努力,从初始创立上海四鑫餐饮、上海四馨广告,直至今日的铮沈集团,他始终认为自己是走在创业的大路上。

◎企业创业理念：只有创业，没有守业 庄春强认为，最优秀的企业应该始终把企业获利与国家利益协调一致。铮沈集团的发展历程既考虑了企业利润最大化，更是把激活三、四级市场的存量商业作为自己的使命，以勤劳为资本、以创新为宗旨，致力于打造全新的商业模式。

企业如何铸造更强的核心竞争力？这在庄春强脑海里不断涌现，这也是他所面临的重大课题。他认为，在日新月异的今天，企业要成长壮大，就必须进入资本市场。认真分析商业地产行业市场表现，不断探索资本运作模式，把资本运作工具作为企业腾飞的翅膀。庄春强在商业地产领域与绿地集团达成合作，商业地产项目得到迅速发展；与万科和凯德等开发商达成长期合作，使商业地产项目的版图逐渐扩大，2014年开始走出上海，发展至北京、重庆、杭州、成都、南昌、苏州、徐州、连云港等城市；2015年起扩展实业投资业务、进军影院管理行业、布局运动健康产业，旗下的健身房发展至今拥有32家门店。凭借庄春强对商业领域精准眼光及勤奋努力，使铮沈集团投资每个商业项目都得到了健康的发展，创造了商业地产领域的奇迹，铮沈集团先后获得“商业地产最佳贡献奖”和“商业地产最高成就奖”等荣誉称号。

◎企业管理理念：以德用人，信任管理

庄春强认为，要在商业地产和文化经营领域里站稳脚跟，首先必须要有一支强有力的管理团队。企业规模越大，单靠一个人的能力和经验是不可能管理好整个企业的。庄春强主张以德用人，企业尤其需要启用德才兼备



庄春强

上海铮沈实业(集团)有限公司董事长

的年轻人。“放手让年轻人去干，给年轻人一点空间！”这是庄春强一直挂在嘴边的话。他注重对于年轻人的培养，打造一支具有高效凝聚力的团队，秉承创新、开放、敬业、诚信的精神，以开拓创新为使命、以共存共赢为目标，才能真正促进企业长远发展。

庄春强在企业的发展、创新的道路上，不断思考、探索先进的管理模式。他讲求以人为本，信任管理。主张日清日省，全员当天的事情当天做完，当天的疑惑当天探讨、解决；主张开诚相见，沟通无边界，不管是在经理级别的会议上，还是在各个项目的例会上，会议都要敞开了开，允许大家表达自己的意见，哪怕发生争执都不要紧，关键是要

能够解决问题。所以铮沈集团的企业文化特别有活力、有激情。

◎仁心和善，积极参与公益事业 庄春强深知一名企业家所应肩负的社会责任，以仁心和善回馈社会、感恩社会。铮沈集团作为中国扶贫开发协会会员单位，参加了2016年中国扶贫开发协会“联慈医疗扶贫工程医疗精准扶贫示范县”合作项目并予以捐赠；铮沈集团与著名慈善机构太阳村儿童公益组织合作，筹备了“欢乐谷之行”活动，让太阳村收养的服刑家庭留守儿童组团去欢乐谷游玩，让他们增长见识、开心快乐的成长；铮沈集团坚持在每年春节期间开展慰问“南京路上好八连”和消防官兵的活动。

2018年，庄春强提出打造创客办公空间文化的组织理念，并在徐汇区核心位置建立“527办公空间”。联合办公是写字楼经济衍生出来的一个新概念，实现了来自不同公司的个人在联合办公空间里办公，还可与其他团队分享信息、知识、技术、技能、想法和扩展社交圈等。办公空间成立后，许多年轻人纷纷加入，办公空间一时供不应求。但是庄春强回想起自己年轻时创业的不易和艰辛，决心要为年轻人创业提供平台，并将20%的办公区域免费提供给来自贫困地区的创业大学生使用，助力他们在创业大路上能够走的更远。

助力打造家政行业的“上海服务”品牌

李尉作为悦管家的掌门人，在探索家政服务业发展新模式、发挥家政服务业助力脱贫攻坚的作用、围绕家政服务业发展建言献策、参与家政服务行业发展顶层设计、打造“上海服务”品牌等方面做出了可贵探索和实践。

◎探索家政服务业发展新模式

悦管家积极打造社区服务3.0模式，共建社区共享餐厅、家政服务、母婴护理和护理站等为一体的新兴“社区家政服务站”。2019年9月，淮海街道永福里睦邻中心和闵行莘庄春申邻里中心等皆由悦管家托管。在过去民非公益组织运营的基础上，悦管家还增加了空间运营和服务运营，积极探索“共建民营、公益性兼容经济性”的创新模式。同时，悦管家通过数据驱动科技赋能，提升效率降低成本，提高服务人员收入，目前已经高于行业的30%以上。

◎走深入、高效的精准扶贫之路 作为商务部等5部委“百城万村”家政扶贫示范性企业，李尉带领悦管家全面落实“云嫂入沪”“黔女入沪”精准扶贫工作，形成一条深入、高效的精准扶贫之路。2017年8月，悦管家与遵义市签约并对口实施“一人就业、全家脱贫、返乡创业”为目标的精准扶贫项目，并列入上海市和遵义市签订的商务领域扶贫协作协议中。2019年，悦管家和云南迪庆民族中专达成校企合作，迪庆民族中专毕业生先后三批陆续来到悦管家就业。悦管家带动了云南保山和香格里拉、贵州遵义等贫困村的部分青年从事家政服务、育婴、母婴护理、餐饮厨师及帮厨等生活服务职业，给予实习、学习和就业的平台，并培养返乡创业的能力。悦管家一直在行动，这是一份社会责任，努力发挥家政服务业在脱贫攻坚战、巩固扶贫成果方面的示范作用。

◎参与家政服务行业发展顶层设计 长期以来，由于社会传统观念与偏见，很大程度上限制了家政服务水平的提升。家政从业者的社会认可度较低，社会影响力不大、从业人员社会地位不高、大多数从业人员收入偏



李尉

上海悦管家网络科技有限公司董事长

低。李尉作为闵行区人大代表和社会建设委员会副主任委员，多次代表行业发声、为从业者代言，从自身企业开始，延伸到家政服务业行业，制定地方标准及参加地方制度建设。

家政服务业经历30多年发展，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，也包括城市人口老龄化、家庭小型化、全面二胎政策等，使家政服务市场需求不断扩大，为家政行业带来发展空间，加上政府各项扶持政策，这些好的机遇共同助力家政服务业进入的新时代。家政服务业迅猛发展，行业标准的制定迫在眉睫。李尉积极参与起草制定《上海市家政服务行业标准》《上

海市家政服务条例》，并多次前往国务院参与国办[2019]30号文件（“家政36条”）起草及定稿座谈会，他作为企业代表，论述发展过程遭遇的瓶颈和成功的经验，为企业发声，为行业发声。

2019年10月，悦管家成为华东理工大学商学院的MBA和EMBA教学案例与本市培育家政服务标本企业，并由华东理工大学商学院牵头成立悦管家—华东理工大学实践项目团队，重点研究悦管家发展的现状和问题、发展过程中存在的主要难点，以及培育家政服务龙头企业的必要性、紧迫性。目前，该课题已投标上海市人民政府发展研究中心，申报列入本市培育家政服务龙头企业研究项目。

◎助力打造家政服务业的“上海服务”品牌 2019年8月，上海市商业联合会正式成立都市生活新服务专业委员会，下设16个板块，并发布“三年行动计划”，旨在以新服务引领新消费，引领企业顺应消费升级大趋势，探索建立都市生活新服务行业的团体标准，推动新兴消费领域的规范化发展。李尉作为市商联会副会长兼都市生活新服务专委会副执行主任，立足清洁服务、育婴育幼、社会团膳、健康养老等板块，充分发挥悦管家企业优势，助力打造家政服务业的“上海服务”品牌。

太太乐, 让生活更美好

创立于 1988 年的上海太太乐食品有限公司是中国调味品行业三强企业之一, 中国鸡精、鸡粉行业标准的制定单位, 也是全球最大的食品公司——瑞士雀巢大家庭的一员。张西强具有丰富的经营管理经验、敏锐的市场洞察力和大局观, 在食品领域有着较强的专业能力与独到的商业视野。他秉承“太太乐, 让生活更美好”的企业使命, 致力于鲜味科学的研究和推广, 带动鲜味产业的技术创新, 不断为消费者带来更健康、更美味的新一代调味品。

◎**专注产品开发** 张西强具有开阔的市场视野和务实的行业前瞻性, 他开创了“太太乐全员助销”的营销思路, 使企业年销售额连续两年双位数百分比增长, 至今已突破 50 亿; 他带领团队攻坚克难推出第四代固态增鲜调味料“原味鲜”以及“原味鲜”酱油系列, 以满足消费者对美味和健康食品追求。“太太乐”产品深受国内消费者的好评, 并出口至美国、加拿大、日本、中东等地。上海太太乐食品有限公司被浦江出入境检验检疫局评选为“中国质量诚信企业”; “太太乐”品牌荣获中央人民广播电台 2017 “中国品牌创新奖”; “鲜味之旅”工业旅游项目荣获“上海市科普教育基地年度先进集体”以及荣膺“2018 年度上海制造业百强企业”等殊荣。

◎**专注经营创新** “太太乐”是国内鸡精行业的市场领导者, 长期占据着 50% 左右的市场份额。在张西强的带领下, “太太乐”品牌的市场份额得到持续稳健的增长, 数据显示: “太太乐”市场份额已经达到 54%。张西强在“太太乐”精耕传统渠道的基础上, 加大开拓新渠道的力度。他引领“太太乐”直面“互联网+”, 紧跟大数据时代步伐, 着力在品牌定位、产品组合及新品开发方面做大胆创新。借助出口和电商渠道, “太太乐”的产品被销往全国乃至世界许多国家和地区, 满足了更多消费者对高品质好滋味的调味品的需求, 产品出口和电商业务均取得良好业绩, 连续 2 年取得高双位数的增长。



张西强

上海太太乐食品有限公司 CEO

◎**专注品牌培育** 张西强坚守公司“高品质、好滋味”的质量方针, 向消费者传递“至尊、至味、至诚”的服务理念。他对每一个生产环节的监督管理和严格管控来保障产品质量, 通过升级设备、改进工艺、强化管控, 推动产品生产提质增效, 持续优化质量安全, 同时做到适应国家环保形势, 履行社会责任。

张西强注重企业人才内部培养机制的建设。他每年举办“太太乐与我”员工内部调查, 启动“太太乐智慧基金”, 持续收到来自各个岗位的建议和思考。他还请来国际、国内知名人士进行讲学, 为员工搭建更好的学习和业务培训平台。

在张西强的倡导下, 对公司“太太乐工业旅游线路”进行了一次全面的升级与改造。新的线路以“鲜”为线, 除了对原有的生产车间进行升级外, 还对公司建立的全球唯一一家“鲜味博物馆”进行了改造。改造后的“鲜味之旅”从文化、历史、科学和产业来阐述鲜, 为社会公众打开了一扇零距离接触调味品生产的大门。在鲜味科学领域, “太太乐”拍摄并在中央电视台发布了 7 集人文科学纪录片《鲜味的秘密》; 出版了多国语言的鲜味科学专著《鲜味科学与鸡精调味料工艺概论》; 举办第六届国际鲜味科学研讨会, 连续两年在全国范围内发起鲜味知识竞赛, 真正让广大消费者“了解鲜, 使用鲜, 爱上鲜”; 在多个高校开展“鲜味科学大讲堂”; 由“太太乐”冠名的高铁专列每天驰骋在京沪线。张西强还打造了品牌专属的“5·27 爱妻节”, 以此吸引、打动更多的年轻消费者; 搭建“美厨娘俱乐部”活动, 让来自个行业的美厨娘亮出绝活, 登上央视舞台; 聚集百余名行业人士共同参与的“太太乐·红鼎火锅节”获得业界好口碑; “最多不同国籍的人参与中国传统火锅宴”, 搭建国际美食行业交流平台并创下吉尼斯世界记录, 获得巨大反响……张西强还助力厨师艺术节, 推动厨师间的国际交流, 从而进一步确立了“太太乐”在行业中的领军地位。

上海茶, 香天下

张杰出生于福建一个种植茶叶的世家, 1983 年他毕业于福建建阳地区茶叶专科学校, 从事茶叶研发栽培种植已有三十多年。2012 年, 张杰来上海创业, 创建了上海丽农农业科技有限公司。经过数年精心育种创制的得泉红茶荣获了专家与消费者的一致好评, 被上海市茶叶行业协会评为上海特色茶。2018 年 10 月, 金山区政府授予张杰上海首张茶叶类食品生产许可证。张杰还是上海有机茶园创建第一人。

◎ **引种嫁接, 精耕细作** 有人说张杰是茶痴, 他到金山区枫泾镇下坊村 300 多亩农田进行茶叶引种栽培, 为了凑齐投资茶园的数千万元资金, 他转让了各地的 60 多家茶庄、变卖了 3 套住房; 他不按常理出牌, 在平原零海拔种植茶叶违背自然规律, 无疑于痴心妄想。在他前后上海已有数百名探险者前赴后继在崇明、浦东、松江等地投资或亲手种茶, 但由于种植技术和茶树生长规律掌控不到位, 结果几近全军覆灭。惟有张杰独辟蹊径, 他通过数十年积累的经验和多年来对上海土壤、气候、水质等的潜心研究, 引种嫁接, 精耕细作, 证明了上海地区也能产茶, 而且能产好茶, 填补了上海茶叶种植的空白。

