

# 上海商联



上海市商业联合会

## SHANGHAI COMMERCIAL ASSOCIATION

2020年4月（总34期）

上海市连续性内部资料准印证（文）第0827号

SHANGHAI COMMERCIAL ASSOCIATION



艰苦奋斗  
心怀阳光

钟泽明

海纳百川 有容乃大  
壁立千仞 无欲则刚

2  
2020



内部资料  
免费交流

# 精准防疫、有序复工，我们在行动！

## 精准防疫、有序复工，我们在行动！

在持续防控疫情阻击战中，上海市商业联合会（简称市商联会）和各行业协会、会员企业勇于担当、主动作为，积极组织协调重要物资与服务保障，指导推动企业复工复产，为疫情防控和经济社会发展工作大局提供了有力服务。

### 突出重点讲大局 聚焦关键抓落实

按照习近平总书记提出的“发挥行业协会商会等社会组织作用，指导和帮助企业等会员单位科学精准防疫、有序复工复产”的要求，市商联会不断提高政治站位，强化使命担当，发挥扎根行业、贴近企业的独特优势，在全力参与疫情防控的同时，积极支持行业、企业有序复工复产，助力企业渡难关。



早在2月中旬，市商联会便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等诉求，针对企业“急、难、愁”的问题出谋划策、牵线搭桥，并反映给有关政府部门尽力排忧解难。蔡鸿生会长、吴星宝常务副会长带队实地走访有关行业协会与企业，调研疫情防控和复工复产情况，及时跟踪了解疫情对行业和企业造成的影响，调查劳动用工、金融支持、税费减免延缴、房租补贴等扶持政策落实情况，及时反馈相关部门，并提出帮助行业和企业渡难关的建议，协助政府出台支持政策，提振市场信心。党委书记倪正宇协调各支部，发动党员自愿捐款活动，广大党员踊跃捐

款，支持抗疫工作开展。受疫情影响，市商联会取消了原定举办的“3·15”国际消费者权益日大型服务咨询活动，改为组织各相关行业协会和会员企业通过网站、微信公众号、邮件等方式，畅通在线投诉渠道，保障消费者维权，自觉维护市场秩序，强化企业社会责任建设。副会长兼秘书长赵皎黎带队、会同市场监管部门为首批评为三星级消费维权联络点的协会和企业上门颁发牌匾，肯定协会和企业在消费维权方面发挥的作用。针对部分会员企业在复工复产中遇到了口罩短缺问题，市商联会秘书处积极组织协调货源，先后两批共为14家会员单位提供了21000只口罩，助力企业复工复产。同时，积极做好舆论宣传引导，充分利用官网、微信公众号、微信群、简报、动态、内刊、墙报宣传栏等，畅通交流沟通渠道，反映会员单位抗疫情况，宣传弘扬社会担当；还与阳光公益基金会合作，紧扣疫情防控开展“阳光好人”评选活动，首批推荐了本市商贸服务业坚守在抗疫阻击战一线的先进典型候选人5名，助力社会正能量广泛传播。

市商联会与江苏盐城地区举行“促销费保供应”农产品产销对接视频会议，双方认真分析产销两端的信息，抓住机遇，以实际行动落实尽快复工复产，为保障人民群众的生产生活需求，作出积极贡献。市商业联合会、中国蔬菜流通协会食品安全委员会、上海启龙农业科技有限公司在沪联合主办“示范基地产销对接主题沙龙”，来自沪上蔬菜基地、分拣加工、物流配送、智能售菜、网络销售、餐饮服务、高校后勤以及信息发展的10多家骨干企业围绕“小菜园，大平台”为主题畅



谈交流，分享经验和体会。在当前抗击疫情的形势下，旨在打造一个开放式的资源共享、合作共赢的讨论平台，探索和创新农副产品产销对接的发展新模式，寻找新的商业契机及探讨供应链平台未来发展方向，对于稳定市场、保障供应、满足和提升市民的生活需求，具有积极的意义。为贯彻落实市委、市政府关于促进消费回补和潜力释放部署，按照市商务委安排，以“提信心、促销费”为主题，由上海市商务委为指导单位，上海市商业联合会主办并正式启动2020上海小吃节暨“寻味魔都”系列活动。



## 复工抗疫两不误 复市防疫两手抓

随着企业陆续复工复产，市商联会和各行业协会根据防控疫情进展状况，为商贸服务业企业恢复经营秩序做好服务。各会员单位积极寻找防疫与发展的结合点，用实干和实绩来交出抗疫答卷。

**百联集团**所属各主要零售门店坚持开门营业、不停业、不关门，保障居民生活基本需求。集团旗下的百货商店、医药商店、购物中心、超市等企业服务于社区防疫和民生保障，从部门领导到一线员工，从采购、运营到物流、后勤保障各条线，克服许多想象不到的困难，为防疫保供努力奋战在实体零售一线。集团全力协调生产流通企业、生鲜基地、经销商，持续加大重要民生商品的采购与供应，尽最大可能组织主副食品、日用品以及民用防疫物资的货源，并注重质量检验把关，确保商品质量合格和食品安全卫生；在经营成本大幅增加的情况下，坚持保持商品价格基本稳定，让利于消费者。同时，全力以赴落实民用重点防疫物资保障工作，承担了部分口罩、防护服、额温枪等供应任务，全力保障社区居民、一线防疫人员和复工复产企业的需求。对于受疫情影响的非国有中小企业，百联集团积极贯彻落实减免租金事宜，并提供便利条件支持中小企业复工复产复市，还与品牌商、租赁商户一起积极谋划促销方案。

**淮海商业（集团）有限公司**旗下各商业企业，一方面确保市场稳价保供，供应充足，一方面创新安全购物的新秩序，除顾客进店量体温、配免洗抗菌露外，升级店铺门口排队一米线、调整店堂购物客导线等，让店堂

购物更安全。全国土产食品商店、优衣库淮海中路旗舰店等用商品品类、品牌结构调整出新的排列组合，形成购物新动线，引导消费者从进入店门到走出店门，按不集聚的方向行进，规划人与人之间合理的店堂距离，达到合理的通过率、停留率、回转率、购买率，形成疫情之下商场的安全感。光明邨大酒家集中供应各种熟食、半成品点心，酒家门口顾客排队购买保持一米以上距离，酒家工作人员现场疏导，减少因人群集聚产生交叉感染风险；在二楼堂吃处张贴出醒目提示，倡导顾客点心小吃错峰，对角入座，餐前洗手消毒，用餐期间不交流等。老字号沧浪亭推出特色热浇加苏式生面的外卖组合，还增加生制馄饨、熟制烧卖等传统点心。老大昌、红房子西饼坊现烤面包均以独立食品袋包装，方便顾客拿取。全国土产多渠道筹措酱菜酱料采购，全力备货保供应，做到零售价格不上涨。



南京路商圈客流量迅速复苏，各门店及时加强促销引流工作。**泰康食品公司**受疫情影响，营业额降幅一度非常明显，近来情况已经好了很多，特别是香肠、饼干等自有品牌商品销售已经恢复，万年青饼干一度卖断货，卖得好的还有自产熟菜，如熏鱼、熏蛋等，目前正在开发以鱼为卖点的系列熟食。**真老大房**鲜肉月饼现在可以做到每天销售1万元，自产青团每天销售5000元，与去年清明节前销售基本持平。**邵万生**传统糟醉产品销量逐渐恢复，黄泥螺、醉蟹仍是受上海人青睐的产品。疫情中，邵万生瞄准“新零售”和楼宇经济作为突破点，开发具有老字号特色的腌笃鲜汤、煲仔饭等半成品礼盒，并拍好视频指导大家在家中当大厨，目前社区店熟食日均增幅同比达30-50%。**三阳南货**南京东路店的消费量已恢复七八成，苔菜月饼销售与去年同期持平，商店计划在5月初上市以苔菜月饼为原型的苔菜酥，以适应更多年轻消费者，还准备恢复三阳特色的马蹄蛋糕，让经典口味重回南京路。**杏花楼**堂食大厅拉开桌距，10人大

# 精准防疫、有序复工，我们在行动！

桌最多只能坐6人，桌上均放有公勺公筷和告示牌，每人入座先发一块消毒湿巾，服务员上菜都用透明罩罩住托盘。同样复苏的还有杏花楼的“网红青团”，顾客人流排到了福州路门外，每天现制现售的青团能卖出10万多个。



各类便民惠民促销纷纷展开。苏宁针对疫情情况下消费方式的变化和复工、复产、复市，联合家电、家装、电脑、手机等品类品牌，线上线下推出推出三大举措，激活市场需求：一是购家电、家装、手机享受分期免息，同时将“价保30天”升级为“价保60天”，实行家电3C行业价保的最高标准；二是伴随各大家电企业的陆续复工，苏宁联合各大品牌，推出“开仓计划”，实现宅家“云购物”，促销库存，打通销售通路；三是超店播计划，以明星店员搭配网红主播的形式、超3000场主播同步在线不间断直播，保障用户体验。同时，苏宁以“九道防护”成为基准线，依据防护细则，苏宁每天进行体温检测，对使用的工具、工服、车辆进行消毒，口罩、手套、鞋套成为服务上门三件套，与用户保持2米的安全距离等。在市商业联合会、市交电家电行业协会大力指导支持下，上海永乐、国美全市生活电器门店于4月18日至5月5日启动“全民消费大补贴”惠民促销活动、上海苏宁易购零售门店启动“向暖而生——上海苏宁美好生活品质消费季”历时3个月的5大系列促消费活动，通过组织店内店外各项活动，全面让利消费者，吸引人气，营造市民积极参与消费热潮，满足消费回补需求，促进消费扩容提质，带动上海商业经济复苏和繁荣。日用品行业协会副会长单位美天副食品公司为解决社区居民购

买蔬菜和日用品需求，推出“移动菜场”项目，运用智能移动零售车将蔬菜与日用品送达长宁区新泾镇、北新泾镇7个社区，就近服务居民3千多户，深受当地百姓欢迎。

企业复工复产有序进行。东方国际（集团）有限公司坚持内外贸一体“两条腿”走路，加大商品采购力度，对接好生产的上下游环节，尽快形成产能。为支持各园区和商务楼宇中小企业应对疫情带来的生产经营困难，集团决定对2、3月中小企业房屋租金减免；当口罩、防护服、隔离服等重要防疫物资的市场货源告急之时，龙头股份三枪集团从大局出发，由生产针织内衣突击转行生产口罩，集中组织大量人、财、物资源，全力投入生产之中，在保物资供应方面发挥了重要作用。中国石化上海石油分公司组织和动员广大职工坚守岗位，多措并举，确保加油站资源调配充足，油品不断档、不脱销，并郑重承诺“商品不涨价，服务不打烊、清洁无死角”，优先保证救护车和运送防疫物资等车辆加油；同时积极应对复工、返程高峰，通过优化员工排班，定时做好设备消毒工作，站内每日至少消毒三次以上，向顾客提供免费使用消毒洗手液等，把防疫工作做细做实，全力保障油站正常运营。光明乳业复工后第一时间推出了首款大白雪糕新品，为全面复工提供“甜蜜”助力，为经济复苏加油打气。大白兔雪糕在上海和武汉两地最先发售，在供应链企业恢复正常后，将在全国各大城市陆续上市，为消费者带来复工后的第一口甜蜜。老凤祥股份有限公司原创设计中心是全国巾帼文明岗集体，最



# 精准防疫、有序复工，我们在行动！

近设计出一批以“最美逆行者”为主题的首饰作品，其中“天使之翼”胸针表达了对奋战湖北抗疫战斗一线的白衣天使深深敬意。老凤祥将精心打造“天使之翼”，作为致敬上海援鄂白衣天使们的庆功礼物。

**市餐饮行业协会**在抗击疫情中责任担当、主动作为、创新思路、服务行业。一是推出餐饮外卖服务。在非常时期，为避免人员密集就餐，防止群体性聚餐可能引发



的风险，协会充分发挥行业优势、履行社会责任，组织企业向社会提供餐饮外卖供餐服务。协会与外卖网络平台联手，采用“公开征集、审核批准；协会搭台、企业销售；网上运作、线下联动”的模式，得到了政府企业、和社会的认可与支持，实现了三方对接。经审核筛选后整合，扩容后供餐企业达到161家企业，总计3006家门店；二是做政府参谋，解企业之急。协会针对餐饮企业因疫情而产生的资金短缺、房屋租金、销售佣金、员工闲置及薪酬支付等问题，及时向政府反映诉求。在解决一些餐饮企业员工闲置的问题上，协会较早牵线企业与电子商务平台、超市卖场对接，践行“员工共享”和“商超合作”，输出餐企闲置员工1500多名；三是把握行业动态数据。协会及时掌握疫情期间的企业动态数据，组织人员专门就行业内“餐饮企业受疫情影响数据”“餐企员工在沪和回沪数据”“团餐餐饮外卖服务数据”等数据进行动态跟踪，在与企业、协会、商务委的对接中，对踩点数据进行分析，了解实情，制定对策，坚持防疫和复工两手抓；四是助力企业复工。协会规范指导协调及时下发《上海市餐饮服务业复工复产复市工作指引》文件，对做好企业复工人员、经营现场、员工宿舍等全面自查，履行企业疫情防控主体责任，确保餐饮食品及原料来源可溯、途径合法，加强管理及报告制度等方面都明确要求，提出具体指导。同时，编写发布《关于公筷共勺服务操作细则》，连同防疫初始发布的《餐饮