◎ **眼光独特, 技术精湛** 张杰用独特的眼光和精湛的技术创新, 给上海带来了一缕清新的春风和茶文化的名片。张杰师从武夷岩茶的科研带头人姚月明, 并在各地打造过多家茶庄, 他一路从东北往南方考察, 寻寻觅觅中总想给心目中的茶叶种植闯出一条创新之路, 最终落脚上海金山枫泾镇下坊村。他发现这里远离工业区, 日照、雾期、温度、湿度等都与浙江和福建茶乡接近, 这块 300 多亩的耕地四面环水, 是打着灯笼也找不到的地块。经过多次考察走访, 张杰终于横下一条心, 不惜砸锅卖铁、倾家荡产签下了种植合同。

张杰之所以选择这块风水宝地, 除了上述理由外, 还有自己的考量: 首先这里是北纬三十度, 中国十大名茶中的黄山毛峰、祁门红茶、西湖龙井、洞庭碧螺春等九大名



张杰

上海丽农农业科技有限公司董事长

茶皆出自此纬度, 这里还与茶叶种植大省浙江毗连。但下坊村并非尽善尽美, 其短板是土质不符合茶树种植要求, 因为茶树性喜微酸性的山区黄土。怎么办? 张杰做了个脑洞大开的决定: 从浙江买土种茶。说干就干, 为种出品质一流的好茶, 张杰先后从浙江长兴的茶园购置了 9 万吨山区黄土, 走水路足足运了三个月。一吨土的成本需 200 元左右, 购买、运输这批土总计花了张杰一千多万元。买来泥土后, 张杰又对农田进行了深翻, 开挖大明沟和渗水沟, 再将黄土深埋到地下 60 厘米左右, 以改良土壤结构、降低地下水位, 再造茶苗生长环境。

如果说购买山区的黄土是张杰在上海培植茶叶成功关键的第一步, 那么引进优质茶苗则是他走出的又一着妙棋。张杰从福建山区购置了 80 万株优质茶苗, 着手成片种茶。由于茶园种植的品种主要是大红袍, 张杰考虑到上海人喝绿茶习惯, 制茶工艺上进行了创新, 在沿袭古法制作同时, 采用全发酵, 滚筒萎凋, 生产出“得泉”工夫红茶, 清香浓郁, 口感清醇, 成为上海特色农业的新亮点。上海市茶叶行业协会王木根秘书长感慨地说, “得泉”填补了上海空白, 从此上海有了自己的茶叶。

◎ **借助外脑, 提升品质** 张杰非常注重借助外脑, 他与复旦大学新材料研究所、杭州茶叶研究所合作研发苗种的引种改良; 聘请上海交通大学博士生导师、国家茶叶产品质量安全项目首席科学家魏新林教授到现场就茶籽培育, 茶树变异, 茶叶深加工等进行指导。2019 年 6 月, 魏新林教授与上海市茶叶行业协会王木根秘书长专门来到张杰的企业考察, 并将“得泉”命名为“沪茶一号”。魏教授表示, 将在著名科学期刊杂志上与张杰共同署名发表“沪茶一号”有关得泉引种栽培研发的论文, 并相约交通大学的 40 多位硕士和本科生来“得泉茶园”现场听张杰上课。

“得泉茶园”作为一个新生品牌, 还比较稚嫩, 年产量才 8000 斤, 但张杰雄心勃勃, 他的口号是要让“上海茶, 香天下”。

让农民卖菜不再烦 让市民买菜不再难

2011年，张洪良创建了食行生鲜。他带领着一支由青年业务骨干组成的团队，以“让农民卖菜不再烦，让市民买菜不再难”为突破口，让基地直采、品质安全的生鲜产品“进入寻常百姓家”。目前食行生鲜已服务上海、苏州、无锡三地2693个社区200多万户家庭，其中上海开设了1498个食行生鲜社区智能微菜场，覆盖超过120万户家庭。随着企业的快速发展，食行生鲜已经成为中国互联网生鲜的龙头企业。

◎**敢为人先 开拓创新** 张洪良经过调研发现不仅年轻人能接受当天下单隔天取菜的模式，老年人也乐于尝试，于是决定利用互联网和社区结合的优势，融合线上线下资源，推出线上预订线下社区自助提货的买菜模式。一是改变定菜方式：通过电子商务平台定菜，方便快捷；在小区智能微菜场内设立自助终端设备，点击屏幕下单，方便购买。二是改变交付方式：采用固定冷藏柜交付，全天24小时自助取货，用户只需刷卡或者输入密码即可取货。社区居民足不出户，就能买到新鲜食材，动动手指，就可以在定点的保鲜柜里把食材取回家。食行生鲜社区智能微菜场，直接连通农产品生产基地与社区居民，让广大市民轻松购买到更多优质、新鲜、安全的生鲜产品。张洪良建立“市场+基地+农户”的新模式，解决部分优质农产品因无法有效连接市场带来的“丰产”却难“丰收”的滞销怪圈，推进传统行业转型升级。

◎**互联网+ 高效管理** 张洪良对多渠道、多场景的布局，通过对PC端、移动端的覆盖，真正满足消费者在家里、在路上、在办公室随时随地想购就购的需求；通过物联网以及互联网+的运用，实施智能化管理，降低企业营销成本，从入库、出库、库存、售后等全领域数据信息贯通。通过手机APP互动营销，改变传统的广告营销模式，大大降低了企业的营销成本，使消费者只需透过APP，即可了解到相关产品信息。同时借助互联网，拥有了对庞大的用户资料、访问轨迹、订单信息等



张洪良

上海随易网络科技有限公司董事长

大数据挖掘的技术，从而能实现精准的需求预测和订单驱动，将用户的需求与产品的研发有效整合，通过大数据信息化管理，从而提升了企业产品规划及精准化营销，将畅销商品和消费者的购买习惯结合起来，定期定量的挖掘相关需求，进行一系列单品营销。

◎**极致服务 提升品牌** 张洪良面对复杂多变的消费市场，从渠道、商品、服务三个方面着手，以用户体验为中心，做出“有问题，轻松退”的服务承诺，让用户从售前到售后都免除后顾之忧。食行生鲜有自己的质量管控委员会，采购、质量、运营全部由核心高层亲自管理协调，形成完整的安全链条。张洪良为此做了多方面努力，已经形成一套成熟的供应链管理体系，选取有资质、有实力的供应商，采取索证索票制度，原材料统一采购、统一验收、统一分拣、统一配送，实现了从食品源头到社区的全程供应链的可追溯。对于新引进的产品必须先送检样品进行安全检测，还派专人对供应商进行现场审核，合格之后方可采用；对每批来货按比例抽检，合格之后方可入库；如出现批量性质量事故时，到现场实际分析并解决。食行生鲜的全程可追溯及严格的品质管控，赢得了所有客户和消费者的信任。

◎**履行社会责任 坚持服务民生** 张洪良关注精准扶贫，产销对接。自2018年以来，食行生鲜累计采购贫困地区的优质蔬菜等扶贫产品6000多万元，同时向贵州省遵义市道真、务川等贫困县开展订单认购，为贫困户建档立卡精准扶贫。食行生鲜“扶贫馆”自2018年正式上线以来，专销来自贵州、云南等地区的特色农副产品，产品涉及蔬菜、水果、粮油副食等。张洪良热衷于社会公益事业，牵头成立食行生鲜公益团队，鼓励员工共同参与，致力于为社会各类特殊人群提供帮助，还充分调动企业资源，组织了端午节向敬老院老人赠送公益粽、为脑瘫儿童捐助爱心、为环卫工筹集生活补助等多项公益活动，传播爱的暖流与正能量。

立足“区块链+”探索 服务更多产业赋能

张曙华致力于 IT 领域，他坚持科技创新，在“区块链+”领域勤于探索，为企业智慧食安、智慧档案、智慧司法等业务赋能，获得业界广泛好评。上海中信信息发展股份有限公司于 2015 年成功上市。张曙华还积极承担社会责任，参与政府“消费扶贫”工作，利用科技打通销售渠道，助力产业升级。

◎以创新驱动发展，积极进行“区块链+”的探索

张曙华从 2018 年 1 月起带领公司着手进行区块链技术研究，2019 年成立区块链创新中心，对内将区块链技术与公司主营业务相结合，为智慧食安、智慧档案、智慧司法等领域赋能；对外不断探索新的领域，将区块链与金融、餐饮、医药、版权等相结合，为更多产业赋能。2019 年 8 月，成功研发“信发链”及“信发通”两款创新产品。

为了挖掘区块链技术的更多可能性，张曙华与众多企业进行联合，其中与霍尼韦尔在中国共同建立了信霍创新联合实验室，设立信霍创新联合实验室基金，致力于区块链技术在农产品质量安全追溯中的应用、便携式农残快检设备中生物芯片的研制与推广等。

中信信息发展在“区块链+”领域不断攻坚克难，2019 年公司自主研发的《基于区块链的重要产品追溯平台》案例，荣获“中国区块链+产业供应链应用优秀案例”，被纳入《中国区块链+产业供应链应用发展报告》（2018-2019）；《基于区块链的酒类安全追溯云平台》入选《2019 上海区块链应用与技术白皮书》。

2019 年 10 月，国家互联网信息办公室发布第二批境内区块链信息服务备案编号，中信信息发展旗下的“基于区块链的供应链管理云平台”、“基于区块链的追溯存证云平台”、“基于区块链的存证应用管理平台”分别通过服务备案。中信信息发展旗下的二级子公司追溯云信息发展股份有限公司“基于区块链的食安追溯云平台”通过服务备案。

◎积极承担社会责任，助力“消费扶贫”



张曙华

上海中信信息发展股份有限公司董事长

领中信信息发展坚守诚信经营，主动承担社会责任，积极参与社会公益，先后为灾区募捐善款、提供价值昂贵的档案管理设备和软件，与大学合作建立产学研基地，资助贫困学生等。

本着“资源共享、优势互补、服务政府、服务企业”的理念，张曙华凭借智慧食安领域的多年经验，积极参与政府的“消费扶贫”工作。2018 年 5 月 31 日，在上海市商务委的指导下，上海商务扶贫联盟正式成立。中信信息发展作为上海商务扶贫联盟的理事长单位，组织联盟成员，协调推进上海与贵州遵义等 7 省市地区对口帮扶，打造农产品产业升级等产供销全产业链发展体系，打通帮扶地区农产品产业升级

的产供销通路，打通上海本地和外延基地优质农产品的销售渠道，共销售以贵州高原蜜本南瓜为主的生鲜农产品 500 吨，对接以贵州赤水酱油、晒醋为代表的标准化商品共计 10000 件，对接云南以茄果类、根茎类蔬菜为主的生鲜农产品 200 吨。其中与云南省昭通市产销对接的乌蒙山区腹地是全国 14 个集中连片特困地区之一，是云南省脱贫攻坚的主战场。而昭通市农特产品丰富，苹果、马铃薯、天麻、竹笋、花椒等农特产品驰名中外，是全国品质最优的野生天麻核心区域和中国南方最大的优质苹果基地。张曙华率领中信信息发展积极参与，并协同联盟中的其他单位以苹果、土豆、天麻等为切入点，从源头开始对其进行产业升级，将其打造成为符合上海市民消费需求的商品，既有利于帮扶协作地区贫困户脱贫致富，又增强了上海市民获得感和体验感，助力两地“消费扶贫”工作的推进。

张曙华还积极促进追溯信息共享。2018 年 11 月，长三角重要产品（区块链）追溯联盟正式成立，中信信息发展作为理事长单位，致力于运用大数据、区块链、人工智能等技术建立分享合作交流机制，推动追溯领域可持续发展，实现长三角跨区域、跨部门重要产品追溯信息互联、互通、互认、互查，增加重要产品信息追溯产业影响力，保障消费者生命安全。

以“家”为核心 以“管”“帮”为己任

“管家帮”是家政服务行业领军品牌之一，为上海家政服务市场提供了大量优质服务人员，近年来市场覆盖率更是呈几何级数增长，成为闻名上海的家政明星企业。

◎ **“管家帮”助推天下家庭后顾之忧** 郑玉叶带领上海“管家帮”团队不断扩大家政服务市场份额，通过依托“家政”“营养”“健康”三大业务版块，涵盖家政服务、有机食品、营养健康、绿色家居、安居咨询等业务。“管家帮”以“家”为核心，以“管”“帮”为己任，助推天下家庭后顾之忧。

郑玉叶积极响应国家号召，针对政府出台的脱贫攻坚战决策，主动对接外地贫困地区，引进服务人员，满足上海广大家庭需求，同时解决贫困地区脱贫就业，实现一人就业、全家脱贫。她率领“管家帮”团队在脱贫攻坚上提质扩容，对接了贵州、河南、安徽、甘肃等多个省份的贫困地区，量身打造扶贫举措，并在当地设立了培训学校，就地开展各个服务工种的培训，培训完成合格者向各地输送，助力解决当地就业问题。

2019年，国务院办公厅印发了《关于促进家政服务业提质扩容的意见》（即“家政36条”），郑玉叶组织家政同仁召开家政共享链研讨会，研究“家政36条”具体实施举措，提升家政行业的服务水平和用户体验，让企业自身更加全面地符合市场要求。

◎ **升级“区块链+家庭生活服务”赋能型平台** 2019年，上海“管家帮”基于自身雄厚的资源优势和实力，实现了由“互联网+家政”的服务型企业升级为“区块链+家庭生活服务”的赋能型平台的华丽转身。如何通过去中心化的区块链技术，兼顾上下游各方利益，打造真正公正、共享、共赢的健康家政行业生态圈，已成为“管家帮”未来发展的首要目标。“管家帮”将培训、产品、金融、管理、渠道合作、技术支撑六大核心能力全面开放给家政行业，把家政服务员、消费者、家政企业和上下游合作商都纳入平台参与者，通过推倒企业围



郑玉叶

北京易盟天地信息技术股份有限公司
上海分公司华东区总经理

墙，为家政区块链上的所有参与者实现共享，共赢提供有效支撑。其中培训体系让进入区块链的服务人员、管理团队都要经过标准化培训体系和评级鉴定标准；产品体系将结合大数据分析，严选产品和增值服务，为家庭提供解决方案支撑；金融体系采用统一的阿米巴结算方式、钱包管理，提供多手段支付方式和白条等金融手段结合；管理体系使区块链中的企业采用统一的管理体系、价格体系、收费模式、服务模式、业务流程；渠道合作体系提供物业、房地产、金融机构、医院、流量平台支撑，汇聚订单；技术支撑体系使用区块链技术、统一的ERP系统、共享服务信息、记录交易过程和评价体系、提供大数据支撑。“管家帮”力促区块链家政

平台上的所有参与者都能通过资源共享，实现合作共赢，并推动家政行业实现效率和服务品质的正循环，重塑家政消费新体验。

◎ **家政行业走向多样化、服务精细化** 随着经济转型，人们更青睐高品质、实用型家政服务，郑玉叶敏锐地洞察到消费者的新需求，她带领上海“管家帮”团队在完善国内课程培训的基础上，于2019年与英国知名管家培训机构EBS达成合作，联合制定英式管家、澳洲早教、日本介护、台湾月子餐、菲律宾服务理念等培训课程，提高培训的多样化和培训质量，满足客户高标准的服务体验，为家政行业塑造新时代管家，提升家政从业者的职业发展空间，拓宽就业之路。郑玉叶认为，这也是顺应家政行业走向多样化、服务精细化的趋势，促进国内高端服务走向变革创新之路。

郑玉叶还与上海万科物业、中海物业、高地物业、绿地物业等多个物业公司进行合作，满足业主服务需求和提高家政服务人员的就业渠道。在普陀长寿街道、杨浦银河社区等地开展生活服务类公益讲坛，丰富了社区居民的精神文化生活，助力提高社区居民的生活质量和健康水平。

努力使通盈鞋业成为品质的保证

胡志勇是通盈鞋业的领路人，他在企业二十多年来的发展之路上，带领员工秉承“尊重、诚信、公平、担当”的企业文化，坚持以“环保、质量”为经营理念，使通盈鞋业发展成为鞋类民营企业的领军者之一。

◎努力使通盈鞋业成为品质的保证 胡志勇建立了通盈鞋业自己的设计团队，选择优质生产厂家定牌量产，用心将拖鞋做成了美观、舒适、耐穿的“工艺品”。如今通盈鞋业拥有上万个品种，在国内拥有省、市级代理商70多家，营销网络覆盖各地。同时，通盈鞋业是美国迪士尼和日本Hello Kitty品牌的中国拖鞋总代理；沃尔玛、家乐福、麦德龙等中国境内大型外资超市在中国发展的初期，通盈鞋业就已经与之开展拖鞋经营业务合作。随着国际品牌产品在中国的全面推广，通盈鞋业的销售业绩也蒸蒸日上，自2014年起，连续4年被评为“上海市先进私营企业”；自2017年度起，连续3年被评为“年度中国塑料鞋十强企业”。胡志勇被授予企业家突出贡献勋章。

◎关注知识产权保护 力推鞋业行业标准 胡志勇持有强烈的知识产权保护意识，自1995年成立至今，通盈鞋业累计获得19项发明专利、15项外观设计专利和16项著作权登记。2016年，胡志勇发现山东一家鞋城正在销售仿冒通盈商标的鞋子，他追根溯源，几经周折，发现是由浙江一家企业生产的，于是又马上奔向浙江进行调查，同时通过企业知识产权代理公司提出了维权要求，并寻求执法部门的支持，从而及时制止了这家企业的非法经营行为。由于通盈的鞋子质量好、市场份额高，已陆续发现100多起假冒产品事件，胡志勇毫不姑息迁就，发现一个，打击一个，依法维护了企业合法权益。

胡志勇注重规范拖鞋行业标准的体现。他针对拖鞋行业对鞋底尺码表述不规范、不完全或不精准，容易误导消费者识别的状况，带领团队创立了简洁明了的拖鞋尺码标识，除了国家规定的尺码标识外，还特意增加了英、美、日及欧洲的尺码标识，极大地方便了国内外消费者的识别。现在国内拖鞋行业同行都沿用了通盈定义拖鞋尺码的标识来进行表述。

◎关爱员工 回报社会 胡志勇关心和爱护员工有口皆碑，通盈鞋业自创办以来，至今没有一个员工舍得离开。面临鞋业市场不景气，同行普遍减员减薪的情况，胡志勇非但不减员，反而增设岗位谋事干，员工从原来的50多名增加到70多名，通过让员工跑市场、摸行情、促



胡志勇

上海通盈鞋业有限公司总经理

销售，助力公司生意逆势成长，员工收入自然也跟着递增。胡志勇一有机会就选择各地个体经营者发展成为通盈鞋业的经销商，自己还给这些经销商传授生意经，并采取先发货后收款的方式来资助对方。

胡志勇不忘回报社会。每年寒冬，他总要给附近社区的孤老和福利院送温暖，为老人们送上一批又一批的棉拖鞋；到了酷暑季节，他又为老人们送去舒适的凉鞋。他还联系上海市慈善基金会，先后捐出价值30万元的童鞋、价值50万元的老人鞋和床上用品。为了改善上海外来务工人员子女的生活，他又捐赠4万多双价值207万元的各种款式鞋子；他连续多年参加上海慈善基金会主办的“温暖送三岛”活动，为崇明、横沙、长兴岛敬老院的老人送去抵寒的棉鞋。在江西井冈山市召开的“2018年春夏季拖鞋订货会”期间，当胡志勇看到革命老区有许多孩子生活贫困，家里付不起学费时，当场拿出39000元现金，通过当地慈善机构资助13位大学生完成学业，还将价值40多万元的6000多双棉拖鞋捐赠给井冈山市的敬老机构。为了带动其他社会力量参与慈善，胡志勇还充分发挥自己在行业中的影响力，利用公司每年召开两次全国订货会的机会，发动来自全国各省市的数百位客户捐款捐物献爱心，共同帮助困难群众。二十多年来，胡志勇累计捐款捐物价值达1000余万元，向各种有需要的群体捐赠了超过25万双鞋。2018年，胡志勇获得第八届上海市“慈善之星”荣誉称号，受到了上海市领导的亲切会见。

挺立工程图文服务最前沿

胡展龙带领的上海莱特数码图文有限公司是业内较早的专业化文件外包服务商及设备供应商之一。经济建设事业需要大量的图纸来链接设计师和建造者，将设计师的每个想法细节在图纸上呈现，图文服务可以说功不可没。胡展龙秉承“一诺千金，有求必应，服务满意，坚持创新，全面保障”的服务宗旨，其中持续为江南造船厂、同济大学设计研究院、华建集团、中铁设计院、电力设计院、中船设计等众多大型项目服务，默默贡献一份力量。

◎重新定义数字化图纸协同流程

走在全国大型专业图文服务前列的胡展龙一直在探索，通过引进国外先进技术、国内消化国外技术，然后自主研发，深入研究建设单位、图纸设计单位、业主方、监理方等相关协同单位对于图纸生产、传递、存储、修改到销毁图纸的生命周期管理，持续从输出技术、工作协同、流程管理、安全可控等全程服务，从而形成一整套大型工程图纸服务系统，为上海的大项目建设提供有力的支撑。

图纸是工程建设的重要依据。胡展龙联合多家软件机构，重塑数字化图纸协同流程，为用户提供了数字化图纸协同软件系统，该系统可以便捷与设计院的设计管理系统对接，让文件在相关单位进行数字化传递，让设计师、项目经理、业主方、建设方等沟通效率大幅度提升。同时，对设计完成需要输出的图纸进行本地、异地的输出，大幅度提升了图纸的生产效率和可追溯的责任，也让项目的图纸预算管理、信息安全等得到更好的保障。

◎导入革命性的高速喷墨替代传统晒图工艺 以前大批量图纸的生产主流采用晒图工艺，无论是有氨还是无氨工艺都对环境有很大的污染，并且大量耗费能源和人力。胡展龙长期耕耘于工程图纸的生产第一线，多年来一直持续联合多个厂家摸索可以替代传统晒图的新成像技术。在尝试过传统喷墨、激光成像技术之后，终于联合威图研发了整体喷头技术高速喷墨方案，凭借高生



胡展龙

上海莱特数码图文有限公司总经理

产力、智能化、信息化、高效率以及仅有墨水的超级环保工艺，从而解决了众多大工程大批量图纸生产需求，图纸生产效率提升了十倍，而单张的输出成本却下降了十倍。

◎推出工程图纸生产“全面服务外包”模式，引领产品经济走向服务经济

胡展龙坚持摸索改进服务模式，先后经过了由客户购买设备提供按印付费、客户无需购买设备按输出量付费，到现在的客户提供场地由数码图文公司提供工程图纸输出生产规划、设备以及服务、管理、生产等全面的服务，并根据客户阶段性的图纸输出需求随时调整设备数量、级别和服务团队数量和工作时间，客户只需要按输出图纸的数量付费，其它所有都由数码

图文公司用采用先进工艺设备、合理的成本结构和职业团队来提供专业服务。

◎分享创新成果，助推行业发展

胡展龙自进入数码图文、OA行业以来，不单将自己经营的数码图文公司打造成为提供工程图纸印前、印中、印后服务的标杆企业，他作为上海数字印刷行业协会副会长、中国现代办公行业协会副会长，更是致力于上海乃至中国图纸输出行业的健康发展。他在业内尽情与大家分享相关项目的经验和教训，并且辅导新入行的同业者了解工程图纸行业状况或提供必要的帮助。胡展龙对一批又一批业内上门前来观摩或求助者，总是热情接待、现场解答，共享创新成果，以助推行业发展。为了促进上海数字印刷行业协会与中国现代办公行业协会开展深度合作，胡展龙主动牵线搭桥，组织上海数字印刷行业协会参加中国现代办公行业年会、展览会等，开阔视野，拓展思路，为上海企业获取更多价值资讯，带来更多的商机，努力提升上海数字印刷行业在全国的影响力。与此同时，胡展龙不仅带领团队亲自为中国百强甲级单位提供图纸服务，更是深度参与技术引进以及国际先进的服务外包模式落地上海，尽力为上海大型工程建设的图纸生产提供有力保障与更多的借鉴。

扎扎实实在“菜篮子工程”第一线作贡献



钱国良

上海江杨水产品批发市场总经理

1982年，钱国良进入上海蔬菜集团，他先后在集团下属8家单位任职，分别从事过国有企业存量资产管理、生鲜配送管理、酒店及餐饮管理和农产品批发市场、肉类和水产品批发市场等多种业态的经营管理。如今，他立足“菜篮子工程”第一线，坚持以服务推进规范经营、以和谐构建工作环境、以传承推动改革创新带领团队，并创新运用信息化技术立足企业全新的发展。

◎坚持扎根基层，直击难点破瓶颈 钱国良在主管北郊副食品批发市场业务和保鲜冷库业务时，坚持扎根企业基层，注意搜集员工意见建议，并走访了解进场经营户的需求，推出了完善市场经营、调整商品布局、细化客户管理和开展业务培训的措施，促使北郊市场的商品结构趋向合理，企业年收入也随之猛增。北市副食品批发公司面临大额亏损，钱国良临危受命出任总经理，他坚持深入基层调研，针对北市公司的实际，提出把非主业当主业做，苦练内功，突出服务；向管理要效益、向流程要效率、向服务要客户；强化制度建设、流程再造、规范管理、创新工作的目标，通过建立物业管理信息化系统，推动了企业物业资产管理显著提升。钱国良担任江杨水产品批发市场总经理后，恰遇区域内环保综合整治要求重建市场雨污水分流体系，大面积的施工极大影响了场内经营户的正常交易。钱国良不畏困难，带领管理团队扎根现场，认真倾听商户意见，耐心做好商户的思想工作，确保工程顺利进行，结果仅用了半年不