业针对疫情的防控指南》，成为指导企业有序复工，强化管理及服务的操作规范。**市豆制品行业协会**积极投身防疫抗疫行动，保障本市豆制品正常供应，发出“保证质量、保证供应，不断供、不涨价”的倡议，得到了全体会员企业的积极响应，相继对外作出郑重承诺，体现了豆制品行业的社会责任和担当。协会秘书处还整合各家采购资源，实行资源信息共享，存量物资匀开使用，帮助一些采购有困难的企业解决了难题。协会秘书处通过各种渠道协调原料供应，确保正常生产。协助复工复产，满足市场需求。至3月5日，整个生产型会员企业复工率达100%。**市肉类行业协会**积极支持会员企业复工复产，一是与政府部门保持沟通，帮助相关企业尽快复工复产，同时帮助企业协调货源组织，保障供应渠道畅通；二是及时与政府部门联系，帮助企业办理复工相关证明，为企业排忧解难；三是指导企业在复工复产后做好防疫工作，关注员工个人防护，尽量减少人员聚集；四是牵线搭桥，帮助部分企业协调解决口罩等防疫用品问题；五是针对部分企业进口冻品货物滞港问题，协会积极与相关部门沟通协调，提出减免船运和港口堆装费用，帮助企业解决货物滞港和冷链运输等困难，促使企业加快滞港货物周转。**单用途预付卡协会**拥有430家会员，涵盖实体零售、电商、餐饮、住宿、美容美发等商业行业。协会深入调研企业情况，协助解决企业复面临的问题，创造条件帮助企业尽快复工复产复市；协会订购了涉及防疫、政策、市场形势、预付卡经营、客户服务等16个线上课程发送到企业微信群组织企业学习，累计收看3000多人次。疫情期间，协会理事单位平安保险推出“平安乐业福”保险项目，为一定数量的中小企业免费提供疫情期间包括新冠肺炎在内的多种传染病保险，协会第一时间认领了250份，免费分发到各发卡企业支持企业复工复产；协会了解到会员单位受疫情影响资金困难，帮助16家会员企业顺利完成资金的新贷、延贷、转贷，部分缓解企业经营资金上的燃眉之急。上海洗染业小微企业众多，受疫情影响使行业内普遍出现缺资金、缺员工、缺



# 精准防疫、有序复工，我们在行动！

业务的情况。**洗染行业协会**引导众多企业坚持严防疫情、全面复工两手抓，面对困难和压力，坚持优质、诚信为消费者服务。特别是承担医疗洗涤任务的企业，竭尽全



力为疫情防控护航，切实做好医护服和病号服等织物的洗涤、消毒杀菌、防交叉感染，更加注重污物收集和洗涤工艺流程的管控，无论从消毒剂的用量上，还是洗涤烘干的温度上都作了严格的把控，以确保消毒质量，确保为医护人员和广大病患、家属提供更安全卫生的防护。**饮品行业协会**通过对多家会员企业的摸排了解，此次疫情给饮品行业生产企业与线下实体零售企业带来巨大影响。恢复生产是企业复工后的头等大事，通过协会协调，行业内企业均表示会积极配合疫情防控、在确保员工安全的前提下陆续复工。对于如何开拓销售渠道的问题，协会积极指导企业制订开展自救措施，一些会员单位表示会与线上及终端渠道开展合作，大力开发线上的新渠道，加大线上推动。协会还积极助力企业在确保生产的基础上，着重解决好物流配送问题，从而使产品正常周转，确保稳定供应及终端销售。

## 线上服务促转型 平台销售助升级

面对疫情危机，市商联会众多会员企业创新求变、大胆尝试，在做好线下防疫的同时，迅速转型开展线上零售探索，借平台优势和技术优势，链接商家和企业事业单位，解决彼此的需求，大家齐心协力、共克时艰。

**新世界股份有限公司**所属新世界城发布了离店销售VIP微信群公众号，第一期上线近百个品牌的VIP导购群和店长群，分享产品信息和促销信息，提供一对一的专

业咨询和服务。上线以来，离店销售流水每天可达50万以上，成为实体商业和品牌方抱团取暖的有效尝试。商店在今年三八妇女节搭建了完整的线上销售平台，将10万平方米的新世界城搬到线上，涵盖吃喝玩乐游购娱、商文旅康体所有业态，创新推出了38小时抖音直播和无接触云购物离店销售微信群，做到线上线下折扣同步，全场购物免费包邮、享受便捷退换货服务，创下百货单体直播纪录。为了向上海援鄂医疗队致敬，新世界城文化娱乐设施对医疗队成员免费至年底；向医疗队的女性医务工作者赠送新世界金卡，每张金卡含38000会员积分，可在新世界城消费抵用。**百联集团**旗下**i百联**B2C购物平台以丰富的商品、公道的价格、快速的物流，全力满足消费者线上购物、宅家消费的生活需求，并通过43家大卖场和377家标准超市为市民就近配送商品到家，最快半小时就能送货上门；i百联上的“百联云店”场景，让你宅在家里逛商场，选购到优质品牌的专柜商品，快递到家。新零售让“老店经济”火了，**光明、杏花楼、大白兔、恒源祥、老庙黄金**等老字号都在天猫上玩得风



生水起，重焕青春，通过电商和新零售，打开了新的市场。杏花楼王牌单品“咸蛋黄肉松青团”今年第一次在天猫线上首发，最火爆的一场直播仅用10秒售罄13万盒，目前已经累计卖出了80万个青团，成交额破500万元；老庙黄金豫园店、南京

东路店门店直播正在成为新常态，带来业绩新增长，最高一场直播就成交了13.9万元。**新雅粤菜馆**发现外卖也是未来一个发展方向，特别是网购、微信订购等，于是积极转型，尝试配套外卖，线上预约，送餐到岗，外卖午餐数量稳定在每天200份，最受欢迎的是以招牌菜为主的系列套餐，采用小锅炒，特色不变，品质保证，为复工复产员工“加料”。

生鲜互联网企业“在线新经济”逆势飞扬。**壹佰米**

# 精准防疫、有序复工，我们在行动！



网络科技有限公司“叮咚买菜”在这次疫情中表现抢眼，月营收达12亿元，日订单量40万到50万单，而且客单价几乎翻了一倍。“叮咚买菜”增强供应链能力，加大直采比例，从产地购买的毛菜，在总仓进行分选，去掉中间环节，成本更低；物流配送采取集约式，按照小区进行区块化调度，一个路线、一个时间段的订单，集中分拣、集中配送，向用户证明了生鲜电商也能成为让人放心的“菜篮子”，传统菜市场已经不是唯一的选择。上海中信信息发展股份有限公司发挥互联网企业特长，紧紧围绕信息化防控和助农两大板块，在短短一周时间内推出农产品批发市场疫情防控信息系统“安心批”，帮助批发市场准确采集入场货物的详情及来源，确保市民“菜篮子”的安全；人员、车辆、货物可以预登记快速备案，自动识别，一目了然，解决了车辆进出频繁、人员流动密集状态下的疫情防控问题；批发市场管理员可以通过后台管理页，清晰统计进场货物的数量、来源，进场人员的变化趋势、户籍分布，并提供实时进场数据的滚动显示。公司在第一时间加入到“助农抗疫”行列中，利用网上农产品批发平台，帮助产地滞销农产品开辟产销对接绿色通道，同时也丰富了上海农产品市场供应，实现“保供”与“助农”的双赢。上海市电子商务协会会长单位“爱姆意云商”利用第三方互联网云平台，为企业提供包括一站式产品采购、全渠道分销管控、供应链金融服务、个性化定制服务、线上展示服务等互联网服务，支持制造业企业实现线上集中采购、线上渠道分销，帮助上下游企业之间实现互联网链接，减少人力投入，提高产业协同效率。为了让更多的企业能够使用“爱姆意云商”在线服务，

他们还免除了疫情期间的客户服务费用，助力制造企业采购和

分销部门实现在家办公、高效远程协同，促进复工复产顺利展开。上海国际商品拍卖有限公司为方便额度客户办理业务，确保本市车牌额度拍卖项目稳定运行，尽最大努力降低因人流集聚造成的感染风险，运用官微、官网、APP等多种方式告知客户相关业务在线办理，同时打造预约平台，统筹安排确实需要上门的客户，以保障员工及客户的健康安全。

疫情爆发使家政服务业提质扩容遭遇“寒流”。许多家政企业迎难而上，一手抓防疫，一手抓复工，最大限度降低疫情带来的负面影响。悦管家网络科技有限公司开设了线上直播课程，面向家政服务员开展疫情防护和服务技能提升培训，并提供学习文档和视频，为家政从



业人员的全面复工做好充分准备。在开展在线培训期间，悦管家还同步实施在线招聘，利用微信小程序等手段，在短短一周内联系了15000余人，并建立了一对一的沟通机制等，为招聘人员抵沪务工，“返工就能上岗”作了提前准备。新户家（上海）网络科技有限公司坚持科学防疫不放松，组织复工不断供，根据员工所在地疫情防控政策，及时推荐合适的办公方式，做到有条件的部分复工与远程办公相结合，使家政服务在线教育课程研发、扶贫就业工作在线招聘、在线直播培训等各项工作得以落实。公司还开拓线上业务渠道，在第一时间与13400余名家政从业人员取得联系，并提供仁济专修学院的在线优惠培训课程，让她们居家学习职业技能知识。此外，公司积极落实从业人员返岗、返沪工作安排，先后组织193名人员“点对点”直达福建、浙江、上海等地企业务工。

精准防疫、有序复工，我们在行动！如今，随着防控工作取得阶段性成果，让人感觉“春天”的脚步终于临来了。

# 我们在行动！



钟泽明

封面人物

上海禾煜贸易有限公司、上海裕田农业科技有限公司董事长  
上海市商业联合会副会长



P1

卷首语

# 精准防疫、有序复工, 我们在行动!

## 01 卷首语

精准防疫、有序复工, 我们在行动!

## 10 商联短波

### 刊中刊·相约静安

- 16 对标国际消费城市高品质服务的静安
- 19 繁花似锦的静安
- 20 五彩缤纷的静安

## 专家谷

- 22 闲话“危”和“机”
- 26 防控疫情引发商贸服务业创新升级的思考
- 24 防控疫情催生线下服务到家模式发展的思考
- 25 小议疫情之后的企业自救

## 人物志

- 28 李 军: 医疗物资保供的“军需官”
- 29 周志强: 在疫情阻击战中贡献餐饮人的力量
- 30 赵小驹: 绝不能让顾客买不到菜
- 31 王卫军: 每天加工的蔬菜产量都能堆座小山
- 32 张院浩: 为上海市民送菜, 就像做好事一样

## 会员传真

- 27 上海洗染行业两手抓: 复工复产复市 自律诚信服务
- 33 禾长品质根 煜耀诚信本
- 34 科技赋能家政服务 创新破解行业痛点
- 42 把加油站建成“海派魅力之家”

## 会员之家

- 36 第一百货商业中心

主管单位：上海市商务委员会

主办单位：上海市商业联合会

## P10

商联视窗

### 浙江三门、嘉善考察记



《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：上海市静安区新闸路945号315室

邮政编码：200041

电话：021-62182551；62713139

传真：021-62710997

投稿邮箱：sca2015@126.com

美编印刷装订：上海昌鑫龙印务有限公司

监制：陈昌龙

2020年4月25日出版

印数1000册 发送会员及相关单位

- 37 上海世茂广场
- 38 恒源祥（集团）有限公司
- 39 上海珍鼎餐饮服务有限公司
- 40 农工商超市（集团）有限公司
- 41 上海雷允上药业西区有限公司

#### 商品微信

- 43 清明时节品青团
- 44 速冻食品一席谈
- 45 洗手液的学问
- 46 商联文化 市场巨变（连载之四）
- 48 商联纪事



微信搜一搜

上海市商业联合会

2020年，注定是不平凡的一年。

受新冠肺炎疫情影响，上海市商业联合会取消了原定于“3·15”期间开展大型现场服务咨询活动及消费维权讲座等安排计划，创新服务载体、强化引导方向、优化联络功能，通过开展“云维权”系列活动，继续发挥市商联合会平台作用，维护消费者合法权益，构建和谐市场消费环境。一方面引导行业加强自律、规范发展，不断提升消费产品和服务质量，形成企业守规、行业自律、百姓放心、消费舒心的市场环境；另一方面畅通消费维权渠道，通过线上渠道加强消费宣传教育，引导消费者理性消费、经营者诚信经营。



### 着力推进消费维权联络点创建， 构建互动长效机制

为了进一步推进放心消费创建工作，提升消费维权工作的专业化、社会化水平，在市场监管局消保处的助力下，市商联合会积极发挥枢纽组织作用，通过多种形式开展动员，以创建活动为抓手，进一步加大消费维权工作力度。

◎创建第二批市商联合会“消费维权联络点”在各会员单位自主申报的基础上，经市商联合会讨论酝酿，选择12家条件较成熟的会员单位作为创建试点，向市市场监管局完成申报第二批“消费维权联络点”名单。通过建立维权组织，完善维权网络，延伸维权触角，全力维护消费者合法权益，助推本市商业流通服务行业市场环境优化。

◎开展消费维权联络点送牌上门活动在疫情防控的特殊时期，市商联合会及时调整工作方式，实行“上门走访、送牌上门”。副会长兼秘书长赵皎黎带队与市、区市场监督管理部门先后赴上海日用品行业协会和上海通盈鞋业有限公司，为市商联合会系统首批评为三星级消费维权联络点的协会和企业上门颁发牌匾，肯定了协会企业在消费维权方面发挥的作用。同时也对授牌单位提出了更高要求，星级联络点今后要更好地发挥“维权岗”“宣传站”“监察哨”的作用，加强行业、企业自律，进一步推进基层维权网络建设，营造公平有序的市场环境和安全放心的消费环境，把工作落到实处，提高服务质量，切实维护消费者合法权益。

### 着力提升消费投诉便利化程度， 引导理性消费诚信经营

今年的“3·15”国际消费者权益日活动期间，市商联合会组织各相关行业协会和会员企业通过各自微信公众号、网站、邮件等方式，推出无接触“云维权”线上模式，畅通在线投诉渠道，顺应互联网时代信息传递新形势，保障消费者随时随地便捷维权。

◎紧紧围绕“凝聚你我力量”活动主题广泛利用微信、公众平台等新技术、新载体，公布行业协会承诺、



# 3.15

倡议及投诉联系方式，了解企业开展消费维权的故事；开展线上直播，进行主题知识宣传，传播鉴别真伪的方法；积极宣传消费维权法律法规，引导消费者科学理性消费，让消费教育以接地气的方式走近消费者，不断增强消费者的维权意识和能力，培育成熟理性的消费者群体。通过广泛传播消费维权、社会共治理念等系列内容，凝聚社会共识，强化社会共治，以科学消费理念引导消费者，以诚信经营理念倡导经营者。

### ◎抗疫期间消费维权“不打烊”

在应对新型冠状病毒肺炎疫情过程中，医药商业承担着全市疫情防控药品、物资供应保障工作。为做好医用口罩调配并及时投放市场，根据消费者集中反映的口罩没有独立包装、没有合格证、价格差异太大，多次调价等问题，医药商业行业协会联络点积极与相关部门沟通，了解到因产能有限、原材料短缺、生产员工不能到岗、政府征用等原因实情，耐心做好投诉消费者的解释工作，使大部分消费者了解了特殊时期政府和企业为了保障民生的不懈努力。通过妥善协调众多矛盾，及时回应了社会关切。