到的时间就完成了雨污水分流的整体改造，大幅度提升了市场整体的经营环境，得到了经营户们的认同。

◎创新管理模式，开辟企业发展新道路 在江桥肉类批发市场筹建过程中，钱国良经过大量调研，全力打造了上海首家全封闭交易的专业肉类批发市场，场内一流的设施、安全卫生的环境、规范的管理、优质的服务吸引了众多供应商与采购商，促使交易量大幅攀升。在塘桥公司任职时，钱国良坚持把“食品安全追溯及电子化交易结算”作为市场转型升级的突破口，运用电子追溯卡，实现了市场客户信息、车辆信息、摊位信息、销售信息、农药残留检测结果等数据的“五合一”。钱国良在江杨水产批发市场了解到水产市场复杂的管理情况后，以区块化管理模式为基础，将食品安全、综合安全、现场管理等整体融合形成“街道长”管理体系，强化了责任分工，管理模式成效显著。钱国良把食品安全作为市场管理的重中之重，推动完成了企业检测室的扩建，引进新增数控超声波清洗器、恒温水浴锅、高通量食品安全检测仪等专业仪器，全面提升了食品安全的管控能力。钱国良主持研发了北市公司“物业资产管理平台”智能化系统，对出租资产实行集约化、扁平化管理，开创了农产品网上批发业务——三林市场农产品网“E批生鲜”，实现“实体批发市场+互联网”新模式。钱国良结合江杨水产公司实际，全力打造企业经营管理活动信息化平台，提高企业管理能级，推动市场大数据的形成，并在此基础上努力探索企业自营项目，努力增加市场份额，扩张对长三角的辐射能力。

◎恪守敬业本色，优化企业顶层设计 钱国良在创建三林市场食品安全追溯及全场电子化交易结算项目过程中，见证了市场正常运营和新老服务器的平稳切换，确保了三林市场食品安全追溯与农药残留检测工作全程的顺利贯通。钱国良在任职北郊公司、北市公司、塘桥公司等企业期间，均获得了“上海市文明单位”称号。钱国良为满足企业人才发展和储备的需求，进一步优化企业顶层组织架构，引入竞争激励机制，拓宽选人用人渠道，通过智联招聘等网上渠道将岗位面向全社会招聘，以规范、透明、公开为基本原则，坚持正确用人导向，在所有符合条件的竞聘者中，通过公开竞聘比选的模式，为真正“想干事、会干事、敢担当”的广大员工提供了发展和成长的平台。

锐意创新校服产业营商大格局

可以说，校服产业承载着一个时代的经济水平、技术水平、审美观念和时尚特点。在徐海斌看来，校服产业不仅具有庞大的市场需求，更是品牌创新的新机遇。他紧跟市场发展的潮流，积极探索校服发展的新方向，不断创新经营理念和管理模式，坚持设计引领与技术改进，寻求校服产业新趋势。他所带领的企业营业额已连续3年破亿元，成为上海名列前茅的校服定制品牌。

◎助力推动校服产业大变革 徐海斌面对国内校服设计千篇一律、品质良莠不齐、服务传统滞后的现状，他坚持以市场需求为导向，充分发挥哈芙琳品牌“专属设计、精工制造、精准服务”三大核心优势，带领团队创建了设计研发、生产工厂、配送服务、品牌营销四大中心，对合作客户进行战略定位。他根据学校需求，制订系统化的服务解决方案，为学校提供个性化、高品质的校服产品。校服如何为教育品牌建设赋能、彰显教育品牌的特色？这对企业发展提出了新的挑战，徐海斌通过分析市场需求，逐步确立校服品牌的核心优势——“专属设计”，并提出“一校一品”的设计理念，他认为针对学校专属文化体系和学生成长的特点，打造的一校一品定制化校服，必将成为未来校服的发展潮流。

◎坚持用技术创新改变传统 如何为学校全方位打造“一校一品”高端定制化校服？徐海斌总结出一套独到的专属设计方法论，即基于学校 SIS 文化识别系统，运用校服设计四步法：风格—组合—色系—文化元素，完美实现校服的功能—视觉—文化的递增值，最终使校服成为学校行走的文化符号。

眼下校服领域盛行的个性化定制多以轻定制为主，即在已经生产好的成品校服上面进行刺绣、印花等二次加工。徐海斌敏锐洞察市场态势，主打深度定制，从面料开始，同步引进 ERP 智能制造和 CRM 客户智能管理系统，实现从订单到设计、计划、生产、仓储和物流的智能化管理，满足不同规模学校的校服定制需求，最终形成柔性快反供应链。他同时注重校服内在品质的提升，从面料到成衣全面遵循国家中小学生校服标准，严格执行“双送检+市场抽检”制度，确保校服产品的品质与安全。

徐海斌始终坚信设计的力量。2009 年率先在行业内组建设计研发团队；与东华大学、江南大学服装设计学院达成战略合作，于 2017 年成立了江南大学哈芙琳校服



徐海斌

上海哈芙琳服装有限公司总经理

文化与设计中心。2017 年，企业首个城市主题系列作品在西安“霓裳杯”全国性校服设计大赛中荣膺一等奖；2018 年，以雄安为主题的城市系列校服作品被评为全国十佳优秀作品。

徐海斌把服务模式的优化与完善放到提升企业核心竞争力的高度，提出了“最后一公里领跑行业”的概念，在校服配送至学生手中的最后一个环节，推出多种精准、高效的服务模式，在校园内开设了“校服商店”，满足校服购买和售后服务，并展示创意文化用品，赋予校服商店更多功能和价值。

2019 年，徐海斌率领公司 IT 技术团队自主研发线上专属服务平台，集尺码收集、预售订购、零售增补三大主体功能，为服务的专属性和定制化探索出新的发展方向，多维度给用户创造极致的服务体验。

◎重视企业人才队伍建设 徐海斌从企业发展战略高度，一是建立激励机制，对高学历、表现优异的人才实施月度奖励政策；二是制定完善的培训机制，提高人才技能，发挥员工潜能；三是建立人才晋升通道，最大限度地激发人才的积极性和主动性；四是做好人文关怀，加强企业文化建设，重视引导和包容相结合；五是致力于打造学习型团队，鼓励员工参与线上或线下的专业深造学习；六是实现校企战略合作，进一步健全完善人力资源支撑体系，为企业源源不断地输送优质储备人才。

弘扬东方珠宝美学 树立珠宝时尚标杆

2017年，黄震掌舵豫园珠宝时尚集团，面临跨界融合、大展拳脚的发展机遇，对他而言迎来了一场职业生涯中的“再创业”。

◎推动战略升级，打造全产业链 在黄震引领下，豫园珠宝时尚集团立足创新转型升级，确立“内生式增长、外延式扩张和整合式发展”的全新战略，通过优化组织架构、夯实产业基础、获取投资和多品牌投后管理能力，并聚焦行业细分市场，衍生、打造垂直生态链，扩大豫园快乐旗舰平台的时尚版图。他积极推动组织架构与团队进化，建立起前台业务组织架构可延展、中台支持及管理组织高度整合各项专业职能，并构建了高效严谨的授权体系。作为集团业务核心支柱的老庙、亚一两大品牌内生式发展不断提速，网点总数突破2400余家，辐射长三角地区乃至全国各地。2019年，集团在“外延式扩张和整合式提升”战略上完成了0到1的突破：IGI（比利时国际宝石学院，全球第二大钻石鉴定与培训机构）成为首个通过海外收购加入集团多品牌矩阵的新业务单元；集团与上游供应链伙伴合资建立的星豫镶嵌工厂项目投产，“投资”与“产业”双翼齐飞、和谐共振，豫园珠宝时尚集团神形兼备、宏图大展。

◎重塑品牌定位，优化供给结构 黄震深知企业长远发展不能依赖于过去积累的品牌红利，必须顺应消费升级趋势，带给消费者新的认知，为品牌注入年轻血液，赋予品牌更深层的创意和影响力。首先，采取老庙“五运文化”与亚一“五爱文化”差异化定位，使双品牌更快地占领目标市场；其次，基于品牌定位和文化内涵提升，快速推出老庙“古韵金”、“时来运转”，亚一“天作之合”等置顶新品；再次，规范全国统一的终端形象、陈列形象、服务形象，建立完善的销售培训体系，提升品牌影响力。老庙品牌还与青岛啤酒、麦当劳等知名品牌强强联手、跨界融合，吸引了年轻主力消费群体，并试水网红直播、素人直播等手段，使消费者对品牌认知一再刷新，老字号品牌焕发时尚新彩。他还着力改变传统黄金珠宝行业以“克”销售计价的旧例，力推“按件卖”的一口价产品，推广高毛利、高工费、有设计感的好产品，旨在调整供给结构，适应消费升级，提升企业核心竞争力。2019年6月，国际金价出现波动式上升，消费观望情绪渐浓，黄震指导团队快速应变，帮助客户进一步调结构，改善销售质量，获得了加盟合作伙伴的全力支持，实现了双赢。



黄震

上海豫园珠宝时尚集团有限公司董事长

◎拥抱互联网，畅想大数据 黄震常说，互联网思维中最重要的一环便是“用户思维”，了解客户方可在工作中有的放矢。然而，对于产业链整合度尚低、产品标准化较低的黄金珠宝产业来说，要做到这一点并不简单，需要强大的信息化、智能化的系统来支撑。2018年伊始，他便积极推动集团会员体系建设。通过多元化系统铺设、与“阿里”合作打造智慧门店、O2O营销、建立加盟好运会员体系等，构建了CRM覆盖全渠道、打通线上线下的基础，使C端数据从“孤岛”升级为整体。2019年，“智能化中台”项目启动，根据黄震与团队的规划，集团SAP系统集成自身产业链上多个系统环节，打通各项大数据以构建敏捷供应链，提升管理效率。一方面，通过终端POS系统、会员系统、RFID技术抓取零售消费数据，绘制消费画像，获取C端需求；另一方面，对上游供应商进行数字化管理，使供应商能直接获取订单数据，从而指导生产、供应，实现C2M的集约化管理。

黄震还带领团队做了不少创新尝试，将智能信息化、互联网思维的触角探入更多省市与渠道：在福建新零售项目接入POS系统、会员系统并加盟终端实现首单销售和吸纳首位会员；在山东、江苏试点新品商城功能直接打通批发客户和供应商数据流；在豫园商圈改造升级的老庙景容楼总店率先融入先进的消费体验服务……通过分析模型，让海量数据产生价值，为精准服务消费者、为企业经营管理提供决策依据。

农副产品配送布局“乒乒响”



黄建义

上海乒乒响农副产品配送股份有限公司董事长兼总经理

2012年，黄建义创办上海乒乒响农副产品配送股份有限公司，取名“乒乒响”，乃借上海方言俚语，其寓意是“质量品质过得硬，经得起敲打；做人做事过得硬，经得起考验；口碑好的不能再好。”

◎**多维度战略思维，延伸农副产品配送布局** 黄建义率领公司团队全力打造上海本土品牌“乒乒响”和“易青腾”，融合在上海本地的10000多亩农业种植基地、10000多平方米的生产配送分拣车间、9000多平方米的研发办公大楼、200多家合作单位、100多个合作品牌，逐步将原来的农副产品配送企业转型为餐饮食材供应链服务企业。乒乒响集种植、生产、分拣、销售、服务于一体，现销售16个大类计10000多种农副产品，服务客户达400多家，年产值达到3亿多元。同时，黄建义还积极开拓社区生鲜直送、微菜场线上销售、企业客户员工福利平台等互联网销售模式，以多维度战略思维，努力延伸农副产品配送布局。

◎**从实际出发，与时俱进，不断保持企业活力** 黄建义坚持一切从实际出发，与时俱进地提出一系列新观点、新要求，成为乒乒响始终保持蓬勃生命力、创造力的关键所在。从2005年起，黄建义率先在行业中投入研发资金和技术，开发了农副产品行业的ERP管理系统，并取得了15项计算机专利著作权，促使乒乒响在完成了企业信息化管理的转型后成为农产品销售行业中鲜见的“高新技术企业”。同时，黄建义在企业内部设立了1室9部的现

代化企业架构，稳固了农业企业工业化标准生产、商业化运营的管理基础，成为“浦东新区农业产业化重点龙头企业”。2015年，黄建义率领乒乒响投身资本市场，于2016年成功在全国中小企业股份转让系统挂牌上市，成为行业中首家在“新三板”上市的企业，并于2018年获得“2018新三板创新品牌价值100强”的殊荣。2017年，黄建义又提出企业在香港主板上市的举措，经过2年的前期准备，2020年公司将正式在香港申请上市，届时有望成为首家上海地区在香港上市的农业企业。

◎**以质为根，以诚为本，以德为先，以信为生** 乒乒响品牌建设离不开人才这一核心要素。黄建义提出了“德才兼备，以德为先”的选人、用人标准，细化考评办法，不断完善企业的考评机制，从过去的抽象化、概念化考评，转变为制度化、规范化考评，同时又不失失人性化。在黄建义的带领下，乒乒响经营规模从原来年销售10万元到如今年销售3亿多元，改变的是销售的规模、团队的规模、企业的规模、品牌的规模，不变的是“民以食为天，食以安为先”的经营理念。黄建义将食品安全放在企业经营第一位，严格遵守《食品安全卫生法》和各项标准规定，特别是食品安全追溯体系的建立和完善，使乒乒响通过了ISO9001质量管理体系和ISO22000食品安全管理体系双认证，并成为“长三角重要产品追溯联盟单位”、“上海市重要产品追溯体系建设示范项目”，这都离不开黄建义追求的“以质为根，以诚为本，以德为先，以信为生”的商业信条。2019年，农副产品市场上的猪肉价格一涨再涨，黄建义说，现在国家有压力，市场有压力，社会有压力，不能再单纯考虑公司利润给客户涨价了，要助力稳定市场价格，即使公司受到点损失，那也在所不惜，相信一定能一起扛过去的。就这简短的一句话，乒乒响从2019年7月起，猪肉类产品一直保持零利润，销售额达到2000多万元，投入生产和管理成本达到50多万元，为完成社会赋予的责任尽自己的一份担当。

2019年第二届中国国际进口博览会期间，由黄建义担任餐饮食材保障工作组长。他整整奋战了30天，共配送生鲜蔬菜及其他各种原料91吨。在黄建义的主张下，首次在大型国家保障任务中使用免洗菜，使场馆中的餐厨垃圾产生量大大减少，比第一届进博会垃圾产生量下降了35%，协助进博场馆内的垃圾分类倾倒问题得到解决，顺利完成了进博保障工作，黄建义被授予“进博荣誉贡献奖”。

让顾客感受与众不同的服务体验



章懿

上海新丸商业运营有限公司总经理

章懿作为新世界大丸百货的掌舵人，开拓进取，创新发展，为企业跳跃式发展做出了不凡的贡献。

◎临危受命，用业绩实现逆袭 2015年初，百货零售业遭遇电子商务和商业地产的双重打击，再加上经营同质化的现象泛滥，零售行业面临严酷的市场挑战。章懿临危受命，受上级委派，担任新世界大丸百货总经理。他带领一支组建不久、初出茅庐的年轻团队，投入到招商工作中去，废寝忘食地工作。章懿一手抓建章立制，一手抓调整发展，以高度的责任感有序开展各项工作。首先，在管理架构上采用扁平制，减少了以往百货行业叠床架屋的繁琐管理模式，把积极向上的年轻干部推上业务第一线。其次，从容面对员工的担心、销售的低落、顾客的责难、品牌商的怀疑，推行了品牌、店铺、员工“三位一体”的维稳工作，整合内外资源，分别从主题、文化、新媒体、会员等方面推出了形式新颖的营销活动。再次，大力倡导“礼仪为先，顾客之上”的日式服务理念，推出了十大服务体系，让顾客感受到与众不同的服务体验。这一系列措施实施后，新世界大丸百货逐步走出困境，五年多来，从无到有、从弱到强，成为上海乃至国内较有影响力的商业企业。

◎做专做精，打造上海化妆品第一商场 上海商业强手林立，初出茅庐的新世界大丸百货如何做出自己的特色？章懿拍板做大做强体验感强、消费频次高、又符合高档格调的化妆品，而且要么不做，要做就做全市第一！章

懿以做上海化妆品品牌数量最多、品质最高、销售最强的商场为目标，不断调整引进高端的、知名一线的时尚化妆品品牌。通过几年的努力，如今已做到上海化妆品商场的品牌数量第一、品牌业绩第一、品牌档次第一。

◎精准定位，走出“文化为魂”的新路子 新世界大丸百货在诞生之初，就有日系“基因”，商场的文化、服务、理念都有着独到的日系元素。章懿更敏锐地意识到，现代百货的生存之道就是迎合市场的发展，因此在经营中不断调整自身结构，迎合和满足消费市场年轻化、潮流化、品质化的需求。2016年，新世界大丸百货引进奥特曼展，从此一战成名，成为上海、长三角乃至全国的日系动漫大IP展会的高地。近年来，更连续不断地推出具有轰动效应的日系动漫展，如：奥特曼、龙珠、圣斗士、轻松熊、足球小将等多场展览，吸引了大批消费者前来。IP展成功的背后，是章懿“文化为魂”的商业理念，即突破传统价格营销模式，以商旅文联动升级转型，着力将文化体验融入商业空间，使消费者在享受购物乐趣的同时，更能获得不同文化类型带来的独特体验。

日式会员管理和会员维护模式，也是新世界大丸文化的体现。在新世界大丸百货开业伊始，章懿就着力于会员的开发和维护，并不断提升其体验。形式多样的入会渠道和人性化的会员积分使用制度推行后，吸引大批高质量会员。截止2019年7月上海新世界大丸百货在册会员总数为42.5万人，会员销售贡献率占58.2%。个性化时代，百货商场之间营销活动的竞争也愈加激烈。章懿打破营销雷同化、宣传平庸化、活动同质化的局面，结合商场自身定位及客群，制定更为精准适用的营销方案。在这一理念下，独具日系百货特色的新春福袋成为爆品。新春福袋活动首次采用异业合作的方式，除了店内自有商品，又加入了日本药妆、居家用品、话剧观展券、温泉体验券等商品，引领了上海日系百货的福袋营销模式。2019年的福袋活动期间整体商场购买率达到12.1%，同比去年购买率上升了7.9%；商场销售达到2193.3万元，同比去年福袋期间销售增长64.2%。

新世界大丸百货是全国资的企业，自觉肩负起了引领南京路商业街上高端百货标志的重任。章懿作为新世界大丸百货的掌舵人，作为一名共产党员，始终牢记使命，在工作中严格要求自己，坚持学习，不断丰富自己的工作实践，以勇于开拓的创新精神带领企业努力前行。

努力塑造本土团餐行业领军品牌

2003年7月，上海外高桥保税区开发股份有限公司研究决定，在保税区内创办一家为外来投资企业提供安全用餐的餐饮企业。韩文受命之后，立即参与投资创立上海珍鼎餐饮服务有限公司，并决心将其打造成上海本土团餐行业的领军品牌。

◎ 艰苦创业，勇于探索创新

珍鼎餐饮创办初期，各方面的条件都十分艰苦，尤其是当时正处在“非典”时期，招工难、投资大的矛盾非常突出。韩文没有畏惧，没有动摇。他凭借多年来的餐饮管理经验和勇于探索创新的精神，带领着公司团队一起努力，没日没夜地干，终于取得了第一张非典后颁发的热链保湿的桶饭和盒饭许可证，并率先通过了全球著名机构SGS的HACCP和ISO22000质量体系认证。韩文在公司内部从不任人唯亲，坚持做到公开、公平、公正，从而确保公司招聘用人机制的良性发展。不但如此，韩文还给年轻人提供以展示才华的平台，大力培养年轻人，让年轻人走到台前，努力创造一个新“珍鼎”。

◎ 亲力亲为，源头控制品质 为了消费者能吃上优质、放心的蔬菜，防止食物中毒事件发生，韩文经常亲自驱车赶到公司蔬菜直采基地——崇明蔬菜基地检查工作。他仔细观察蔬菜的品质，并抽检部分蔬菜的农残，他将菜的样品放在化验室的台子上，亲自拿着试验器具做测试；他亲自查看蔬菜基地运用多种物理方法消灭虫害，减少农药的使用，更加保障了蔬菜的安全性；他一头扎进保温棚内，查看自动浇灌系统能否保证蔬菜及时补充水份，让消费者能吃上鲜嫩的蔬菜。珍鼎餐饮一直以来坚持使用绿色、无公害的食材，并从源头上控制食材的品质，严格按照“餐饮服务单位食品安全ABC规范化管理”的要求，为广大客户提供安全放心的菜肴。

◎ 互联网+，科技引领发展 珍鼎餐饮看似传统行业，但韩文是一位具有创新观念的领导者。他经常外出参观学习，不断把科技产品引入公司，公司中央厨房先



韩文

上海珍鼎餐饮服务有限公司董事长兼总经理

后投入了蒸饭机、炒菜机、包子机等高科技设备，把原来需要人工完成的工作转交给不知疲倦的机器去完成量化工作，降低了员工的劳动强度。每当有客户来中央厨房参观时，都会为珍鼎餐饮高大上的先进设备而赞不绝口。公司还用上了含有芯片的智能餐盘，减少了人工计价的环节，加快了用餐者排队买单的速度。韩文说，科技是第一生产力，只有坚持学习，不断提升自我，快速掌握新知识、新技术，才不被时代所淘汰。2017年，珍鼎餐饮与多家电商外卖平台合作，并开发了公司的公众号，开启了互联网+的征程。

◎ 富有爱心，投身社会公益

韩文是一个富有爱心且有付诸行动的人。他在浏览网页时看到云南省大理白族自治州漾濞彝族自治县百姓生活贫困，于是在2019年4月自费前往当地进行考察，发现当地生活非常困难，上学的孩子穿着破旧。韩文看在眼里痛在心里，决定要帮助这些贫困孩子的家庭。他经过精心策划，于当年9月在公司现场开展了精准扶贫项目——“云南漾濞县原生态食材美食节”，由珍鼎餐饮主厨使用云南漾濞当地食材烹调过桥米线、酸辣鱼、汽锅鸡等多款云南特色菜品，同时帮助销售当地贫困户带来的大量红米、牛肝菌、天麻、乌骨鸡、核桃油等土特产品。此次活动不但让上海消费者品尝到来云南漾濞的美食，也让漾濞贫困户满载而归。漾濞当地负责人在活动结束后与韩文热情拥抱，并将一面“扶贫助困、情寄漾濞”的锦旗赠予韩文，感谢他为漾濞脱贫作出的努力。韩文无论在侨联、民盟、行业协会以及在上海大学MBA担任企业导师等，都积极参与、热心助人、不计报酬。

珍鼎餐饮作为本土品牌，扎根上海，服务各类消费者，是企事业、政府机关的首选服务商之一。如今珍鼎餐饮的日服务量超过3万人次，年产值超过2亿元。珍鼎餐饮相继被评为“中国团餐百强企业”“上海著名餐饮品牌企业”“上海市食品安全示范企业”“上海市五星级诚信创建企业”等称号。

精益求精打造一线商业地标

韩置从事商业地产行业已有 20 余年，现任太古地产零售业务董事，负责公司亚洲区零售物业组合的租赁及管理，其中包含上海兴业太古汇、北京三里屯太古里、成都远洋太古里和筹备中的上海前滩太古里等一线零售商业购物中心。

◎精益求精打造一线商业地标

韩置对待工作一丝不苟，关注细节，高标准、严要求，业绩斐然。韩置以太古地产零售业务董事的身份扎根于上海，他承袭了太古地产精益求精的经营理念，指导了兴业太古汇项目开业以来的营运和持续升级，使其成为申城最热门的潮流商业地标之一。兴业太古汇项目于 2017 年开业后，韩置以敏锐的市场嗅觉及国际化视野，结合创新意识 and 数字化体验，与项目管理团队一起夯实基础，稳健而快速地带领兴业太古汇度过了商场开业之初的培育期。该项目以全新的品牌战略和“爱混敢嗲”这一特别的营销定位，吸引了众多上海市民及外来人士，尤其是以 80 后、90 后为主的新消费群体。又以星巴克全球第二家甄选烘焙工坊为首，先后引进了 27 家中国首店、46 家上海首店以及 23 家已有品牌的新概念旗舰店。在商户组合方面，美妆长廊、体验型特色餐饮、混搭业态组合等，也形成兴业太古汇相较于其他购物中心的竞争优势，成为“上海购物”品牌的新助力。同时，为了支持“中国制造”，扶持中国本土品牌，为以蔚来汽车、网易严选为代表的一系列国产品牌的传播提供了有力的协助。

韩置带领着前滩太古里项目团队，以最高的标准推进着项目软硬件建设。从设计到建造、从定位到招商，充分体现了韩置的战略性思维及精益求精的行事风格。他出于高度的责任心和对最终出品的完美追求，大到商场业态组合的规划，小到宣传标语的咬文嚼字，处处亲力亲为、尽职尽责。即便公务众多，他仍然坚持每两周与前滩团队举行设计会议，定期前往现场样板间参观包括地砖、墙面、立柱等材料、颜色及风格等，以一个消



韩 置

太古地产零售业务董事

费者的身份去感受商场的整体设计，以做出对消费者来说最有趣、最合适的选择。在招商方面，韩置与团队多次去拜访国内外一流品牌企业，参观国内外最新潮流流行的地标，希望将其引进到前滩太古里项目中来，继续为上海乃至中国的消费者带来更多的“首店”和“新概念店”的体验。

◎海人不倦培养一流商业人才

太古地产向来重视培养员工的主人翁意识，韩置对于团队建设及人才培养理念很好地体现了这一文化。他用中国传统文化中“老师傅传帮带”的做法，将自己的专业知识和经验传授给团队成员。他欢迎并鼓励下属提出见解，只要其想法或建议有价值，他都会虚心接受和采纳。韩置时常劝诫年轻同事要戒骄戒躁、打好专业知识的根基。他具有长远眼光，一直在管理层中倡导按阶段不断培养后续人才库的理念。韩置积累了十分丰富的工作经验，对于商业地产的可持续有效发展有着一套专业并且独特的见解。为了使这份宝贵的知识财富和实操经验能为更多的商业地产人才所学习与运用，打造中国商业地产人才可持续发展的生态圈，他加盟了国内外享有权威名誉的易居沃顿商学院并且成为了一名特约导师，旨在为中国商业地产培养更多优秀人才。