◎行业专家助力消费维权洗涤业行业协会消费维权联络点充分发挥行业专家在消费维权工作中的重要作



## 我们来了!

用，成立了由行业内资深高级技师组成的服饰洗涤质量鉴定组，针对消费者投诉及洗染企业诉求，定时定点受理各类服饰、奢侈品等有关洗涤保养方面的鉴定，并出具鉴定报告，为解决顾客与店家的矛盾提供了有效的依据。石材行业协会消费维权联络点成立了以会长任组长的工作领导小组，组建了由56名行业专家组成消费者维权专家组，增设消费者维权工作部，把日常工作设在协会秘书处会员部。经协会理事会批准每年设10万元经费用于该项工作，为开展石材行业消费维权工作提供了组织、经费保证。

◎健全联络点维权机制数字印刷行业协会以设立联络点为契机，重新修订行业规范，督促会员企业加强自律，提升服务质量，减少消费者的投诉。石材、黄金饰品、汽车销售等行业协会联络点也相继制定了消费者咨询投诉处理工作制度、经营服务规范等，提升消费者权益保护水平和工作效率。

### 着力加强投诉分析和舆情监测，把握维权动态和着力方向

为及时掌握各联络点开展消费维权服务工作进展情况，认真总结提炼各单位“消费维权联络点”服务工作

中的典型经验和有效模式，进一步推动本市消费维权工作深入开展。

◎认真履行职责，积极开展工作今年年初，市商联会向系统内第一批授牌的行业协会消费维权联络点下发通知，要求进行阶段性的工作总结报送，将授牌以来的投诉受理、案件咨询、解决完成等案例数据进行统计上报，没有发生的进行“零申报”，从而全面梳理各联络点的工作情况。截止3月，首批授牌的18家行业协会联络点积极推进行业治理不断深入，共举办宣传活动148场次，发放宣传资料158212份，发布公益短信918条，接受咨询总数983件；受理投诉总数375件，投诉办结总数366件，投诉办结率达97.6%，受理举报总数43件（一并交由监管部门处理），专家参加咨询512人次，协会消费维权联络点在第一时间接待受理市民的投诉，进行调查核实并及时给消费者答复，做到有问必答，将矛盾化解在基层，解决在基层，消费维权社会共治工作取得实效。在整理汇总的基础上，编撰形成工作专报，报送并抄送监管部门，为相关机构开展消费维权工作提供有效参考。

◎提升联络点能级，强化经营者自律汽车销售行业协会消费维权联络点针对汽车消费纠纷案例增多的情况，先后承办了5期《上海市汽车销售从业人员普法培训》，共723人参加，促进了本市汽车销售从业人员维护消费者合法利益的法制水平和行业自律的意识。黄金饰品行业协会将消费维权联络点的地

址、投诉电话等对外发布，共计发布宣传资料15万册。

◎延伸监督触角，维护市场秩序豆制品行业协会联络点发挥行业组织自我管理作用，提升维权服务效能。对进入市场销售的豆制品必须使用由协会发放的全市统一的“上海市豆制品送货单”，做到货、单同行。协会对送货单编号在官网上及时公示，便于消费者查阅、核对、监管，便于消费者维权和食品安全可追溯。饮品行业协会联络点利用网站、微信、微博等定期向消费者曝光涉嫌制假的“黑名单”。在接到消费者投诉和举报桶装水制假售假之后，协同农夫山泉、娃哈哈等企业违法行为进行取证，积极配合公安和市场监管部门成功取缔地下假水制造售假窝点，净化消费市场环境。

◎凸显社会组织特色，充分发挥专业优势市商联会消费维权联络站通过开展诚信兴商、企业诚信创建、“315”国际消费者权益日、“七天无理由退货”承诺等活动，营造公平有序的市场环境 and 安全放心的消费环境。日用品行业协会联络点对协会全年工作与联络站工作同步研究和部署，坚持将消费维权与推进行业自律建设、企业品牌建设、评选先进树立典型有机结合，着力推进社会诚信建设。

市商联会在今年这个不一样的“3.15”国际消费者权益日期间，上下联动，强化督导，齐心协力推动诚信建设，凝聚你我力量，维护消费者合法权益，不断为营造安全放心的消费环境，提振消费者消费信心，满足消费需求贡献力量。

（通讯员 胡雅萍）



## 浙江三门、嘉善考察记

上海市商业联合会积极贯彻落实市委、市政府关于“菜篮子工程”建设的部署，着力打造“优县良品”推介展销项目，有计划地引导全国各地优质农副产品入市，不断丰富上海市场，满足消费者多元化需求。为扎实推进“优县良品”项目的开展，进一步促进产销对接，市商联会同上海相关企业首选浙江三门县和嘉善县，实地走访考察项目基地。



4月1日，市商联会会长蔡鸿生、常务副会长吴星宝、副会长倪正宇率有关会员企业赴浙江省三门县考察“优县良品”项目，促进两地的产销对接。三门县委书记杨胜杰、县长李昌明会见了蔡鸿生会长一行，三门县副县长赵瑛陪同实地考察了浦坝港镇甜瓜种植基地、蛇蟠乡滩涂水产养殖基地、辉旺南美脊尾白对虾养殖基地。



4月2日，蔡鸿生会长一行与三门县政府进行了对接交流。县委副书记陈晨介绍了三门县的概况、发展规划和特色产品，三门县是“中国青蟹之乡”，三门青蟹获评国家地理标志保护产品、中国名牌农产品，养殖面积达八万亩，产量3600吨，占全国的九分之一。全县拥有21万亩浅海滩涂，养殖鱼、虾、贝、藻、蟹等小海鲜，年销售额40亿元，其中望潮、缢蛏、跳跳鱼等小海鲜更是远近闻名。三门县以农业供给侧结构性改革为主线，加快柑橘、甜瓜、茶叶、西兰花为主导的“一果、一瓜、一叶、一花”的产业提升，柑橘皮薄汁多糖度高，是省内名优产品；甜瓜清甜松脆，糖度在16度以上；三门亭旁丹邱茶具有千年悠久历史，高香味浓、回味甘甜；西兰花球面圆整、蕾粒均匀，远销日韩和东南亚等地。吴星宝常务副会长介绍了上海农副产品的市场需求概况，并针对上海特大型城市具有消费层次多元化、消费渠道多元化、消费习惯多元化的特点，提出几点建议：**一要随着营销创新和互联网技术的发展，着力把产品变成商品。**以市场为导向，把商品的元素如分类、分拣、分割，以及包装、标准等在产地做好，只有这样才能达到优质优价的目的；**二要降低成本，提高产品的附加值。**要探索适合市场需要的营运模式，改变传统做法，采用点到点的流通方式，从田头到餐桌，减少中间环节，既快捷又保鲜，更好地

让农民致富，让市民受惠；**三要加强市场监管，坚持诚信经营。**政府要引导农副产品生产企业和农户在确保产品品质的基础上，稳定均衡地供应市场，质量好、信誉佳，保障长期合作不断发展。吴星宝还通报了上海市商联会将在年内举办“优县良品展”和第二届“国际可追溯展”等项目的有关情况。



在对接交流上，叮咚买菜华东区水产采购总监陈旭光介绍了企业信息化、智能化、集约化以及承诺29分钟内送货上门的前置仓运营模式，日订单达到50万单，惠及千家万户。食行生鲜上海公司副总经理高海峰介绍了无接触、配送的运营模式，公司根据前一天的订单集约式配送到用户所在小区的智能售货柜，货到后给用户发提货信息和密码，智能售货柜冷链保鲜，价格比市场低10-15%，深受市民欢迎；清美食品采购部副总监陆仁浩介绍了公司清美鲜食、清美早餐、清美前置仓、清美专卖、清美大食堂等五大板块，在上海本地和周边省市开辟的种植养殖基地全产业链的

运营模式。三门县供销社主任赵勤丰表示，要认真思考本地哪些产品适合上海市场需要，哪些企业能够进入上海市场，三门的优质特色产品如何与上海的品牌对接，如何与平台对接等，切实用好“优县良品”这个平台打开市场。县委副书记陈晨表示，一要抓紧成立有县政府分管领导参加与上海市商业联合会的项目对接小组；二要成立攻关团队，认真研究主要农产品和小海鲜的市场开拓等关键问题，形成调研报告，多渠道打通三门特色产品进入上海的市场通道。会长蔡鸿生作了总结讲话，他强调会后要把双方商定的事认真加以落实和推进，通道要更畅，速度要更快，效果要更好，步骤要更扎实，服务要更到位。要加大品牌意识、质量控制、诚信建设，真心希望看到更多的三门品牌的好东西进入上海市场，提升上海市民生活品质。



4月13-14日，市商联会会长蔡鸿生、常务副会长吴星宝率队赴浙江省嘉善县作专项实地考察。嘉善县委副书记廖培根、政协副主席陆才华先后会见了蔡鸿生会长等一行，并介绍了嘉善县农业发展规划以及当地主要的名特优农副产品。蔡鸿生会长等一行介绍了上海农副产品市场概况和市民的消费需求、上海多渠道终端销售企业的经营模式以及上海市商业联合会推进“优县良品”项目的情况。嘉善县领导表示要很好利用“优县良品”

这个平台，把优质农产品推介进上海市场，为上海市民服务，融入长三角一体化发展。



上海市商业联合会一行先后考察了嘉善宁远农业开发有限公司、嘉佑农业发展有限公司、嘉善尚品农业科技有限公司和嘉兴斯麦乐巧克力有限公司。嘉善宁远农业开发有限公司生产的蘑菇品质好，生产流程规范，被誉为“可以生吃的蘑菇”，经现场专业人员查验，该产品全程可追溯，质量和安全有保证；嘉佑农业发展有限公司注重绿色农业建设，注册生产的“嘉佑美米”具有较完整的生产和检测设备设施，口感好、品质佳，有10KG、5KG和500K等不同规格的包装，适应不同层次的消费者需要；由全国人大代表孙军领衔的嘉善尚品农业科技有限公司建设“一里谷”项目，成立了生鲜菜市连锁，搭建O2O电商平台，目前自有生产示范基地610亩，合作基地62000亩，是嘉兴市农业龙头企业，旗下有“善绿汇”、“尚品源”、“一里谷”等品牌；嘉兴斯麦乐巧克力有限公司开发的“歌斐颂巧克力小镇”是浙江省重点项目，规划用地430亩，拥有先进

的巧克力生产设备，是目前亚洲最大的巧克力文化主题乐园，并列为上海市民学习体验基地和上海市学生社会实践基地。



上海市商业联合会一行还与嘉善相关部门和企业的代表进行现场座谈交流。在听取了嘉善县农村农业局和企业领导的介绍后，吴星宝常务副会长提出几点建议：**一是坚持前瞻性思考**。要把嘉善县的优质农产品提升到商品、进而上升到优品；**二是坚持现代服务的理念**。依托各方的支持和邻近上海的优势，把优质农产品推进到上海，为上海的“菜篮子”、“米袋子”提供优质品种；**三是坚持大市场的观念**。坚持大视野、大格局，接轨长三角，面向全国。蔡鸿生会长在讲话中提出：**一要坚持规模化、市场化**。随着人民生活品质的不断提高，消费者需求也呈多元化和多样化。因此，企业一定要贴近市场，研发适应市场的现代农产品，产品规模化才能适应市场的要求；**二要坚持人才化、科技化**。企业要创新就要有人才的储备，有科技开发的基础和能力，市场在不断变化，吸纳人才，不断创新，企业才能持续发展；**三要坚持标准化、品牌化**。现代农业的必然要求首先就是标准，只有标准化才能符合国家相关的质量标准和要求，在标准化的基础上进而做好企业的品牌培育和发展，企业的品牌战略是企业长盛不衰的保证和基础。

（杨玉海）

## 我会赴数字印刷行业协会和中企万博（上海）企业发展有限公司调研复工复产情况

3月11日，市商联会会长蔡鸿生、常务副会长吴星宝、副会长兼秘书长赵皎黎等一行赴数字印刷行业协会和副会长单位中企万博调研，分别就本市数字印刷行业企业在复工复产中碰到的困难以及有序推进市商联会国际商务合作平台工作进行专项调研。数字印刷协会会长、广建艺筑数码科技有限公司董事



长薛平反映业内由于中小企业居多，在疫情期间市场萎缩严重、硬性成本居高不下，抗冲击能力有限，给企业生存和行业发展带来巨大影响，并提出了提供低息贷款、扩大税收优惠、落实房租减免、缓解用工紧张、加大外贸扶持等方面的诉求。蔡鸿生会长表示，本市已出台《全力防控疫情支持服务企业平稳健康发展的若干政策措施》（“沪28条”），市商联会愿意发挥平台作用，协助协会有针对性的就行业内重点困难企业采取一企一策、一事一议，共克时艰。在对中企万博的调研中，中企万博董事长王慧介绍了作为市商联会国际



商务合作平台的合作单位，企业克服疫情影响，全力推进参与迪拜世博会各项筹备工作、搭建进博会贸易服务平台等工作。蔡鸿生会长表示，中企万博要发挥好国际业务优势，充分用好市商联会国际商务合作平台，努力为市商联会会员单位的优秀品牌和优质产品通过世博会的舞台走出去、帮助有全球贸易业务的企业通过进博会和贸易服务平台引进来，为实现“买全球、卖全球”的目标做好配套服务工作。

（通讯员 王 晨）

## 我会与江苏盐城地区举行“促销费、保供应”农产品产销对接视频会议

3月24日召开，会场分别设在我会副会长单位上海中信信息发展股份有限公司会议室和盐城市农业农村局会议室。上海市商联会会同来自主副食品生产加工、网络销售、物流配送、餐饮服务、后勤服务、信息科技等行业的17家企业与盐城市农业农村局以及当地蔬菜、禽蛋、肉类养殖、粮油生产供应基地行业等15家企业参加视频会议。会上，双方围绕沪盐两地企业经营服务功能、供需品种、产品质量、包装规格、配送要求等内容进行了交流探讨。会议由上海市商联会常务副会长吴星宝主持。会议听取了盐城地区的企业介绍各自产品特点、生产规模、品质质量和企业联系方式，上海企业介绍了各自经营范围和产品的需求。沪盐两地企业还就意向合作的项目进行了详细