◎乐善好施传递一份温暖至爱 韩置乐于奉献，积极投身于各类社会公益活动中。他鼓励公司员工充分认识个人在社会中的责任，参与各种形式的公益活动。在繁忙的工作之余，他特地参与了福慧教育基金会组织的活动，亲自前往四川省美姑县民族中学探访了贫困学生，并积极动员自己身边的亲友和同事关注并支持贫困山区儿童学习的公益募捐，带动更多的人共同为社会公益事业添砖加瓦。他每年都会参与由上海联劝公益基金会组织的“一个鸡蛋的暴走”公益筹款活动，通过创意的方式向熟人网络募集善款，帮助贫困地区的孩童。他主张公益活动不应止于“苦情”，更多的是希望亲力亲为让身边的人感受到社会公益的互动与快乐。

努力打造人性化、家庭性、有文化的生活体验场所

——记上海陆景置业有限公司/金桥太茂董事长吴少聪

金桥太茂乃上海滩一个颇具魅力的商业地产项目。“金桥太茂不只是一个购物商场，而更是一个会思考的商场，是一个让人与人、心连心、一起享受生活的地方。”——作为金桥太茂投资方的上海陆景置业有限公司董事长吴少聪如是说。

吴少聪恪守的职场信条是：“客户价值至上”。金桥太茂坐落于浦东新区金桥中心区域，商业体量达到7.7万平方米。整个商场同时还容纳高端生鲜食品超市、快时尚和主流运动品牌、餐饮美食、娱乐休闲、电影院、亲子教育等丰富的业态组合，力求满足周边地区众多客户群对于高



品质的美好生活需求。鉴于极具前瞻性的商业业态定位与后期饱满的执行力，在开业后的6个月，金桥太茂便获得了由英国皇家特许测量师学会（RICS）颁发的“2017年最佳商业团队奖”的殊荣。

吴少聪认为，从事商业地产经营的企业担当是让项目具有温度，要努力把商场打造成为人性化、家庭性、有文化的生活体验场所。金桥太茂不断构筑完善的客户服务体系，着力于顾客满意度与获得感的提升，为广大消费者营造一个高质量体验度的商场。金桥太茂在日常运营中还设置了雨伞租借、轮椅租借、婴儿手推车的租借、手机充电、提供针线包、应急药品、礼品包装等多项增值服务；金桥太茂积极参与主管部门开展的争先创

优、放心消费承诺宣传、夜间经济调研、推进双拥工作、扫黑除恶、防止高空坠物安全检查等活动，并被定点为浦东新区消

费者投诉联络站；金桥太茂积极参与并配合金桥镇与管委会组织的“益起精彩”公益活动、金桥电竞嘉年华、免费午餐巴士等各项活动。金桥太茂相继荣获浦东新区商业创新服务大赛特色服务奖、浦东新区购物中心统计工作先进集体等称号。

在今年防疫阻击战中，金桥太茂井然有序、科学高效的防控举措可圈可点：1月17日，金桥太茂在第一时间就迅速制定出了具体的公共疫情防控预案和 workflows，全面实施具体的防疫工作。根据此次疫情的程度迅速启动了三个疫情管理等级中最高等级的三级疫情管理，实行分级分层管理、专人专岗、多组协作的全方位、无死角科学防疫，依照公共疫情处理标准作业流程图有条不紊地开展了系列防疫管控，邀请专业消毒公司对现场进行消杀工作，清洁消毒室内、公共区域空调过滤网，开放所有排风机、送风机及楼道窗户，对生活水箱间每日进行消毒，特别是排水沟消毒，按照每日至少两次消毒并做好记录等等，切实有效地保障所有



租户和顾客的安全。为何金桥太茂可以如此沉着应战？这完全得益于吴少聪所注重推行的现代企业科学管理制度，讲求前瞻思维、价值导向。在其主导的精细化管理体系中，尤其是把日常的危机管理置于同行的领先地位，金桥太茂多次组织开展危机处理的相关培训，仅在2019年的3月和9月就分别开展了两次大型的“全方位、全过程、全覆盖”全员危机处理演练活动，其中就包括了突发疫情的内容。这使得金桥太茂在面对这次突如其来的疫情，做到了沉着应战而不至于临战磨枪，应急防疫预案和措施领跑行业，足见其应急处理的管理水平非同一般，也为同行树立了标杆。

近年来，实体经济饱受电子商务冲击，举步维艰，其中也包括对于商业地产经营的担忧。吴少聪却对商业

地产的长期发展前景看好，他表示从国内外的经验来看，消费者对商场的需求将长期存在。而中国是一个具有高度成长性的大市场，充满着无



数令人兴奋的元素。他始终认为：未来的商业竞争，不仅仅是产品的竞争、渠道的竞争，而是资源整合的竞争、终端消费者的竞争，谁能为消费者创造更好的体验和价值，就能立于不败之地。

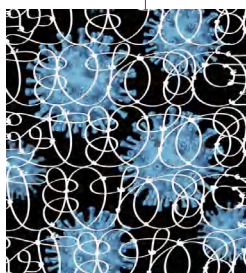
试论防控疫情引爆线上需求对商业格局走向的影响

上海商学院教授 顾国建

一、防控疫情以来线上需求爆发，并将影响未来商业发展格局的走向

1、线上零售额会更快速增长。在特殊的市场环境（如此次疫情）之下将成就其为零售业主要销售额的担当者。

2、零售业中卖菜的超市其发展将呈现加速度的线上线下全渠道发展的新格局。围绕着线上线下融合收益平衡点的探索将会成为新格局中的关注点，但出彩点会在各区域领先的零售商户。



3、风险投资基金将会开启新一轮对生鲜电商的投入。一些已经筹资困难的生鲜电商可能会逃过资金链断裂的一劫，生鲜电商大战将会进入第二轮。

4、政府会把生鲜电商纳入市场保障供应的“菜篮子”“米袋子”工程。具有线上运作功能和线下供应链能力的零售商将会得到政府的青睐和政策支持。

5、零售到家服务成为社会公共服务工程设施将在国家层面着手研究启动。大公司率先在一些城市里试验无人驾驶技术驱动的货运车和搬运机器人，开始实施智能化的零售到家服务系统。

6、实体零售商共同发力线上，中国线上市场几家平台电商独占的格局将会被打破。未来中国商业的大格局将会是平台电商与区域零售商全渠道竞争并在各自的市场里相互称雄的时代，线上与线下的融合将会是多元化和多维度的，任何零售商的生存都将在自己独特的视角维度和细分的目标市场之中。

二、实体零售商迅速转型线上的动因

1、此次防控疫情采取的是居民宅

家封闭式自我隔离的非常手段，消费者无特殊情况不会外出购物，购物需求只要有可能完全转向线上，线上购物已经成为疫情时期消费者的刚需。

2、随着疫情防控等级的升级，城市的社区封闭式隔离和农村的村镇封闭式隔离，快递小哥已经无法进入社区，社区居民线上购物的团购化成为必然，而实体零售企业具有开展社区团购的天然优势。

三、实体零售商线上模式的比较和差距分析

1、线上模式多元化的优势。实体零售商线上模式具有一对一的到家服务、一对多的社区团购服务，多家第三方服务平台的接入式服务，在经营方式呈现自营、联营等多种方式，多元化优势明显。

2、相比前置仓电商模式的优势。一是实体零售商采取的是店仓合一的线上物流配送模式，但店铺具有销售功能不同于前置仓模式的关键；二是实体零售商的店铺商品品类要比前置仓丰富得多，对消费者的满足度大，毛利率综合平衡优势明显；三是此次实体零售商大举进军线上的企业都是各区域领先的零售商，在供应链上具有明显的区域优势。

3、对第三方电商服务平台的态度。目前绝大多数实体零售商线上业务大多是第三方服务平台的接入形式，比如美团、饿了么、京东到家等，但这种接入模式是线上流量的输入，而没有供应链的输入，对有一定规模的实体零售商而言，一定要坚持自营为主的方针，发展自己的线上系统，而对与第三方服务平台的合作要根据自身的发展实际逐步地决定其取舍。



4、相比盒马鲜生电商模式的差距。实体零售商拓展线上市场，目前与盒马鲜生之间的差距还是明显的，主要表现在：一是线上APP系统的运作水平；二是线上线下融合运作的效率，现在实体零售商一家门店一天里有300单线上订单处理已经是显得吃力，而盒马一家门店的线上订单可以处理10000单以上；三是盒马线下门店的商品布局陈列是经过数据分析配置的，配以店内的悬挂链系统可以让线上商品的选拣路线最优化，可以做到出单快，30分钟到达。因此实体零售商要发力拓展线上市场可以把盒马鲜生作为学习样板。

5、实体零售商发展社区团购具有天然的优势

一是靠近社区便利，此次疫情验证了便利性对顾客生活需要的重要性；二是配送成本低，对社区的团购是一次或多次集中配送，相比快递小哥到家配送成本更低；三是商品品类丰富，综合毛利率高；四是整体和独特的区域性供应链优势。

四、实体零售商线上市场拓展的要点

1、思想上要去掉暂时和短期的心理状态，树立长期的战略思想；

2、企业资源重点向线上倾斜，包括人财物和支持政策；

3、线上运作系统与线下运作系统要高效对接与融合，首要做到线上线下商品库存实时的一致性；

4、线下品类管理的经验可以在线上借鉴运用，但不能照搬；

5、对线下门店开展线上业务要制定积极的激励政策；

6、稳步发展坚持不烧钱的线上发展原则。

防控疫情给生鲜行业带来的思考

上海商情中心 上海市副食品行业协会

新冠肺炎疫情突发以后，随着防疫抗疫的展开，给生鲜消费市场带来许多新变化，也给生鲜行业带来新命题。

◎头部企业产销一体化能级凸显 防控疫情，头部企业日常积累下的种养殖、加工、配送、销售的规模化、标准化、一体化的优势凸显，资源组织响当当，全力保供不含糊。清美集团具有从种植、养殖、加工、运输到终端销售的全产业链，经营包括蔬菜、肉禽蛋、水产、水果、半成品、熟食、豆制品、面制品、调味料、米面粮油等 3000 多款产品，覆盖了生鲜食品的诸多方面。春节期间，清美集团在各地的农业基地、4 大工厂、300 多辆自营冷链车不休息，260 多家清美鲜食门店不打烊，供应足、品类全，鲜食产量较去年同期增长近 5 倍，门店销售增长 1.5 倍，给市民生活带来了便利。

◎大市场的枢纽稳压器作用强化 面对疫情，上海西郊国际、江桥、江杨、上农批等各大批发市场发挥枢纽作用，确保城市生鲜供应稳定。作为上海客菜主流量市场的江桥批发市场及时联系广东、福建、海南、云南等产区扩大蔬菜供应量，江杨农产品批发市场积极联系崇明、浦东、奉贤等本地蔬菜供应基地，整个蔬菜集团可供市场周转供应量保持在 5000 吨以上；上农批发挥江苏、安徽、山东蔬菜主供应基地作用，加强与云南、海南反季节蔬菜的对接力度，加大江浙基地绿叶菜的供应，日均蔬菜投放量超 500 余吨。批发市场作为枢纽，稳压器作用凸显。

◎标准化菜市场、商超、生鲜电商三足鼎立之势可待 疫情期间，居家生鲜消费需求激增，一次采齐多天需求量的消费特征明显。购买便利、菜品丰富是用户选择线下买菜的主要因素，而不出门成为线上买菜的主要动力。上海各区菜市场里蔬菜品种丰富，供应充足；如果想买菜的同时一站式购齐方便食品和生活用品，很多人把超市作为首选，多家超市凭借完善的生鲜供应链、产地配销体系，表现亮眼。很多消费者更趋向就近买菜，而社区生鲜店显示区位优势，具有很大的购物价值。

◎新零售入场迎生鲜变革 买菜线上服务在疫情中助力市民安心宅在家。消费者在家登陆各实体卖场的到家服务平台呈现高速增长趋势，预计会长期影响超市行业的转型



动力。在线买菜、抢菜也成为“热词”，不少消费者定闹钟起床抢菜，很多老年消费者也学会了网上买菜。叮咚买菜、食行生鲜等买菜专业生鲜电商和苏宁到家等平台类生鲜频道带动了到家业务订单量的增长。销量上升的背后，是新零售和生鲜电商的供应链实力比拼。清美集团加快线上买菜模式“清美鲜到”的上市步伐，前置仓可覆盖周边 1.5 公里，28 分钟即可宅配到家，全年建设前置仓 300 家，可基本覆盖全上海；光明乳业旗下的光明随心订也全新上线“送菜到家”服务，当日采摘、全程冷链配送，让消费者居家即可买到新鲜蔬菜，亦可随心选择每天送、隔天送、三天送。

◎蔬果奶成为家庭日常标配刚需生鲜品项 消费者对新鲜蔬菜、水果需求量不断攀升，蔬菜、水果、乳制品成为菜篮子标配的刚需。叮咚买菜春节七天平台销售蔬菜总量达到 1000 吨，食行生鲜春节期间蔬菜销量占比 55%；消费者对水果品质要求不断提升，特别是进口高档精品水果需求量逐年增多。