询问，以便于做好后续的产销对接工作。盐城市农村农业局总农艺师张玉林就盐城地区主副食品的生产供应总体情况作了说明。盐城地区是上海重要的农产品供应基地，农产品在上海市场占有率非常高，仅蔬菜就占到10%左右。吴星宝常务副会长感谢盐城地区长期以来对保证上海市场供应所作出的大力支持。他指出，要认真分析产销两端的信息，抓住机遇，以实际行动落实尽快复工复产，为保障人民群众的生产生活需求，作出积极贡献。

（杨玉海）

**我会参与主办示范基地产销对接主题沙龙** 3月27日，市商业联合会、中国蔬菜流通协会食品安全委员会、上海启龙农业科技有限公司在沪联合主办“示范基地产销对



接主题沙龙”。市商联会会长蔡鸿生、常务副会长吴星宝、副会长兼秘书长赵皎黎出席。来自沪上蔬菜基地、分拣加工、物流配送、智能售菜、网络销售、餐饮服务、高校后勤以及信息发展的10多家企业围绕“小菜园，大平台”为主题畅谈交流，分享经验和体会。“产销对接沙龙”由吴星宝主持，他分析了上海农副产品市场供应的情况，指出在当前抗击疫情的形势下，旨在打造一个开放式的资源共享、合作共赢的讨论平台，探索和创新农副产品产销对接的发展新模式，寻找新的商业契机及探讨供应链平台未来发展方向，对于稳定市场、保障供应、满足和提升市民的生活需求，具有积极的意义。上海启龙农业科技有限公司董事长周亚东介绍了企业通过在江苏启东创办农业示范园，着力基地深耕，立足于为行业提供服务。公司发展方向是标准化、规模化、信息化，打造智慧农业蔬菜新概念。公司还在贵州松桃区苗王湖散养绿头鸭300余万只，年宰杀供应市场5万只，带动周边1500多农户就业。上海随易网络科技有限公司总经理方春旗介绍了食行生鲜的标准化、追溯化、品牌化的管理和运作，一是确保基地规模化，有规模才能确保持续稳定的供应市场；二是确保全程冷链配送，让消费者吃到品质保证的新鲜蔬菜；三是从生产源头到销售终端坚持诚信经营，讲诚信才能良性发展。上海强丰投资集团有限公司董事长吴连强介绍了从蔬菜生产基地到分拣加工、物流配送、餐饮服务、垃圾分类、再生资源生产加工和保洁等产业链的运作方式和经验。由于坚持产业链运作，人力资源有保证，在抗击疫情期间企业能够坚持正常生产和经营。上海壹佰米网络科技有限公司介绍了叮咚买菜培养社区线上买菜，适应居民快速配菜需求，开启前置仓卖菜的模式，运用“用户家门口的云冰箱”理念，确保居民买到鲜活的水产品。坚持品质确保、时间确保、品类确保的原则，做到极致便利、位置无关、区域内全覆盖。上海珍鼎餐饮服务股份有限公司董事长韩文介绍切实做好疫情防控隔离餐的供应，公司上下兢兢业业、通力协作，认真做好三家宾馆来沪隔离人员一日三餐的供应，占比达到36%。

上海兵兵响农副产品配送有限公司介绍了蔬菜基地和销售配送中坚持诚信守信、诚实履约，维护产销两端的良好关系，保证正常稳定地供应给客户和消费者。上海禾文农业科技有限公司介绍了计划性、规划性、品牌性、灵活性、技术性的经营管理体会。上海高校后勤服务股份有限公司介绍了保供稳价，确保供应高校学生餐价格相对稳定、质量安全可靠的做法。追溯云信息发展股份有限公司介绍了运用信息技术确保从田头到餐桌的食品安全保证的做法。市商联会会长蔡鸿生指出，搭建平台，开展交流很有必要。一是农副产品生产和销售的企业相互之间都是关联的，无论生产、销售、服务、技术都可以在这个平台中找到需要和合适的位置，相互合作，才能继续发展、走下去；二是从事这个行业的每一位经营者努力适应生产和市场的不断变化，创造很多新的模式，在变化和创新中发展；三是当下疫情在全球蔓延，企业间的相互依赖和依存度更高。

(杨玉海)

### 市商务委直属机关党委赴我会调研

3月27日，市商务委直属机关党委专职副书记、大调研办公室常务副主任徐士良一行赴市商联会调研座谈，调研商业企业复工复产和商业协会党建脱钩情况，市商联会副会长兼秘书长赵皎黎，党委书记、副会长倪正宇参加座谈，医药商业、餐饮烹饪、食品、副食品、百货、连锁等协会秘书长参会。赵皎黎向与会介绍了商联会在疫情期间助力企业抗疫，帮助企业复工复产的做法，并通报了市商联会今年的重点工作，并提出了商联会党建创新项目缺少经费支撑、无法及时获取社会组织购买服务项目和信息、各区商联会受政策影响工作推进较难等问



题，希望能够得到市商务委的帮助支持。倪正宇向与会介绍了市商联会的党组织基本情况、承接党建脱钩后的探索以及实施市社会工作党委党建创新项目的成果，同时也希望市商务委继续对市商联会系统党建工作给予指导和关心。参会各行业协会秘书长分别通报了相关行业在复工复产中碰到的难题：不少企业因营业收入大幅下降，可提供的房租减免力度有限，

## 商联短波

致使租用的经营场地存在二次转租现象；企业在疫情期间还额外承担了消杀、人工、运输等成本支出；众多中小型企业对低息贷款的需求比较强烈；建议尽早推出全市性的促消费活动帮助企业渡过难关等等。同时指出，行业协会的正常运作大部分靠会费收入支撑，但考虑到会员企业因受疫情影响带来的困难，表示短期内暂不向会员收取会费，希望政府能出台政策扶持行业协会，比如通过项目的形式，在发挥行业协会作用的同时，也帮助行业协会渡过难关。徐士良与会指出，市商务委主任华源多次对商联会和协会在疫情期间发挥的积极作用予以肯定。对于大家反映的租金、会费等问题将认真研究，有些问题将及时反映给有关部门。大家有后续建议或意见，欢迎大家及时反映。（通讯员 吴 健）

**我会走访上海区块链技术协会** 3月30日，市商业联合会常务副会长吴星宝、副秘书长张崎等一行走访上



海区块链技术协会。上海区块链技术协会执行会长王奕介绍了协会概况，交流了协会和基地“培训+孵化+产业基金+智库+生态社群”五位一体的发展战略。双方就市商联会年内主办“第二届上海国际追溯技术及应用展览会”进行合作事宜进行了讨论。区块链行业协会表示愿意作为一个专业的行业协会去参与到追溯展中，区块链在追溯技术方面具有不可篡改的特性，使用区块链底层技术可以有效强化商品及农业主、副产品追溯的可靠性，在提升供应链管理效率的同时，提升消费者的信心，并由此推高销售表现，从而进一步去赋能实体经济。吴星宝常务副会长表示，今后要进一步加强双方交流合作，市商联会愿意提供高技能人才培养基地及评审的资源。

**我会开通微信公众号**“上海市商业联合会”微信公众号于3月30日起正式开通。我会将通过公众号开展工作交流、宣传政策法规、发布市场信息、传递会员动态等，以



微信搜一搜

上海市商业联合会

此丰富与全体会员的联系沟通渠道，不断提升市商联会各项服务能力。（通讯员 吴 健）

**我会商业法制专业委员会变更** 由上海市商业联合会秘书处提议、经理事会审议通过，自3月31日起，商业法制专业委员会更名为商业法制与行政事务专业委员会，赵皎黎为主任，杨忠德为执行主任兼秘书长。

（通讯员 吴 健）

**我会前往健康养生专业委员会调研** 4月3日，市商业联合会常务副会长吴星宝，副秘书长周伟珠、张崎等一行前往健康养生专业委员会调研本市健康养生行业复工复产情况。一行分别考察了会员企业汉芝道健康养生馆和安徽中旅上海分社，听取了健康专委会陈凤珍主任、李鸿斌执行主任以及及经正堂、汉芝道、道歧健康养生机构、老涿福一



键通养老机构与安徽中旅上海分社等单位的情况介绍，了解本市健康养生行业在疫情期间所遭遇的困难、目前企业在复工复产中面临的问题以及对政府部门的建议和意见。常务副会长吴星宝对健康专委会及所属会员企业在疫情防控工作所发挥的作用予以充分肯定。他指出，随着人们生活水平的不断提高，对健康重视程度越来越高，注重保健养生的人也越来越多，尤其是经历了这场疫情，健康意识会进一步增加，特别对中医养生在预防疾病、调理慢性疾病、提高人体免疫力等方面所具有的特殊作用有了新的认识。一要作好调查研究，摸清本市健康养生行业的实际情况。上海众多以改善亚健康、提高健康水平为宗旨的健康养生机构，对提高人民群众的健康水平发挥了很大作用，深受广大市民的欢迎。掌握这些企业的现状，对于进一步推动健康养生行业的发展有重要意义；二要抓紧制定行业标准，进一步规范上海健康养生行业的运作。目前对于各类健康养生机构还没有统一的行业标准，制约了行业的健康发展，所以制定健康养生机构的行业标准是当务之急；三是要加强职业培训，进一步提高上海健康养生行业从业人员的技术水平。加快行业的职业培训，提高上海健康养生的整体水平，是健康专委会的一项迫切任务；四要加大宣传力度，对市场信誉好、深受市民欢迎、在健康养生事业上作出贡献的企业，要通过市商联平台，通过主流新闻媒体多作宣传，让更多的人了解健康养生行业，提高企业的社会地位，扩大行业的社会影响，让健康养生机构真正发挥应有作用。

（健康养生专业委员会）

## 2020 上海小吃节暨“寻味魔都”系列活动

**启动** 为贯彻落实市委、市政府关于促进消费回补和潜力释放部署，按照市商务委安排，以“提信心、促销费”为主



题，由上海市商务委为指导单位，上海市商业联合会主办，万有集市、豫园商城、美团等协办，相关区商务委、区商联会为支持单位的 2020 上海小吃节暨“寻味魔都”系列活动正式启动。4 月 8 日，小吃节筹备会议召开，部分上海老字号企业、早餐工程企业、网红餐饮小吃企业、外省市企业等



参加。会议由市商联会常务副会长吴星宝主持，他介绍了开展此次活动的背景，提出在当前在抗击疫情的形势下，要提高加快复工复产拉动消费的重要性、必要性、紧迫性的认识，同时要积极开展一系列丰富多彩的促销活动使各项目标措施落地，通过此次小吃节活动要把深受消费者喜爱的有品位、有上海特色的名特优小吃奉献给上海市民，惠及民生，促进消费回补，加快扶助本市餐饮产业相关行业的复苏和发展。本次系列活动将包括“记忆味道·传统小吃”“传承创新·小吃新物种”“海纳百川·各地特色小吃”“边吃边逛·打卡活动”“魔都小·吃推荐榜”“集合联动·互动体验”“厨艺大比拼”等内容。万有集市、豫园商城、清美食品、苏宁易购、芭比馒头、老昌盛、永和餐饮、牛奶棚、老盛兴、便利蜂等企业现场进行了热烈的交流互动，浙江省三门县也委派专人专程赶到现场，表示要把当地优质小海鲜产品引进上海市场，为上海小吃节服务。市商务委服务业处副调研员徐建春与会指出，一要借助小吃节这个平台锻炼队伍，打响品牌；二要百花齐放，网红和传统，上海产品和外地产品丰富多彩；三要合作共赢，做好规定动作和自选动作；四要确保安全，在防控疫情的同时做好人身安全和食品安全。常务副会长吴星宝表示：第一，要以促消费、防疫情、保安全的总体要求精心策划和组织好这次活动。各参与企业要结合本企业特点和特色，抓实抓好，抓紧落实，在完成规定动作的同时，策划组织有自身特点特色的活动。第二，要坚持创新，线上线下相结合，传统产品和创新产品相结合，现场制作和多元搭配相结合，要研究促进消费的新方式，运用折扣券、现场抽奖互动以及优惠促销、回报社会等多种形式促进消费。第三，要通过小吃节促进形成好的机制，活动是阶段性的，要立足企业的发展建立长效机制，以适应满足人民群众对美好生活向往的需求。

（杨玉海）

## 对标国际消费城市高品质服务的静安



静安区商业联合会由原静安区商业联合会、闸北区商业联合会合并组成,作为区级枢纽型商会类社会组织,现有会员134家、团体会员5家(下属300余户)。同时,区商联会党总支,辖15个基层党组织。

静安商业是上海商贸服务业一个有特色的样本。尤其是经历改革开放42年以来,商贸服务业稳健发展,占全区三分之一比重,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,已集聚了81家跨国公司总部,入驻的国内外品牌达到1800多个,其中60%是国际知名品牌;进入静安的首店品牌商80家;作为全市三家试点商户之一的芮欧百货率先实施购物离境退税的即买即退。企业是创造社会财富的主体,政府是管理社会秩序的主体,静安区商联会作为市场营商之道与民生消费之择多元诉求的主要链接者之一,主动承接好政府在转变职能中让渡出来的治理空间,在健全、完善服务上下功夫:拓展品质新消费、智慧新零售,为购物品牌添彩;推进改革开放向纵深发展,打造国际一流营商环境

取得新亮点,在增进诚信、完善服务中云集万商;关注民生的便民惠民、消费扶贫;发挥静安特色和优势,对接长三角一体化发展国家战略,在服务大局中实现企业的自身发展;推进经济高质量发展,提升国际消费城市示范区核心功能取得新突破,践行全方位高水平开放。

### 探讨世界顶级商业名街深度合作新模式

静安区商联会以“全面开放新格局下的商圈发展”为主题,积极参与法国巴黎香榭丽舍大街、英国伦敦摄政街与



圣詹姆斯街、意大利米兰蒙特拿破仑大街、新加坡乌节路、上海静安区南京路等五大国际知名商圈合作,增进往来,达成五项合作共识:一是商圈推广深度合作。在商圈建设、品牌推广等方

面,利用各自优势,加强彼此间的合作,互相鼓励传播与视觉交换项目,在所属街区与城市进行品牌推广与宣传。二是商圈建设深度合作。积极举办或参与商圈之间的活动,参观考察商业新模式,探讨绿色可持续发展之道,促进街区之间的交流,积极分享现代科技在商圈建设应用的成果,分享商圈消费者行为与消费偏好,共同应对互联网对实体商圈的冲击,推动商圈繁荣。三是人文艺术交流深度合作。积极进行服饰、美食、电影、戏剧、摄影、体育赛事等领域的人文艺术交流,促进文化互通。四是旅游业深度合作。积极推进旅游业的合作,每年开展旅游项目、旅游城市的宣传与推广,促进消费者流通。五是本土品牌推广深度合作。鼓励将对方国家的本土品牌在本地区开设实体店、快闪店、组织参加展会等,协助对方将其品牌、文化等推广到本地区。

### 推动线下零售企业开展“七日无理由退货”服务承诺

2018年9月,静安区商联会与区商务委、区市场监管局和区消保委紧密配合、分工合作,率先在全市开展线下实体门店“七日无理由退货”试点,牵头起草《静安区线下商业企业推行“七日无理由退货承诺”倡议书》和《静安区线下实体店无理由退货指引》,支持分类逐步推进。对一部分实际已经执行“七日无理由退货”但尚未正式对外公开的企业,鼓励其加入“七日无理由退货”试点门店;对一部分已经开始执行“无理由换货”但尚未开始“无理由退

货”的企业,引导其逐渐完善内部管理机制,逐步向“七日无理由退货”过渡;对一部分目前已经在小范围内或仅对会员客户提供“无理由退货”服务的企业,支持其逐渐扩大服务范围,并尝试先从门店部分品类开始逐步过渡到全



面“七日无理由退货”。2019年7月,为贯彻落实《关于进一步优化供给促进消费增长的实施方案》,市商业联合会与市商务委、市市场监管局、市消保委联合在静安区大宁国际商业广场召开“上海线下零售企业承诺七日无理由退货服务”发布会,打造诚信消费、放心购物的消费环境和消费生态,取得了较好的社会反响。静安182家线下实体店积极响应服务承诺倡议,部分企业已实行30天无理由退货服务。静安区商联合会按照“企业自愿、行业自律、政府引导、社会监督”的原则,健全工作推进机制,突出重点确保落地见效,规范统一服务承诺,加强消费者维权保障,加强经验总结交流,开展信用信息归集。

## 建立消费示范 讲求品质服务

静安区商联合会关注优化营商环境,服务产业发展,推动行业治理与市场共建,提升会员企业的社会责任感,促进市场的规范有序。一是牵头研订《静安南京西路商业服务标准》。从商业组织、服务人员、服务环境、服务设施和服务安全等五个方面对服务基本条件提出规范和要求,同时结合静安南京西路商圈的发展现状与趋势,从打造智慧商圈、生态商圈、活力

商圈、便捷商圈、诚信商圈和创新商圈目标出发,提出了21项特色条款,进一步彰显静安作为国际消费城市示范区,在对标高品质服务方面所做出的努力。二是开展消费者对菜场满意度评议活动。静安区商联合会历时七年,在全区14个街(镇)275余个居民区内对36个标准化菜市场、83家社区智慧微菜场进行消费者满意度评议活动,每年参加评议的消费者达5000余人。静安区商联合会在认真总结静安区菜市场消费者满意度历年测评的基础上,重点聚焦食品安全监管、平价菜供应、快检中心、精准扶贫等方面,力求民生为本,以更好的满足需求、创造需求、引领需求为导向,确保市民群众买到“放心菜”、“优质菜”。静安区菜市场



满意度测评现已纳入《全市打响“上海购物”品牌,加快国际消费城市建设三年行动(2018-2020年)计划》,进一步展示静安区菜市场窗口文明服务规范。三是引荐上海经贸商事调解服务中心为企业服务。随着上海的经济的发展面临新的机遇和挑战,双边贸易和多边贸易的发展成为必然趋势,由此引发的商事纠纷主体对纠纷解决方式和质量提出了更高要求,而专业调解作为诉讼、仲裁等既有的纠纷解决途径的必要和有益补充,在经济社会发展中存在很大的需求空间。静安区商联合会积极引荐上海经贸商事调解服务中心为企业服务,倡导会员企业作出“调解优先”的承诺,助力推动市场主体高效妥善解决纠纷,以利于在全社会推广贯彻“调解优先”理念,这也是

进一步推进国家建立完善的多元化纠纷解决机制的重要步骤。

## 聚力会员企业 投入疫情防控

新冠肺炎疫情发生以来,静安区商联合会迅速行动,助力行业防控与复工的总体战、阻击战,同舟共济,守初心、抓齐心、献爱心、求同心、强信心、心连心,力争打赢疫情防控的人民战争。

防控疫情初始正值春节商业旺市,静安区商联合会强化政治引领,利用会长群、理事群、区商联合会党总支群等明确把疫情防控工作做为当前首要任务来抓,要求企业在岗重防控,放假不放松,在家不离岗,分秒必争,落实好具体的防控举措。随着疫情的逐步发展,静安区商联合会坚持横向到边、纵向到底的工作思路,积极应对疫情防控和复工管制的两难矛盾,拓展互动途径,切实增进与会员企业的联系与沟通。在非常时期,努力改善企业复工与政府部门阶段性管制的磨合,增强合力,群防群控,齐心抗击疫情。先后编发500余条信息,包括疫情防控的态势和政策措施解读;参与社区疫情防控知识宣传普及;助力排查治理,贯彻公共卫生措施实施;做好医疗保障,为一线奋战的医护人员提供生活保障和交通服务;积极参与卫生防疫、心理服务、救助救护志愿服务等。静安区商联合会为积极响应做好疫情防控,在第一时间通知20余家会员单位单位,积极配合社区做好防控,及时推出线下暂停线上补的模式,保民生稳供应,为小区居民提供买菜购物的方便之门,引导农社对接,协调相关直供企业加强线上直供配送:城市农业通过“到家好菜”线上销售,针对小区需求配送到点,实行“无接触”售卖,春节期间累计到家配送3000余户,平均每日上市本地绿叶菜约13吨,并为奋战在社区疫情防控第一线的民

警、医务人员及居委干部等配送了近400份蔬果,为社区90岁以上高龄的独居老人配送了100余份蔬果,还对接瑞金医院第一线的医务工作者,每周两次配送300人次的新鲜蔬菜、豆制品;惠崇农业为方便居民买菜提供配送蔬菜29余吨,服务1300余人次;敏航农业推出主副农产品套餐单点配送服务,共送出蔬菜8余吨,服务居民6千余人



次;优宣农业在全区10多个小区门口设置配送货架,实行线上下单配送到柜,方便居民买菜;惠崇农业针对大宁路等街道提出解决社区集中医学观察点人员的后勤保障需求,按菜单上门送货,还对曹家渡、天目西路等社区买菜有困难的孤寡老人等群体及时配送蔬菜等副食品。静安区商联会还加强协调引导街镇社区对接居民需求,采用互联网+直供加强农社对接,着力提供精准便利服务。采取搭建APP、微信小程序、微信群等线上服务系统,帮助老年人等社区居民线上下单订购,配送至小区居委或指定地点,方便居民群众买菜购物。

## 桥梁·平台·推手

2020年,静安区商联会将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,努力优化营商环境,服务产业发展;强化平台功能,扩大合作交流;推进行业治理,促进协会建设;整合多种资源,扩大赋能效应。做到“五个聚焦”:聚焦“全球服务

商”规划。及早谋划好各项投资促进活动,强化服务企业的制度化安排,对标国际最高标准、最好水平,努力落实好开放政策和制度设计,进一步优化跨境贸易营商环境;聚焦“消费提质”。扎实推进静安促消费24条、上海市促进夜间经济10条等政策措施的落地。坚持久久为功,做大做强夜间经济、免税经济、平台经济、品牌经济、首发经济



等新增长点,宣传推广老字号创新转型的成功经验,营造良好的消费环境;聚焦“市场保供”。落实好猪肉、蔬菜等便民惠民常态化。积极推动家政、早餐工程等生活性服务业扩大高质量供给;聚焦“办好进博”。努力放大进博会溢出带动效应实施方案的落实,加快集聚更多贸易型总部、民营企业总部等在内的高能级市场主体;聚焦“编好规划”。认真开展全局性、战略性谋划,组织会员企业为高质量编制静安商贸服务业“十四五”规划和新一轮上海商业网点布局规划,建言献策。一是加强静安南京路商圈党建联盟和区商联会党总支部工作。牢牢把握“提升能级和核心竞争力”这一主题,努力在“内强功能,外树形象,打造品牌”上体现新作为,开创新局面。坚持党建引领,开展“寻访红色足迹,铭记时代责任”传统教育活动;开展争当2020年度静安南京路服务明星活动;开展2020年度行业服务技能六比六赛;开展《静安南京西路商业服务标准》培训;与贫困地区开展消费扶贫对接;在社区直供便民服务中擎起党的光辉旗帜。二是开展诚信经

营服务宣传教育活动。支持会员企业强化自身信用管理,在培育企业文化,建立规章制度,健全生产经营,培训员工技能,担当社会责任等方面增强诚信自律;巩固推广静安区线下实体商户“七天无理由退货”之承诺,使之持续良性循环,不断增强影响力;携手推进长三角全域放心消费创建活动,在市商联会领导下,按《长三角地区共同发展“满意消费长三角”行动方案》,组织引导线下经营者开展“长三角地区异地异店线下无理由退换货”承诺服务,促进长三角城市群间行业内规划对接、战略协同、专题合作、市场统一、机制完善,努力建成贯彻新发展理念引领示范区;办好“销售真牌真品,保护知识产权”承诺活动;承办菜市场满意度测评;推进知识产权保护规范化市场建设,培育和树立典型,营造良好营商环境。三是深化可持续发展的研讨。办好“2020福布斯·静安南京路论坛”“发展首店经济研讨”等活动,与广大会员企业及时分享行业发展的前沿理念;编纂完成《上海现代服务业发展报告2019——商务服务篇》,通过深入调研,形成能准确反映行业发展阶段、成果及经验的报告。四是进一步凸显社团组织等服务功能。参与上海市一年一度的“蓝天下的至爱”慈善系列活动,邀集广大会员企业以关爱之心投入“千店义卖”的慈善义卖善举活动,并支持企业参与中华慈善日帮扶活动;增强商家企业安全生产和消防安全的主体责任,配合区商务委等相关部门,要持续引导和支持广大会员企业法人主动承担好安全生产的主体责任;开展“2020静安最美橱窗(含商场环境、外立面)”评选活动;办好社区商业直供便民服务,办好白领午餐服务,举办2020年度白领午餐技能大赛;针对商业多门类特点,持续开展会员企业业务培训,提升商业服务业从业人员素质。

## 繁花似锦的静安

### 会员风采录

◎**恒隆广场的城中购物派对** 恒隆广场每年举行的城中购物派对令人瞩目,其特别之处是对新一代高精尖人群的积极拥抱,打造独特而丰富的购物体验。从派对风格、明星阵容、大牌助阵、限量产品,再到互动装置、线上线下的流畅体验,都能看出恒隆广场对市场的了解和用心,并创下单日7000名消费者购买1.27亿元的记录。自2001年开幕以来,坐落于南京西路的恒隆广场就以其至臻的购物体验与对高端生活方式的塑造,不断引领着



一代又一代高端客群的时尚品味,更被业界视作“奢侈品零售的风向标”。在电商渠道与社交平台崛起、商品和服务日益丰富的今天,恒隆广场精准地洞悉到新一代消费者的心理及行为,以消费者为中心重新定义了奢侈品零售,并通过一系列营销活动与市场新贵建立全新链接,强化并放大了在产品、服务及体验方面的优势。

◎**静安嘉里中心·安义夜巷洋气又不失烟火气** 仅264米的安义路开街后每个周末达到7万客流、约77万元销售额,这个数字还在不断攀升。“安义夜巷”既没有传统夜市的油烟与嘈杂,也没有高端商场溢出的高冷,但见艺术花市、创意集市、汉堡烤肉、啤酒咖啡、套圈游戏等有条不紊地分布在夜巷两侧,参与夜巷经营的商户包括沪上颇有知名度的特色商户、创意绘画和饰

品店以及原有商户。每个周末来到“安义夜巷”都会发现有所变化,已举办了咖啡文化、秋日丰收、绘画艺术、户外运动等主题,人气效应显著。夜巷对静安



嘉里中心内的商户以及南京西路商业产生了辐射效应,嘉里中心客流较去年同期上涨20%,安义路上沿街商户客流则上涨近50%,南京西路上部分店铺为此延长了夜间营业时间。夜间经济反映了一座城市、一个城区的繁荣程度。

◎**优衣库服适人生** 优衣库作为迅销集团旗下的主力品牌,自2002年落户上海,正式进入中国市场,并已在大陆地区的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。优衣库在中国发展的十八年间,秉持“改变服装、改变常识、改变世界”的目标,传播“服适人生”的品牌理念,以优质的服装,创造前所未有的崭新价值的服装,让所有



的人都能够享受身着称心得体的优质服装所带来的喜悦、幸福和满足。

◎**大宁国际商业广场打造城市生活中心** 2006年开业,占地面积5.5万平方米,总建筑面积25万平方米,汇集了约200个品牌,率先提出“城市生活中心”理念,旨在为消费者提供方便、快捷、多元的消费场所。多姿多彩



的活动和“街+场”开放式的形态成了大宁国际有别于其他购物中心的鲜明特色,周末客流达10余万人次;共集合50余家各大品牌餐饮商户,延长周末营业至24点。每年举办的文化娱乐活动场次数以百计,包括致力于为向往音乐和艺术的人们提供舞台的“大宁音乐季”;带领消费者在充满仪式感和欢声笑语中迎接新年的“大宁跨年狂欢派对”;引入国内外近10余个国家和地区优秀艺术表演的原创亲子IP“环球儿童艺术节”;推动“夜市经济”的“大宁夜市”等等。

◎**上海静安大悦城城市青年引力场**

静安大悦城品牌组合及推广活动均精准定位年轻消费群体,以“年轻、时尚、潮流、品位”为特色。作为体验式购物中心的引领者,静安大悦城一直以来致力于打造城市“青年引力场”,以情感互动联结目标客群。静安大悦城顶楼的摩坊166作为上海首家屋顶轻艺术主题街区,通过后工业时代风格,以手作人街、霓虹街、未央街三个主题版块街道为重点布局;8楼霓虹街营造复古感,手作人街作为国内最早一批引入手作业态的购物中心,成为诸多手作品牌的孵化器;9楼未央街主打西餐和酒吧等餐饮业态;静安大悦城全年举办大型主题展览20多个,持续引发关注;同时积极拓宽商业思路,首次将移动大悦城带到草莓音乐节及浦东国际机场,传达大悦城品牌文化理念。2019年,上海静安大悦城获颁全国首批五星级购物中心称号。