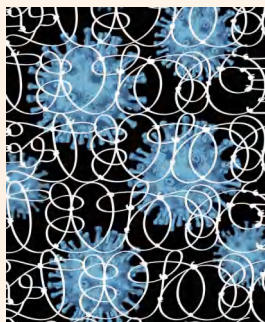
◎生鲜精深加工具有广阔发展空间 追求精致生活成为生鲜发展的机遇，品质半成品、熟食和冷冻产品消费市场日益扩大。叮咚买菜平台扩充盆菜、半成品类、快手菜品供应，在家简单加工就能做出丰盛菜肴；清美集团推出年菜大礼包，从冷菜点心到热菜、汤，一应俱全。将餐饮菜品标准化生产，可研发大量半成品预制菜，为新餐饮提供了较快的复制速度。冷冻技术的提高和运输链的完善，冷冻产品在餐桌食材中占比也越来越高。

◎中国餐桌日益反映国际化的程度 疫情下的中国消费市场也冲击了世界食材的供应格局。以水产批发行业为例，往年红火的春节海鲜市场今年格外冷清，鲜活帝王蟹、波士顿龙虾、珍宝蟹等大型海产品不太适合家庭消费，超过 9 成通过餐饮渠道消化，而餐厅酒楼受疫情影响处于停业，市场需求一落千丈，价格下探到历年春节市场最低。对于进口海鲜而言，中国市场的变化也对国外厂商产生了影响，俄罗斯帝王蟹短时间内发生暴跌，部分捕捞企业已停止作业。因此，中国市场也影响到世界食材舞台的格局，从一定程度上反映了中国餐桌的国际化程度。

初探防控疫情引发的加速替代

◎“线上购物”对“线下购物”的加速替代

尽管我们早就形成了线上购物的习惯，但是经历这次新型冠状病毒感染肺炎疫情之后，这个习惯还会被深度发掘，比如买菜，之前人们还是习惯去菜场，但是这次之后，很多人将青睐于网上买菜了。如果仅从购物方面来讲，未来的绝大部分会在线上完成，即便是线下场景产生的交易，也会在线上进行，就好比你去商超买东西，手机当场就可以下单，然后很快送到你家里。



◎“体验式场景”对“传统实体店”的加速替代

既然购物绝大部分将会在线上完成，那么实体店的存在价值在哪里？未来的实体店不再是以“销售产品”为中心，而是以“提供体验”为中心。许多人去实体店不是为了买东西，而是为了购买各种“体验”。消费者的需求已经从对产品的满意度升级成为精神层面的满足感。商家需要营造出一种消费场景，实体店只要能够做到这点，一定大有可为。

◎“线上获客”方式对“传统获客”方式的加速替代

经历这次疫情，很多企业发现“线上获客”能力的重要性。无论是何种类型的企业，都应拥有一种从线上获客的能力。传统的获客方式无非是电话、广告、分销等等，但是这些模式的主动权越来越小，而且成本将越来越高。而线上获客的本质是靠内容获客、是靠价值获客。未来各种线上平台会越来越开放，图文、短视频、音频等各种形式都有，你必须创造出有价值的内容去吸引你的客户。

◎“线上教育”对“传统教育”的加速代替

经历这次疫情，很多人已经习惯了在家里学习。传统的学习培训机构必须加速转型，就像互联网改变了产品的流通路径一样，互联网同样也改变了知识传播的路径，以前知识传播只能在教室才能发生，每个老师只能面对几十个、上百个人授课，而现在可以在线上对上万人、几十万人授课，而且学生来自各地，包括落后山区（只要有网络）。这就是线上教育的核心优势，促使教育资源大众化。

◎“线上办公”对“传统办公”的加速代替

这次疫情，让大量人群习惯于在家里办公。未来写字楼租赁行情可能会进一步萧条。与此同时，各种线上办公

软件会加速盛行，尤其是能够实现个体协同的办公软件将被加速普及，除此之外个体使用的办公家具也会流行，线上协同工作将是未来线上办公的主流。

◎“线上免费”对“线上收费”的加速取代

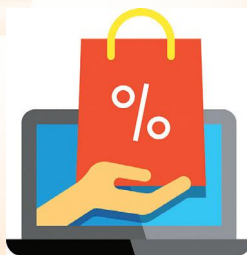
这次疫情让徐峥的《囧妈》放弃了院线，改为线上免费收看，颠覆了传统电影业的盈利模式。这是一种必然，因为线上免费是大势所趋。随着社会的发展，未来线上会有越来越多的东西开始免费，越来越多东西的利润开始无限接近于零，那么商家靠什么盈利呢？靠收费的后移。今后线上商品的利润环节越来越后移，甚至是隐藏的，比如广告、衍生品可以赚钱等等。

◎“新型医疗”对“传统医疗”的加速代替

这次疫情，让人们看到了科学医疗体系的重要性，医疗问题的核心在于医疗资源的更加合理的分配、关键时刻医疗资源的调度能力、医疗资源的协同性和共享性。经历这次疫情之后，医疗体系的改革会加速推动，比如互联网如何参与、民间资源如何参与、不同区域之间如何打通等等。

◎“智慧城市”对“传统城市”的加速代替

这次疫情发生后，如果武汉每一个市民的情况都被掌握，每一个人都可以被精确追踪，每一个流动人口都可以被定位，那么处理起来会更加井然有序，这就是智慧城市的价值，体现整个社会的管理水平，相信经历这次疫情，我国在智慧城市上又会更进一步。智慧城市包括：交通管理、物流供应链、应急灾备、信息溯源等全面数据化，甚至具备人工智能的灾备预测等。



◎“现代化治理”对“传统治理”的加速代替

有了智慧城市，就会有更加科学的治理手段。经历这次疫情，治理方式也会被倒逼着改革，比如信息披露的节奏等等。现代化治理一定是以事实为依据，以人民群众的生命财产为第一考量，需要吸取经验教训、做好总结并加以落实。

◎“新生活方式”对“旧生活方式”的加速代替

经过这场疫情，人们的认知发生了改变，大家终于发现：免疫力才是一个人最大的竞争力，身心健康将是未来检验一个人价值的关键指标，于是，必然会催生一种新生活方式进入人们的视野。

2020年中国商业十大热点

1 国内市场销售持续稳步增长，消费结构和营商环境继续改善

2020年，中国将继续坚持稳中求进的工作总基调，在稳就业、稳金融、稳外贸、稳外资、稳投资、稳预期的政策措施下，消费将继续发挥经济增长第一动力的作用。同时，2020年是脱贫攻坚战的收官之年，中国贫困人口将全部脱贫会有力促进消费。国务院发布《优化营商环境条例》自2020年1月1日起施行，必将对企业投资起到有效的促进、激励作用。另外，中美贸易摩擦紧张程度趋于缓和，“一带一路”带动中国对外投资和出口增加，对于稳定经济增长、扩大国内市场消费也是一个利好。居民消费价格指数总体仍保持温和上涨，社会消费品零售总额保持中速增长。

2 夜间消费热度升高，辟出商业“新蓝海”

夜间消费成为塑造强大国内市场极为重要的新动能。其中吃和买是起点，文化、旅游方面有很大空间。发展“夜经济”需要在城市管理、治安防控和经济发展三者之间找到平衡点；需要在时间和场景上延展消费链条，针对不同人群需求提供多元服务以拉动消费；夜间消费产品要注重差异化，因城施策；选择夜间消费商圈时，交通便利性应优先考量。

3 服务消费需求快速提升，餐饮业繁荣兴旺渐入智能化时代

伴随居民消费向个性化、品质化升级，服务消费潜力必将呈现爆发式释放，特别是旅游、文化、体育、健康、养老、教育培训等高品质服务消费将领先增长。传统餐饮服务业向现代餐饮服务业转变。

4 消费与流通加速转型，强大国内市场有望形成

不仅要扩大市场规模，更要实现

高质量发展，关键点是在提质基础上增量。抓住消费升级的机遇，加大研发创新、品牌培育、诚信环境改善等，是中国提升全球价值链分工地位的有效途径。流通业加速变革，以创新和转型的具体行动适应着消费需求与竞争格局的持续变化，涵盖城市与农村、线上与线下的“全面下沉”、“全渠道经营”，成为大型零售企业的重点战略。

5 零售业态创新层出不穷，新商业模式对标多元多变的消费需求

为了满足新生代多元多变乃至特殊的消费需求，零售行业不断推出新零售业态、新商业模式，包括加速拓展电商渠道，利用快闪店试水，开发单身经济，实施首店经济，渗透社区等，以寻找新的增长空间。

6 数字化成为商业领域新常态，流通变革全面促进生产生活方式重构

大数据算法成为准确破译市场需求的不二法门；数字化信息系统将大幅提升零售业的连锁扩张速率；自有品牌成为数字化零售重要的盈利增长点。

7 步行商业街改造成为消费升级的平台，商旅文跨界融合趋势愈发明显



全国商业街掀起新一轮改造提升热潮。实现形态、业态、文态、生态的“四态”合一，结合实际、因地制宜、突出特色、规模适度、业态业种互补、环保与交通并重，实现“商旅文”各产业的融合发展；跨界融合，促进商业街协同发展、商旅文发展成为产业间的融合方式与互动共赢的商业模式。

8 社区商业向综合服务转型，便民成为商家“最后100米”关注焦点

从社区商业转变为社区综合服务中心，其发展趋势已不可逆转，出现更多社区服务综合中心和便民商圈，为居民提供更综合、更便捷的社区生活服务。社区便利店会继续往智能化、连锁化、增加便民服务内容，实现综合经营的方向发展，区域性龙头向全国布局成为趋势，市场整合也将会加大力度。

9 电商下乡、食品追溯与精准扶贫“三位一体”，融合出各方受益新格局

随着5G应用的普及，农产品电商、追溯体系与精准扶贫将得到更大范围的普及。构建互补互惠的产业合作体制机制；建设全程信息化追溯体系；加强品牌建设；用新方法拓展销售渠道。形成产业链、供应链、价值链协同融合，形成了产销互动与良性反馈和循环。

10 农产品流通渠道改革创新提速，服务“三农”适应消费升级基本职能更加凸显

横向聚集、纵向贯通、跨界融合，成为农产品流通渠道变革的大趋势。农产品供应链进一步升级完善，有力地提高了农产品流通效率，促进农民增收和乡村振兴，满足农产品消费升级需求。

（中国商业联合会）

2020年消费维权年主题：凝聚你我力量

中国消费者协会确定2020年全国消协组织消费维权年主题为“凝聚你我力量”。

◎主题涵义：一是凝聚社会共识，发挥消协平台型组织共治力量，推进消费维权机制健全完善。新时代消费升级日益加速，消费领域新场景、新业态、新科技不断涌现，消费者需求也向个性化、多元化、品质化转变，消费维权工作面临诸多新问题和新的挑战。消协组织要充分发挥消费维权协同共治平台作用，凝聚立法、司法、行政、社会组织、研究机构、媒体等各方力量，推进构建新时代消费维权共建共治共享新格局，推进消费者权益保护能力和水平提升，以适应维权工作新形势、新挑战。二是凝聚消费者共识，发挥消费者监督力量，推进消费者参与监督的广度和深度。通过有效的消费教育引导，帮助消费者提高自我保护意识和能力，增强依法维权主动性。打造高效、便利消费者反映诉求和建议的渠道，鼓励和引导消费者自觉参与消费环境治理。三是凝聚经营者共识，发挥行业自律力量，推进落实经营者第一主体责任。通过强化信用建设，促使企业主动承担法定责任、自觉做到诚信经营。打通经营者和消费者意见沟通渠道，引导经营者倾听消费者诉求，为深化供给侧结构性改革注入动力。引导行业加强自律、规范发展，不断提升产品和服务质量，形成企业守规、行业自律、百姓放心、消费舒心的消费环境。

◎主题依据：一是凝聚你我力量，加强消费维权，有利于坚持和完善中国特色社会主义制度，推进国家治理体系和治理能力现代化。发挥消协维权平台作用，凝聚各方力

量，推进构建新时代消费维权共建共治共享新格局，有利于更好保障消费者权益，更加坚定制度自信。二是凝聚你我力量，加强消费维权，符合以人民为中心的发展思想，有利于解决当前社会主要矛盾。要解决消费领域发展不平衡、不充分的问题，



鼓励消费者参与消费监督，倒逼生产者、经营者以问题为导向，满足消费者需求，改善供给侧结构，保障安全、便利消费。三是凝聚你我力量，加强消费维权，符合《消法》要求和消协组织特点。在推进形成新时代消费维权共建共治共享新格局的过程中，消协组织能够更充分地发挥独特作用，将自身的职责、机制和资源优劣势转化为维权效能的提升。四是凝聚你我力量，加强消费维权，符合消费发展趋势，有利于更好解决消费维权难题。新时代消费维权工作不能单靠某一个部门或组织唱独角戏，而是要凝聚行政、司法、行业组织、专