## 跻身上海市非物质文化遗产传统技艺之林

◎绿杨村川扬菜点五味俱全 绿杨村酒家开设于1936年,店名取于清代诗人王渔洋的名句“绿杨深处是扬州”。川扬菜肴和淮扬细点制作是上海川扬菜点烹饪技艺的典型代表。绿杨村还是上海第一家开设食疗餐厅的酒家,采用川扬帮传统技艺烹调,配制名贵中草药,以甜、酸、苦、辣、咸等五味调制,滋补人体五脏所需营养素,食补与药补相结合,充分体现食疗药膳的作用和价值。



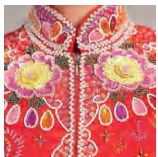
◎凯司令蛋糕融贯中西 始创于1928年的凯司令食品有限公司是上海西点制作的优秀代表。历经数代人的经营和传承,形成了融合中国传统风格和西点文化的独特手工技艺,其奶油裱花蛋糕和奶油栗子蛋糕以独特的口感和丰富的造型在市场和顾客中享有声誉。



◎王家沙本帮点心状元 王家沙点心店初创于1945年,有“上海点心状元”之称。虾肉馄饨、蟹粉生煎、豆沙酥饼、两面黄被称作王家沙“四大名旦”,并拥有小笼馒头、生煎馒头、馄饨、面条、糕团、汤团等八大系列。其中蟹粉小笼、蟹粉汤团、松糕、八宝饭、枣粒包、萝卜丝酥饼、萝卜丝包、蟹粉锅贴、枣粒汤团、鸡虾肉生煎10个产品获得“中华名点小吃”称号。



◎龙凤旗袍独门绝迹 始创于1936年的龙凤旗袍为沪上知名的手工制作旗袍商家。龙凤旗袍款式独到、选料讲究、剪裁精心、工艺精湛,其独特的“镶、嵌、滚、宕、盘、绣”技术工艺,使旗袍制作显露



出搭配匀称、层次分明、厚实饱满的特色,特别是不同造型的盘扣给人一种锦上添花的感觉,加之手工苏绣工艺更给人一种艺术的享受,使旗袍的本身变为一件精美的艺术品,蕴含着丰富的历史文化底蕴。

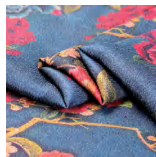
◎亨生奉帮裁缝做工精良 始创于1929年,经营男式西服、中山装、大衣、礼服等各类呢绒服装,尤以选料讲究、做工精良、款式新颖、穿着舒适而久负盛名。1843年上海正式开埠后,诸多海外来客纷纷涌入,上海本地一些原来擅做长袍、马褂、对襟衣等中式传统服饰的裁缝开始做起西服来,由于当时替外国人做西服的裁缝大多来自浙江奉化,故被称为“奉帮裁缝”。奉帮裁缝在中国的西式服装制作行业中始终占据着统领地位,“亨生”则是上海奉帮裁缝中的佼佼者。



## 荣登2019上海优选特色伴手礼之榜

为了助力打响上海“四大品牌”,在市商务委支持下,市消保委联手一批行业协会,邀集资源专家评委,从地域特色、品牌文化、产品体验等方面进行遴选。最终确定25件入选“2019上海优选特色伴手礼”,其中静安区商联会会员企业12件榜上有名。

◎开开香云丝巾 温婉大气 出自开开的创新设计:丝巾一面采用深沉优雅的香云纱,另一面采用鲜艳亮丽的桑蚕丝,巧妙改良了传统香云纱在颜色搭配上的单调。



◎雷允上香萃百草精油穴位梳 养生新时尚 老字号对接新时尚,精选天然的草本植物精油,辅以中医点、按、揉、梳的穴位



疗法,可调整脏腑、气血、经络,让人体自我修复。

◎龙凤伴手礼如意云纹盘扣书签 富有诗意 源于中国传统如意云头纹、结合龙凤非遗盘扣技艺而制成的书签,搭配流苏,更显线条优美,既富有中国特色,又寓意吉祥。



◎龙凤伴手礼玉兰花盘扣胸针 明丽淡雅 设计灵感取之上海市花白玉兰,选用上等真丝面料制成长凤盘扣胸针,表现女性独立、高雅、端庄、向上的精神。



◎立丰春夏秋冬四季礼盒 活力四射 牛肉干、鸭肫肝、猪肉脯……“立丰味道”藏于盒内,蕴含着“立诚天下,丰实人间”的文化品味。



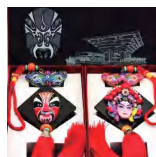
◎立丰节庆伴手礼盒 大气+亲和力 礼盒采用中国传统色彩褐色作为主色调,图案采用牡丹花,取花开富贵的寓意,突显了作为节庆伴手礼的高贵和现代感。



◎凯司令经典饼干琳琅满目 作为上海一个优雅的老品牌,颇受上海人的喜欢,经营的特色,除却妙不可言的正统西点,就数这琳琅满目的经典饼干了,百年传承,经典永恒。



◎九和堂香囊祈福避邪 选材考究,色泽靓丽,香囊内装纯天然中草药,精选布料纯手工缝制,乃传承中华民俗文化和中医药文化的时尚优品。



◎红宝石蝴蝶酥酥脆香甜 采用多层酥皮压紧多层,裹以黄油、涂抹焦

## 五彩缤纷的静安

### 会员风采录

糖、点缀白糖烘烤而成，自是口感酥脆、浓郁香甜、紧致而酥脆十足。



#### ◎红宝石原味白脱小蛋糕经典之作

原料纯正，且采取独特的配方，口感浓郁厚重，成为味蕾的独家记忆，也成为老上海的经典味道。



#### ◎泰昌麻香鸡子饼独具匠心

始创于上世纪五十年代初。麻香鸡子饼配方独特、原料精选，糅合优质肉膘、南乳汁等十多种辅料，通过纯手工制作与精心烘焙，营造出油而不腻、口感奇特、齿颊留香的曼妙。



#### ◎西区老大房净素月饼禅意漂浮

月饼酥皮层层叠叠六十四层，馅料纯正，甜而不腻，咬上一大口，酥皮悉里索落地掉，好吃得一塌糊涂，如入佛国之境也。



#### 国粹精华享誉申城

◎上海景德镇艺术瓷器有限公司  
**器成走天下** 创始于1959年，坚守六十余年专售景德镇瓷器，维系“客从八方来，器成走天下”的天下瓷都景德镇之渊源。公司秉承“诚实信誉、顾客至上”，以“艺术瓷器日用化，日用瓷器艺术化”为主旨，专注于经营江西景德镇原产的名人名家瓷器作品、仿古精品

瓷、中高档陈设瓷和日用瓷，成为上海专业名特商店、瓷器销售放心店，早已成为许多名瓷收藏者的“挖宝”之地，并令众多国家政府首脑或政要偕夫人慕名趋往遴选购置。公司于2015年7月1日成为上海市第一批境外旅客购物离境退税商店，为弘扬中国瓷器博大精深的艺术魅力做更大贡献。



#### ◎上海白玉兰真丝商店引领风潮

专注独具江南风韵传统真丝的服饰产品，畅销市场30多年，“时尚、个性、多元”是白玉兰品牌真丝的精髓，“海派风貌、多元体验、风潮引领”是白玉兰品牌真丝的新亮点，也是在海内外众多消费者心里的标签，并成为上海购物平台上一朵独具特色的品牌之花。



#### ◎大宁国际茶城云集名、特、优、新

创建于2007年4月，拥有2万平方米的经营面积，300多家商户入驻。茶城云集了来自国内的名、特、优、新茶品和精品茶具，吸引了来自国内外大批茶商频频惠顾，并为之建立了广泛的贸易往来，茶城茶叶年销售额突破20亿元。茶城被中国茶叶流通协会授予“全国重点茶市”、被中国商业联合会授予“中国商业名牌企业”和“中国商业服务品牌”，是中国茶叶行业综合实力百强企业、中国茶叶行业最具影响力知名茶城。茶城旗下“石



生牌茶叶”以其上乘的品质、厚重的文化、特色的包装、合理的定价，先后被评为上海市茶业行业协会名牌产品、上海国际茶文化节金奖茶等称号。

#### ◎上海南京美发公司顶上功夫

创建于1932年。公司汇集高级美发（美容）师技师、美发（美容）技师达到50%，是上海乃至全国美发美容企业中拥有高级职称比例最高的团队之一。公司长期以来坚持与国际著名的美发美容用品供应商：德国WELLA公司、日本HISEIDO公司、法国LOREAL公司、德国NEOVIT合作，强强联手在货源上把好产品的质量关，实实在在地做到让顾客放心消费，荣获国家质监局授予化妆品品质信得过企业的证书。公司旗下有四家门店，1200平方米营业和工作场所，全套引进日本、德国美发美容设备，设有男宾部、女宾部、美容部三大专业门类，为顾客提供理发剪发、烫发染发、洗发护发、洁肤护肤、修甲护手、纹唇绣眉、化妆修毛等多功能服务，自始至终给顾客于美的享受。



#### 网红点心风靡沪上

#### ◎富春小笼异军突起

上海愚园路上的富春小笼馆创办于1995年。随着岁月变迁，从2007年起，富春小笼馆进行连锁发展，陆续进驻各大商场开设多家分店，如今已拥有十七家门店，两家包子铺，一个宴会厅，一个配货中心，富春咖啡小馆即将开业，全年营业额达到6800万元。富春小笼馆的菜品、点心日益丰富，但不变的是地道的富春小笼味道，面皮饱满、汤汁鲜甜、现包现蒸。巷子虽深，名声却早已在外，如今富春小笼成为网红点心风靡上海滩。



# 闲话“危”和“机”

## ——也谈新冠肺炎防控过程中衍生的商业机遇

上海市政协经济委员会原主任 张新生

一场惊心动魄、全民参与、全球波及、令人难以忘怀的新冠肺炎大传播以及人类与病毒的攻防战，正如火如荼地在世界各地进行着。如果说，17年前的SARS导致了全球8096人感染、774人死亡，令人记忆犹新的话，那么，当下的这场抗疫更是会在人类发展史上留下浓浓的痕迹。而且，对现代人而言，随着时间的流逝，这个被世卫组织定名为COVID-19的病毒，将会比以往人类了解的疫

病流行更加刻骨铭心。这就是人类发展过程中所面临的一个危机，一个正在逐步对其加深认识，一个定会逐步被破解并战而胜之的疫病。按照“危机”这个词的字面理解，它应该是指“面临产生危险的祸根”或者是指“面临严重困难的关头”，但如果拆分这个词，就变成了“危”和“机”两个字。俗话说，“有危就有机”，是我们面对危机时应取的态度。正如习近平总书记所说“要深入分析，全面权衡，准确识变，科学应变，主动求变，善于从眼前的危机、眼前的困难中捕捉和创造机遇。”“危和机总是同生并存的，克服了危即是机。”

从我国抗疫斗争的过程中不难发现，如何有效地解决好百姓的生活必需品的流通，如何有效地实现各类医疗用品的配送，如何有效地满足社会各界稳定生产、稳定作业、稳定民心，实现抗疫的目标，流通企业可以做的

事情很多。这个过程，其实也是流通企业抓住“机”遇，乘“机”而上的过程。

正如在过去的几个月里，随时可以

看到流通企业为疫情爆发地区捐钱捐物，为抗疫第一线的医疗战士提供各种保障，为封闭管理或预防性隔离管理后的百姓提供粮油、蔬菜、瓜果、鱼肉，为社区居民或被隔离观察人员送各类生活必需品。同时，也可以看到不少

流通企业把参与抗疫作

为企业创新发展的机遇，通过电商和物流平台，不断为偏远山区、边疆、少数民族的各种特色鲜活产品牵线搭桥，帮助农民从田间地头将新鲜蔬菜水果、家禽鱼肉按订单直接包装送到城市居民家中；看到不少餐饮企业在暂时停止营业阶段，主动为居家网络上班的职工、居家网络上学的学生、居家自我隔离的居民等订餐送餐；看到不少快递企业在各类物品无法直接送达的情况下，主动在小区门口设立临时快递点，将各类物品整齐码放，标示清楚，方便市民自主取货；看到不少药品零售店和超市卖场，千方百计寻觅货源，为市民提供酒精、口罩、消毒凝胶、洗手液、消毒湿巾等防疫必需品……，所有这一切，充

分说明了流通企业参与抗疫的决心、行动、创新、主动和面对困难知难而上的恒心。流通企业员工的辛勤付出，稳定了民心、稳定了市场、稳定了社会，为党和政府领导的抗疫斗争取得阶段性胜利，作出了积极的贡献。

在这场抗疫战斗中，也可以欣喜地看到，网络发展带来的对各个领域的促进，正在对消费者的消费观念和消费行为发生全新的变化，并将推动流通行业的全新变革。

譬如：当疫情发生，国内抗疫急需的消毒、口罩等商品供不应求时，我们的全球供应链体系发挥了紧急采购、快速配送的作用，源源不断的全球相关产品投入到了国内市场供应之中。当中国疫情缓解，全球疫情爆发，各国急需抗疫商品时，我们的全球供应链又及时发挥作用，把中国生产的相关产品快速地销往全球最需要的国家和地区。在这个过程中，基本上是通过网络查找商品或寻找买（卖）家、确立标准、询价议价、签订订单、商

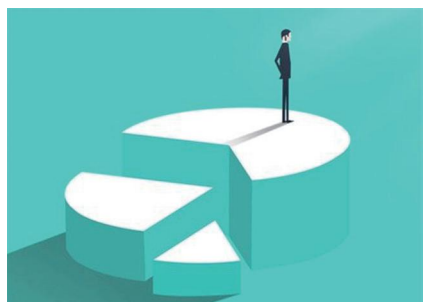
检报关、订舱物流、通关入库、资金结算等等，网络已经成为我们建立全球供应链的基础。

又譬如：由于疫情的影响，人们对网络的依赖，超过了以往任何时候，不仅仅是信息获得，更是进一步熟悉了衣、食、行、

娱、购，交友、会议、办公、学习的网上操作方式。因此，越来越多的商



品和餐饮品牌，包括国内外知名品牌商品，纷纷入驻网络商城，方便消费者择购；越来越多的影视剧目、音乐演唱、读听皆可小说、休闲娱乐节目可以在网上欣赏观看，丰富了人们的休闲生活；越来越多的网络办公软件（如钉钉），网络学习软件对工作、教育带来的影响，将可能对人们的工作、学习带来意义深远的变革和影响的同时，影响整个服务行业的发展和创新。



还譬如，由于疫情的影响，人们对食用鲜活农产品有了全新的认识，并深深地了解到在中国的各个地方，有着各具特色的，有利于健康的鲜果鲜菜鲜禽鲜肉鲜鱼，并急切地希望能买到这些鲜活商品，这就为长期利用网络实行鲜活产品网上直销的企业提供了机遇，并为更多的流通企业加入这个行业提供了机遇，这也将带动整个鲜活商品的种植（养殖）、广告传播、收获加工、冷链物流、网上结算、订单配送、服务保障的链式体系建设，彻底改变传统的鲜活商品营销模式。

再譬如：经过十余年网购的发展，移动终端已经覆盖了绝大多数的消费群体，新消费模式正在逐步被消费者接受。这次新冠病毒疫情危机的爆发，每座城市社区里的市民都主动宅家支持抗疫，不仅日常生活用品通过网络 SHOPPING，更是对不少中高档商品，包括服装、鞋帽、化妆品，数码、家电、居家用品等以往只有在实体店销售的品牌商品希望能够在网上选购，配送到家。这实际上，已

经是对实体商店提出了怎样顺应消费者需求，加快发展网上销售方式的要求。

这就是流通企业面临的全新机遇。应该讲，我国开放 40 多年来积累的商业管理理念、商业装备技术、商业网络的布局、商业人才英杰辈出、商业经营的不断优化以及 5G 网络和人工智能快速发展的支撑，这都是我们面对全新机遇时的底气。借此，我们当能推动流通企业的更新发展。

善于危中寻机、化危为机，才能走出向上向好节奏。从疫情开始至今 100 余天，我们已经在应战中尝试了许多新的营销方式。我以为，还可以继续我们的探索之路：

**第一，形成更为完善的主副食品购销网络。**依托前端的区域主副食品批发市场的大数据，加强中端的伙食团、菜市场、超市卖场、菜店的营销网络，最终和终端消费者手持移动终端连接起来，即通过不断发展的网络，把各端点连接起来，实现更加有效的供应链体系，以应对和保障任何事态下的主副食品稳定供应，同时也能更好地保持市场的日常稳定供应。

**第二，加快线上线下销售网络的融合。**线上企业要敞开大门，欢迎线下企业融入其中，利用自己的网络优势和技术优势，不断扩大品牌企业、品牌商品的融入；线下企业要加快学习网络技术，下决心引入 VR 虚拟现实技术、人脸识别技术、网络营销、电子标签、大数据采集分析应用等全新的现代营销手段，将原本平面的销售方式变成立体的销售方式，将虚实平台结合的营销方式作为最基本的营销手段，最大限度地吸引消费，成就商业发展的新高地。

**第三，借助服务业的快速发展推动流通业的创新之路。**随着人民生活水平的提高，我国的服务业近年来获得了长足的进步，在国民经济中的占

比不断上升，人民群众的生活也更加丰富多彩，服务消费日益增长。这给流通业的创新发展带来了诸多机遇。把商品消费与文娱活动更好地结合，把商品消费与体育健康事业更好地结合，把商品消费与不同年龄段群体的学习与探索更好地结合，把商品消费与日益发展的科学技术进步更好地结合，把商品消费与祖国各地的名优新特产品更好地结合，把商品消费与引进来自全球的适销商品相结合，把商品消费与千百万消费者不断求新就变的需求相结合，我们还可以创造出各种全新的思路和方法来推动消费迈向新的台阶。这既是扩大消费之举，也是发展服务业之举。

当然，商品营销涉及到流通企业各个方面组成，因而，流通创新也自然涉及到流通环节的各方面。商品的采购、营销的组合、物流的配送、大数据的应用、先进装备的配置、员工队伍的培训、运营流程的设计等等，都是流通企业应该去探索的。没有最好，只有更好，这就是流通创新应当秉持的理念。



当然，危中寻机，化危为机，关键还是要时时刻刻存有“危”、“机”意识。“危”和“机”的出现，是事物发展的必然规律，关键是我们要看得到“危”出现的苗子，更看得到“机”处处存在，积极主动地抓住机遇，乘势而上，扩大机遇的优势，我们就有可能更好地破解“危”的风险和后遗症，推动流通业的全新发展。

# 防控疫情催生线下服务到家模式发展的思考

上海商学院教授 顾国建

此次防控疫情期间，所有零售商在线上订单线下服务到家业务上都遇到共同的问题，那就是线下快递员的严重不足。虽然这是春节期间的特例，但对这件事也需要引起警觉。线下服务到家还碰到两个问题：一是由于线上客单价提高，线下服务到家的商品选拣、打包时间延长而影响了出货时间和履约率；二是由于居民小区实行封闭式管理，快递小哥的只能送货进社区指定地点。由此，引发对于线下服务到家未来的发展模式存在多样性可能的思考。



**◎小区到家模式的效率提升** 小区作为线下服务到家入户的末梢，物业公司可以参与到到家服务的供应链中来，承接其天然对接每家每户的任务，成为到家供应链的最后一个环节。如果物业管理是到家服务供应链的最后一个环节，其服务价值就会凸现出来。由此可以预见，从现在起到疫情之后，商家都会争夺物业管理这个资源。下一步到家服务会激烈地体现在对小区物业这个到家入口竞争之中。

在疫情期间，大多数小区物业承担的不是到家服务的功能，因为它还没有准备好，顾客都是到物业指定地点自己提货的，这种到家的顾客自行提货模式可能会固化下来，成为一种

常态化甚至主流性的到家模式，这样的话小区物业就会成为到家服务供应链上最后一个暂存仓和服务平台。建议小区到家模式应该鼓励顾客到物业自提，这样对小区的安全有利，可以消除小区不太宽敞的空间里快递小哥小车乱串的状况，也可消除各楼栋叫门声和门铃声不绝于耳的嘈杂，还小区一片宁静，对有困难的住户可以由小区志愿者送货上门，体现社会对弱者的关爱，对坚持送到家的顾客可以视情收取额外费用。

**◎小区到家模式的管理前置** 小区到家模式如果成为到家模式的主流性模式，其仓储设施定性为公共服务设施的话，现在就应该考虑设计前置性管理。一是小区物业的收单、发货（自提和送家）和暂存仓管理系统必须信息化，不能再做手工台账，要求做到能与各个商家的系统和消费者的移动终端无缝对接；二是规范小区物业与商家合作到家业务的收费标准，政府要制定市场指导价，不能让物业乱收费，也不能让商家乱涨价，制止商家向物业支付通道费用的不公平竞争行为；三是规范小区物业履行到家业务的服务规范标准；四是制定小区暂存仓的建设原则与标准，如用于生鲜品、冷冻品和活物的冷链设施建设，倡导无接触自提，不扰民，不铺张。

**◎小区服务到家模式全渠道零售商优于纯到家生鲜电商** 到家服务模式从现在来看还没有穷尽，没有最优、只有更优。但线上线下全渠道的新零售把小区到家模式作为未来主要的模式是可期的，而小区到家模式上新零售是优于纯到家的生鲜电商的，因为纯到家生鲜电商模式不具备范围经

济的可能性，较难形成规模效应达到盈利。

这次疫情期间盒马鲜生客线上平均客单价最高，传统超市随后，纯到家的生鲜电商客单价最低，因为纯到家的生鲜电商无法做到品类的多样性，这是它的短板，当全渠道的零售商再进一步发展社区团购时，纯到家的生鲜电商模式劣势将会更加明显。

**◎小区暂存中转仓要列入城市菜篮子延伸工程建设项目** 在城市居民生活保障中，各级政府的菜篮子工程起着基础性的作用。但在此次疫情中，城市菜篮子工程在把生鲜必需品安全送达居民家中的作用中是存在不足的。因此，各级政府太有必要把小区到家服务模式中暂存中转仓列入菜篮子工程的延伸性项目工程。政府建设小区暂存中转仓菜篮子工程延伸项目的目的是什么？一是将菜篮子工程延伸至到家服务的社区基础设施建设，做全菜篮子工程的全链路服务功能；二是将这一延伸工程建设成“平战结合”的工程；三是暂存仓项目是公共服务设施，排斥商家的独占性。小区到家菜篮子延伸工程项目对接的是“新基建”到家服务社会基础设施项目，两大项目连接成中国商业、农业、餐饮业和各类服务业到家模式的基础性设施工程，如此中国流通业的面貌会焕然一新。

**◎“新基建”要列入到家服务社会基础设施建设项目** 有必要由中央政府和地方政府构建到家服务的基础性服务设施，设施建设的基础性要求是无人化配送到家到小区，这一基础设施建设应该紧急性列入国家的“新基建”项目中，成为疫情之后精准性

# 小议疫情之后的企业自救

上海商学院教授 周 勇

新冠肺炎疫情，这是全人类的一场灾难，这是大家的事，是全民的责任。当医务人员写下“不计工资，无论生死”的请愿书，为之感动、甚至流泪；当84岁高龄的钟南山院士再战防疫最前线，令人肃然起敬；当党和国家领导人多次亲临武汉，更是体现了对百姓的关爱。疫情警示我们：应做好打持久战的心理准备、物质准备、医疗准备与后勤准备，有可能一而再，再而三，决不能有侥幸心理而掉以轻心。

疫情肆虐，民生市场生产、销售、服务状况突变，实体企业都面临较大压力，如何实现自救，重点应在“定”与“变”两个字上。

## 首先，得有“三定”：

**一是定心神。**定企业定什么社会功能，创造什么用户价值？社群的大厦现在已经出现了裂缝，再这样满世界卖货，社群必将因失信而倒塌。

**二是定根基。**有些企业初期长得慢，根基深后，厚积薄发，像竹园；有些初期极速增长，过一会就不见了，像浮萍。

**三是定路径。**有不少企业，发展初期有很好的初心，但规模扩大以后，就

渐渐丢失初心，而且开始傲慢起来，路子也越来越野，这叫利益熏心，自入歧途。电视连续剧《决胜法庭》中的叶龙恩，曾是一名大学法学教授和副市长，桃李满天下，但为了追逐私人利益成了幕后黑手，最终被判死刑。女儿问他这是为什么？叶龙恩说：你爷爷辛辛苦苦一辈子，只留下三亩薄地，我要为家族留下一份基业。这不仅错在愿景，更是错选了实现愿景的路径。

未能为社会创造有效价值的企业，发展根基不扎实的企业，发展路径偏离正道的企业，都走不远。所以，企业应该从定心神、定根基、定路径这三个方面苦练基本功。

## 其次，得有“三变”：

**一是多变少。**经过疫情，企业都应该压缩可有可无的业务，集中精力发展具有优势的业务，走专业化、精益化、品牌化的发展道路。“多变少”还要求企业上下“少说多做”，让消费者去说，这叫“做事营销”。过去做生意靠的是

占地盘，现在做生意注重流量，未来生意还得靠口碑。

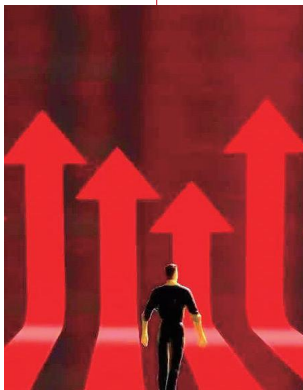
**二是虚变实。**整个社会与所有企业都需要有更多的像顺丰小哥汪勇那样

能解决实际问题的摆渡人。过去40年发展是硬道理；未来40年有效是真道理。让一切缺乏心灵感受的虚无缥缈的东西像秋风扫落叶那样远去，不再尘扬。

**三是繁变简。**人生的许多烦恼事，都源于人际关系的复杂化；企业的许多低效率，也都

是源于组织与流程的复杂化。要回归到消费者的核心诉求，要最大限度地清理营销套路，更多的消费者总是更喜欢明明白白的消费，企业内部的运作流程要简化。简化才能有效率，退潮才能看到礁石，才能清理障碍，疏通管道。

疫情让我们更清晰地认识到：让一切基础的东西固化下来，充实企业的定力；让一切僵化的东西变化起来，增强企业的活力；定力与活力相结合，才能促使企业永续发展。



投资拉动经济和需求发展的“民生工程”。

中央政府和地方政府投资的到家服务基础设施项目其社会和经济价值巨大，主要体现在三个方面：一是

无人化到家服务基础设施可以解放大批的快递小哥。让快递小哥回归实体经济的劳动大军中，也



让他们在年轻力壮时期能学有专长与国与己有利，可以摆脱不可持续的人群依赖的电商和新零售最后1公里的发展短板，这样中国零售业的发展面貌真的可以一新了！二是到家服务基础设施的建设可以为众多到家服务的商家提供最后1公里到家服务专项配送业务。这种集约化的物流设施的社会价值和经济价值就会体现，投资项目的民生性特点凸显，由于到家服务的基础性设施的定时性、班车性和经

济性特性，配送成本会大大降低，同时也大大降低了消费者花费在购物上的时间等成本支出，社会的总成本也会降低，社会综合效益明显。三是到家服务基础设施建设除了在发生疫情等社会突发性事件中发挥作用外，它还是一个能够迅速促进中国智能化产业发展的一个契机（无人汽车+自动驾驶技术+搬运机器人），这个工程建设保持了与经济要调整结构的正向性，也符合“新基建”项目内涵。

# 防控疫情引发商贸服务业创新升级的思考

上海市商业经济学会会长 齐晓斋

## 一、商贸服务业创新应对

来势凶猛的疫情给商贸服务业带来巨大冲击，无论是零售、餐饮，还是百货、超市，都面临严峻挑战。上海商贸服务企业积极应对、迎战疫情，创出了许多转型自救对策。

### 1、转型电商和无接触配送

在居民宅家防疫期间，线上需求日益火爆，实体商店纷纷开展网上业务自救，拓展线上销售渠道，餐饮则由堂吃转向外卖。上海市餐饮烹饪行业协会积极组织协调，与美团联手，推出 80 多家餐饮企业会员 1700 多家门店，向消费者提供餐饮外卖供餐服务。在整个零售市场下降的同时，线上仍然保持增长，今年 1—2 月份全国实物商品网上零售额 11233 亿元，同比增长 3%。为了满足需求，又确保配送安全，商贸企业创出了“无接触配送”服务新模式，快递配送与消费者约定，送到指定位置，实现无接触送货，避免传染风险。