业人士、消费者和经营者的力量，共同破解消费维权难题，强化消费者权益保护。

◎主题目标：一是凝聚社会共识，形成维权合力。汇聚各方面消费维权力量，促进建立政府部门、社会组织、广大消费者、企业主体共同参与的消费维权共建共治共享新格局，努力开创消费维权新局面。二是创新维权机制，全面履行职责。继续推进新《消法》的贯彻落实，积极参与立法立标和消费政策制订，推动相关商品、服务法律法规和标准的健全完善。针对重点领域、重点行业、重点企业，依法履行消协组织反映、查询、建议、披露曝光、监督检查、支持起诉及提起诉讼等各项职责，督促社会各方认真履行法定责任，推动消费环境持续优化。三是聚焦消费难题，提升监督效能。坚持问题导向，运用消费调查等手段，聚焦服务消费、线上消费、农村消费等重点领域、薄弱环节开展社会监督，持续推进问题整改。完善调查、测评工作的程序和方法，加强对调查监督结果的宣传和使用，及时向政府有关部门反映监督评价发现的问题，并提供意见建议，提升消费监督成效。四是强化消费教育引导，倡导科学理性消费。适应消费转型升级新趋势，高质量开展消费教育引导，重点引导更多消费教育资源向老年消费者、农村消费者和未成年人倾斜，不断提升各类消费者群体依法维权的意识和能力。针对政策关注、民生热点、消费升级的商品和重要民生领域商品开展比较试验，为消费者选择优质商品和服务提供科学依据和有效信息参考，推动相关产品和服务质量的提升。

小议跨界思维

上海美发美容行业协会副会长、葆蒂兰国际集团董事长 陈秉华

随着互联网经济的发展，新消费时代的到来，“跨界”已然成为营销界的热词，并成为当今中国经济发展的新常态，无数品牌也因跨界而拥有持久的生命力。“跨界”



需要的不仅仅是勇气、智谋与远虑，还有跨界思维。如同乔布斯的不凡之处不仅仅是他打造了苹果公司，而是他的跨界思维，将最合适的技术组合在了一起，最终创造了改变世界的产品，同时创造了一个伟大的时代。因此，如何成为一名优秀的“跨界者”？值得我们深思。

◎跨界需要先打破思维边界

近年来，在“颜值经济”的驱动下，美发美容业成为众多投资者追逐的新蓝海，迎来了爆发式的增长，随之而来的则是前所未有的关注度和消费热度。基于庞大的人口优势和消费群体，美发美容业有充足的市场空间，吸引着众多的企业家、创业者纷纷将目光聚焦这一行业。传统的技术、



服务项目、服务质量并不存在竞争优势，单一领域解决不了所有问题。当你认知没能突破边界，产品就会一直停滞不前。所以品牌发展需要不断地打破原有的竞争格局，打破战略的思维边界，向运营管理数字化、消费体验极致化、生态构建平台化转变。企业也通过借助新的商业模式和新的技术力量，突破生存空间，去尝试与不同的平台、不同的行业进行融合，去迎接美发美容业新一轮革命性的战略升级。

打破思维边界，要始终怀抱谦逊，以空杯的心态去倾听与学习，要拥有破局者思维，与外界建立新链接。重新审视资源，重新审视自己，重新定义自己和外界的关系。

◎跨界需要与用户之间建立心与心的沟通能力

在“以用户为中心”的时代，每个品牌都在研究用户的喜好，尤其是在当下的营销环境中，美发美容业的用户受重视的程度远胜以往。新生消费群体的消费能力和心态都在发生转变，对产品的追求也早已超过功能层面，新时代人们对美好生活的追求也在加速跨界。如何满足用户“心”的



需求，为用户创造出“心”的价值，是所有品牌共同面对的课题。为此，必须要与用户之间建立心与心的沟通能力，站在用户的角度，找到与用户的共鸣点。只有将这份跨界融入到具体行动之中，才能真正走进用户内心。正是出于这样的考虑，品牌要将情感注入品牌核心，并在产品营销的过程中释放出品牌核心的情感能量。

◎跨界更需要坚守长期主义

新时代的跨界绝不仅仅是浅层次的标新立异，更不是一时的轰动与绽放。巨变的环境带来很多挑战和诱惑，越是在动荡的时候，越要坚守长期主义的价值观，才能获得成功，美发美容业同样如此。

巴菲特说：“因为没有人愿意慢慢地变富。”很多人都想成为一个速成主义者。可是真正能够超越变化的并不是速成主义者，而是坚守爱、信仰与承诺，并致力于远大目标的长期主义者。因为越是急着达成目标，目标往往越难实现；越着急就越失望，越失望就越焦虑。随着时代的发展，像柳传志等一批批高光企业家退出历史舞台，但是他们以毕生精力和长期思维创造出了一个又一个奇迹，留下了一个又一个传奇。他们是长期主义者的榜样，教我们以深刻的市场洞见和远大格局观，去构建未来，因为真正的高手都是长期主义者。



◎跨界需要躬身入局

曾国藩曾说：生命的成败在于“入局”。所谓局外人，就是没有亲身去处理和接触的人，这样的人是没有任何资格去评价局内人的所作所为。不在局中，你就不会体会到事情的艰辛。必须躬身入局，才能有改变的希望。只要你的身份稍稍转换一下，从一个旁观者，变成一个置身其中的人，把自己放进去，成为一个做事的人，不是置身事外、指点江山的人，而是躬身入局，把自己变成解决问题的关键人。因此，作为美发美容业只有入局了，才能有所作为，才能有所成就。



世界的不变就在于一直在变，伴随着消费升级和5G时代的到来，跨界让一切皆有可能。去做别人做不到的事、解决别人解决不了的问题。因为相信把“不可能”变成“可能”，因为相信所以看见。

（上海美发美容行业协会推荐）

上班族缓解“周日悲伤”六招

每当周日接近尾声，很多上班族往往就开始焦虑不安、闷闷不乐起来。据研究证实，“周日悲伤”是一种真实存在的情绪问题，但也可以通过诸多的办法来加以缓解。

根据睡眠研究机构“TheSleepJudge”近期的一项研究显示，在对1000名受访者进行的调查中，有81%的人会在周日快要结束时变得焦虑，心理学家将这一现象称为“预期焦虑”。另外，有近三分之二的人会在周日晚上睡不好，并将此归因于由即将上班引发的焦虑。

这种焦虑并不是因为人们不喜欢工作，一些“工作狂”也会因为对工作期许过大或工作量超负荷而引发情绪问题。

而一旦陷入某种紧张情绪，就会触发我们体内“战斗还是逃离”的本能反应，从而使肾上腺素分泌增加，心跳和血压上升，呼吸变得急促，大脑也会保持警觉。同时，血液中的血糖和其他营养素会提升，为人体提供更多能量。

如果大脑认为危险（对上班的焦虑）依旧存在，身体就会保持在较高的机能状态，进而释放皮质醇——人体内一种主要的压力激素。持续释放皮质醇将使我们保持兴奋和高度警觉。

因此，如果想要缓解压力，就需要内啡肽——大脑内一种让人感觉舒服的神经递质。

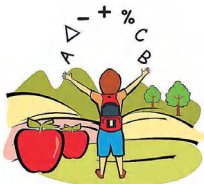
那么，“周日悲伤”怎么破？以下六种方法或许能够起到效果。

1 多运动 研究显示，运动是排解焦虑和抑郁的一大法宝。运动不仅可以带来好心情，还有助于促进睡眠。根据美国焦虑抑郁协会（ADAA）的报告，只需要做5分钟的有氧运动，就可以帮助减少焦虑。



运动还有助于提升工作效率。一项研究显示，有氧运动会使海马体——人脑中负责非文字记忆和学习的区域增大。

2 亲近自然 研究显示，每周三次在城市公园中散步10分钟，可以降低压力激素皮质醇的水平。英国的一项研究显示，在绿色空间中走走，可以帮助大脑进入冥想状态。另一项调查显示，人在自然界中散步90分钟，大脑中主管重复负面想法的区域就会降低活动频率，人就不会纠结在



烦心事儿上。

3 避免酒精 一些人会因为星期日压力而选择饮酒，甚至沉溺于此。这绝对不是明智之举，因为酒精会打乱正常的睡眠习惯，使人很难进入深度睡眠，从而大幅降低夜间睡眠的质量。



4 放松一下 试着在周日晚避免电话和邮件，因为与外界持续不断的联系会让我们保持一种兴奋状态。如果很难做到，那就尽可能将处理工作的时间提前。美国国家睡眠基金会（NSF）建议，至少在入睡前30分钟，应该远离这些电子设备。



5 记录担忧 对工作无意识的担忧会影响睡眠，甚至导致失眠。因此，有压力管理咨询师建议，可以将未来一周的安排写下来，将它

们按照优先级排序。这种方法不仅可以使你的周一早晨更有动力，还可以帮助缓解担忧。

你也可以写下一些生活中让你担忧的事，或者让你后悔的事。事实上，表达性写作被临床证实可以提升整体幸福度，缓解病患焦虑，以及提升人体免疫系统。



6 培养睡眠习惯 一个人的睡眠时间一般在7至10小时。我们可以训练大脑来找到最佳的睡眠方式。

首先是创造睡眠环境和一个放松的就寝时间。通过重复，可以训练大脑“定时入睡”。其次，从卧室着手，确保你的床和枕头足够舒适，温度适宜。不要在卧室里看电视或工作，要让大脑觉得卧室就是用来睡觉的。



一批大型商厦拔地而起



▲1997年8月，梅龙镇广场在上海寸土寸金的静安南京西路横空出世。



▲1998年5月，徐家汇商圈首个购物中心——美罗城开业。



▲1998年5月，华联梅陇购物中心建成，是上海首家居住区购物中心。



▲1993年9月，坐落虹口的上海商务中心开业，曾以举办华交会而引人注目。



▲1999年9月，上海首家区域性购物中心百联南方购物中心开业。

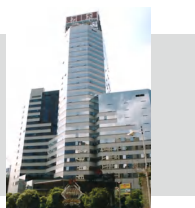
32

国有商业大集团应运而生

这一历史时期，国有企业的资产重组，一批大型国有商业集团应运而生。



▲1991年4月，全国最大规模综合性酒店旅游产业集团锦江国际(集团)有限公司成立。



▲1994年11月，由上海丝绸、服装、纺织、针织、家纺五家专业外贸公司联合组建的东方国际(集团)有限公司成立。



▲2003年4月，全国最大规模商贸集团——上海百联(集团)有限公司挂牌成立。



▲2006年8月成立的上海光明食品(集团)有限公司着力打造产销一体的食品产业链。



33

连锁经营集聚发展

连锁性企业的发展，是商业服务类企业的规模、管理、技术需求的一次革命性变革，是这一历史时期的主要特征之一。



▲1991年9月，上海联华超市商业公司第一家门店——联华超市曲阳店开业，开创上海连锁商业、超级市场的先河。



▲1993年1月开业的华联超市是上海连锁超市业态早期的探索者之一。



▲1995年7月，首批两家华联罗森便利店在上海开业。



▲2004年，农工商超市开业，创立“超市+基地”的产销一体化经营模式。



▲1997年，大型连锁超市九百家居开业。

34

外资民企登陆海上市

外资民营商业争相进入上海是这一历史时期开放性的标志和成果，极大地提高了上海市场的结构调整和繁荣发展。



▲1995年12月20日，第一八佰伴开幕，当日创下一天光临同一店铺107万人次的吉尼斯世界纪录。



▲1995年12月，家乐福上海首店开业。



▲1996年1月，一种新的商业模式——安利上海首店开业。

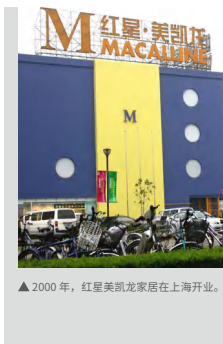
35

第三篇 1992—2008改革开放深化阶段即商业大发展时期

外资民企登陆上海市场



▲1998年10月，永乐新大陆广场店正式开业，走出了永乐家电开展专业家电零售连锁经营的第一步。



▲2000年，红星美凯龙家居在上海开业。



▲1999年12月，国美电器进军上海。



▲2003年，苏宁电器在上海的第一家门店开业。

38

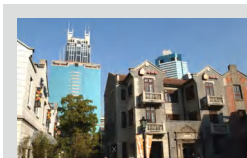
形成多业态多层次商业布局

上海日益增多的地标性商街、建筑群落自然形成，深入人心，也是这一时期的发展成果。



▲1999年9月20日，全国首条市级商业步行街——南京路步行街开街。

▼新天地把反映上海历史和文化的老房子改造成餐饮、购物、演艺等功能的时尚、休闲文化娱乐中心。

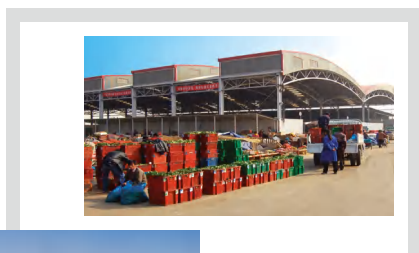


▲吴江路一带成为当时沪上有名的小吃街。

40

菜篮子工程深化完善

菜篮子工程已进入确保供应、确保安全卫生、确保价格基本稳定的时期。



▲上海蔬菜集团江桥批发市场曾是上海最大的蔬菜一级批发市场，承担上海60%以上的蔬菜供应。

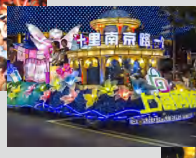


41

节庆活动繁荣市场



▲2007年9月，首届“上海购物节”系列主题营销活动，开创了城市商业整体性大型营销活动的先河。



▲2002年上海旅游节金秋狂欢日。



▲综合性大型酒会——上海酒会将缤纷绚丽的酒品形象展现在海内外宾客面前。

48



2020

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