### 2、共享员工，互帮互助

在一部分实体门店闭店休假的同时，一部分生鲜电商却应接不暇，配送人员不足。共享员工是商贸企业在疫情期间互帮互助的一个创举，如盒马借用多家餐饮实体企业的员工到盒马门店上岗。共享员工既解决了部分新零售企业业务量暴增、人员不足的燃眉之急，也分摊了部分实体零售职工闭店时期的人员成本。

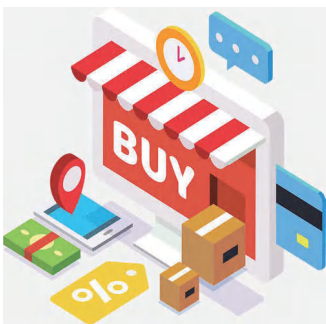
### 3、发放消费券刺激消费

各商贸服务企业纷纷发放消费券吸引消费。如新世界城在启动“春季

时尚消费周”的同时，联手支付宝、抖音、建设银行、银联云闪付等平台，在线上向广大消费者送出 500 万元电子购物券，苏宁易购、国美永乐也启动了发放消费券、全民消费大补贴活动。线上为线下引流，取得很好效果。

## 二、后疫情时代商贸服务业面临的形势与趋势

当前，我国疫情防控阶段性成效进一步巩固，复工复产已经全面展开，消费市场正在逐渐恢复之中。但令人期待的报复性反弹预计在二季度不会出现，原因是国际疫情持续蔓延，世界经济下行风险加剧，不稳定不确定因素显著增多，加之疫情输入压力加大，经济社会发



展面临新的困难和挑战。从上海消费需求的 3 大板块来看：一是本市常住居民需求将率先恢复，包括购物、餐饮消费；二是跨省市旅游近期难以恢复，跨省市会展、商务活动最近不能恢复，境外来沪旅游的恢复则有待时日。旅游和商务活动减少对零售、餐饮等消费有着非常大的影响；三是疫情影响了企业经营及效益，预计企业的商务宴请、办公用品等单位团体消费也将紧缩。1—2 月份全国被疫情抑制的 1.5 万亿元消费需求，至少要到下半年才有可能逐步释放。当然，市场全面的报复性反弹近期不会出现，并不排除局部的及部分业态的反弹。

### 1、实体商业存量更新将成为主旋律

这次疫情影响了整个市场环境，影响了消费观念，改变了部分消费方

式，实体商业需要相应调整，与新商业、新业态、新模式更好的融合来适应市场。疫情对购物中心、百货商店等各类卖场中的商户也会有次洗牌，部分抗不过去的品牌将淘汰退出；新成长起来的品牌、新进入的首店会补充进来。大型商业与商户的关系将更加紧密，创新转型需要抱团配合。

### 2、线上线下紧密融合

线上线下紧密融合是疫情期间被广泛认可的，被实践证明有效的实体转型方式。实体商业都尝试由专业主播直播带货。预计以微信小程序直播、抖音号、公众号及微商城等的实体商业线上销售方式将继续延续，成为常态化经营模式。参与品类将从美妆逐渐拓展到了包袋、珠宝首饰、手表、鞋类、时装等。实体商业与各线上的平台的合作也将增多。线上主要是拉新，而线下的体验需紧紧跟上，才能保持客流的持续性。否则，通过线上通道拉来的客流留不住。

### 3、实体商业的体验仍将加强

实体商业吸引消费者，留住消费者，体验才是关键。如利用屋顶、中庭、内街、下沉式广场等，开辟花园、集市、跑道、游泳池、运动广场等，布局室内攀岩、溜冰、射击、击剑、拳击、篮球、羽毛球、模拟滑雪训练等。预计后疫情时代将掀起一波全民健身高潮，长久宅家的人们亟需运动。体验式运动项目将成为大型商业吸引消费者、留住消费者一个热点。商场还可以引入行为艺术、街头艺人及快闪活动，让消费者与商场员工、与民间艺人互动起来，让消费者与消费者互动起来，让体验的、欣赏的、喝彩的、看热闹的互动起来。

# 上海洗染行业两手抓：复工复产复市 自律诚信服务



上海洗染业小微企业众多，突如其来的新冠肺炎疫情，使行业内普遍出现缺资金、缺员工、缺业务的情况。面对困难和压力，众多企业坚持逆行前进，严防疫情、全面复工两手抓，坚持优质、诚信为消费者服务。特别是承担医疗洗涤任务的企业，竭尽全力为疫情防控护航，切实做好医护服和病号服等织物的洗涤、消毒杀菌、防交叉感染。上海洗染行业协会旗下的医疗洗涤企业更加注重污物收集和洗涤工艺流程的管控，确保为医护人员和广大病患、家属提供更安全卫生的防护。一方面，对普通的脏污织物在洗涤过程中的化学消毒和湿热消毒、干燥过程中的干热消毒可以保障织物的清洁卫生程度。对于重度污染甚至是感染性织物，消毒方式就更加严格，无论从消毒剂的用量上，还是洗涤烘干的温度上都作了严格的把控，以确保消毒质量；另一方面，上海拥有全国自动化程度最高的大型医疗洗涤企业，医用织物从分拣、洗涤、消毒到烘干、折叠、打包都实现了机械自动化操作，避免脏污织物对人造成的交叉感染，同时也避免人对洁净织物造成二次污染。行业骨干企业景禧医纺为全市 70 余家医疗卫生机构提供后勤服务，其中三甲医院占全市 50% 以上。在疫情防控阻击战中，每天要为全市 4 万余名医护人员、3 万余张床位和 1500 余台手术提供织物的洗涤与消毒，承担 15 万余件医用织物的收发、运输、配送工作，每天运输行驶公里总数超过 3500 公里。为了确保运输过程中的万无一失，共有 20 辆全封闭式医用织物专用运输货车奔驰在各大医疗机构。为加强污物收集和洗涤工艺流程的管控，企业还使用 RFID 技术实现非接触式收集脏污织物，扫一扫，便可分辨织物类别及来自所在科室、病区，有效防止因人工清点、抖动脏污织物而可能造成的感染。凡发热门诊织物，全部

先消毒后洗涤，杜绝员工直接接触织物，其他医用织物则采取延长洗涤时间，提高洗涤温度的办法，专人跟踪监测织物洗后菌群残留。公司还集中辟出专门隔离区域进行感染性织物处置。行业另一家骨干企业上海威龙洗涤经营有限公司负责宝山区一个新冠肺炎咽拭子核酸检测点近百张床位和另一个集中隔离点 40 多张床位的被服洗涤工作。为了做好疫情防控服务，公司实行 24 小时待命，每天用专用车辆来回接运，被服在洗涤之前先进行二次消杀，再用紫外线灭菌，确保“一客一换”。



上海洗染行业协会积极投入疫情防控阻击战，1 月 28 日紧急成立抗疫领导小组，在走访多家医疗洗涤工厂时得知员工口罩等防疫物资短缺，当天就紧急联系有关部门协调落实防疫物质，帮助洗染企业抗击疫情。当前，协会一面努力做好疫情防控工作，一面积极有序的推进复工复产复市，为本市医院洗涤、宾馆洗涤和居民洗涤提供优质服务。如今，本市洗染行业的企业复工率已达到 95% 以上，近 3000 家洗衣门店开业。在推动企业复工复产复市的同时，为了规范行业行为，更精准做好疫情防控服务，协会还推动企业承诺履行诚信服务自律公约。并于 4 月 1 日举行了上海市洗染业诚信服务自律公约签约和授牌仪式，来自本市洗染业的医疗洗涤企业、公共纺织品和高档衣物多元化洗涤工厂、连锁和品牌加盟企业等 18 家骨干企业代表在公约书上郑重签字，并进行诚信服务自律公约宣誓。本市洗染业诚信服务自律公约今后将推广到协会所有 102 家会员单位近 3000 家洗衣门店和大中小型洗涤工厂以及供应链企业。上海洗染行业协会会长李金轩表示，目前正值衣物换季，洗染行业一定要全面做好疫情防控和洗涤质量达标工作，一手抓复工复产复市、一手抓行业自律诚信服务，促进行业健康发展。

## 人物志

上海医药集团被市政府指定为全市唯一的“抗击新型冠状病毒肺炎医疗物资保障供应基地”，旗下上药医疗器械（上海）有限公司则承担了抗疫口罩、医疗器械等物资保障供应的重要任务，其中担纲“军需官”的是公司全国采购中心的采购经理李军。

◎虹桥机场的一次成功对接 上药器械承担了上海首批驰援武汉医疗队配备装备的任务。1月23日小年夜，李军团队组织的84000个医用口罩正从河南发至虹桥机场，他考虑到特殊时期物流运输的不确定性、物资需求的紧迫性，便与团队当晚赶往机场接机，因航班误机，他们从晚上22点一直等到次日中午时分飞机终于落地，他们急切将物资清点完毕后，从机场直接送到公司项目组现场，准确无误地为整装待发的上海医疗团队添加进行囊。看着这些出征的白衣天使们，李军一颗悬着的心稍稍放松，露出了疲惫却又欣慰的笑容。

◎除夕夜公共卫生中心打来的紧急电话 1月24日除夕晚8点，市公卫中心焦急万分地求助：现场紧缺防护服，能否想办法支持？市公卫中心将上海确诊病例集中收治点设在金山，形势相当吃紧，确诊病例不断增加，而最要命的是专业医用级物资极其紧缺，现场防护服库存不足百件。

李军接到指令，马上组织了一场与时间赛跑的物资急购保供战。他连夜向一家家供应商联系，最后找到了杜邦公司800套医用防护服的货源，随即安排车辆运输，在次日的大年初一清晨从市区赶到崇明提货后送达市公卫中心金山基地，连续奋战16个小时，终于使一线医护人员防护装备的燃眉之急终于得到了解决。然而，李军预判800套防护服只能解决一时，后续肯定会有需求。年初二他又带领团队连夜从杜邦的安徽工厂抢运10万件医用防护服运送抵沪。同时又从浙江台州紧急采购了5000件杜邦医用级防护服，为后续增补供应做好准备。

◎“抢”下4.5万只3M医用级口罩 大年初一，市经信委向上药器械发出指令：务必尽快采购一线医用防护口罩到位。李军身上的担子骤然加重！他凭借常年积累的良好渠

道资源，紧急与3M工厂及其3M在上海地区医用级口罩独家代理商联系，将3M公司仅存的4.5万只9132型医用级口罩成功“抢”到手。事不宜迟，李军立即安排年初二中午将这批货从闵行区浦江镇仓库运进上药器械仓库，下午立刻发往设在金山的确诊病例集中收治基地及全市各大医院，供发热门诊医护人员使用。李军这一仗打得实在漂亮，展示了上海医药的渠道优势、办事速度和专业硬核！

◎有一种担当叫术业有专攻 从武汉爆出新冠肺炎确诊病例后，李军对非常时期的抗疫物资需求就有特别敏锐的预判。他带领的采购团队立即开始了一轮接一轮的紧缺物资保供采购。针对口罩、防护服、隔离衣、工作帽、护目镜、防护面屏、鞋套、手套、体温计、消毒液、医疗设备等11大类紧缺医疗物资，迅速根据应急预案厘清品类，第一时间分头联系，在1月18日前就备足了市级物资储备所需的口罩类、防护服类和体温计类产品的库存数量要求。截止3月2日，采购入库医用口罩2830万只、手套300万副、防护服83万件、体温计数万支。每一个数字背



## 李军 医疗物资保供的 “军需官”

后都是故事，李军和他的同事们年前开始连续作战，彰显了上海医药人的责任和使命、勇气和担当！

◎带状疱疹让硬汉倒下，但工作从未停止 1月23日以来的40多天里，李军领衔的“紧急物资沟通微信群”从每天早晨的6点起就开启了新一天的奋战序幕。大家7点半左右到公司，9点电话沟通例会，这已成为上药器械各条线核心成员的常态。高强度超负荷的工作，使“挺身”一线的李军体力挺不住了，2月末，他被确诊得了带状疱疹，无奈地只能在家办公。即便如此，他仍保持着微信秒回、电话秒接的工作状态。带状疱疹还未结痂，他又带病走进了办公室。李军的母亲今年80岁了，父亲过世后母亲一人独居。李军每天早出晚归，从春节到现在一直忙于工作，还没有去看望过母亲，成为他心中憾事。他说，等疫情过去，就想陪妈妈安安心心吃顿饭。李军是一位普通人，但在国家有难时，他不顾个人安危挺身而出，不休不眠连续作战。但回归平静生活，是李军此刻的愿望。

今年以来，突发的新型冠状病毒肺炎疫情来势汹汹，波及各行各业，其中也给传统服务业带来了剧烈的冲击，作为餐饮业更是首当其冲。上海锦江国际餐饮投资管理有限公司总支书记、副总裁周志强临危不乱，带领企业干部员工积极行动起来，投身于疫情防控阻击战之中。

## ◎ 以强烈的责任担当，全力保障疫情防控工作

疫情发生伊始，餐饮投资管理有限公司就根据锦江集团党委的统一安排部署，在第一时间里成立了新冠肺炎防控领导小组，并制定了应急预案。1月29日，周志强作为锦江餐饮新冠肺炎防控领导小组组长向全体锦江餐饮人发出公开信，带头郑重承诺：责任为先，我们与祖国共渡难关；同心携手，我们与祖国共同进退！同时号召全体锦江餐饮人：不信谣、不传谣；坚定信心，众志成城；保持耐心，积极防控；坚守岗位，履行职责；保护自己，服务客户。周志强还带头缴纳特殊党费，并倡导党总支全体党员共同向疫情灾区献爱心、送温暖。此举得到了广大党员的积极响应与参与，在短短半天时间内，总支部就收到了党员同志们交纳的特殊党费8100元，捐献疫情防控。

## ◎ 以安全营养的食品，守护医务工作者和广大市民

根据市领导的指示，市国资委具体安排锦江国际集团要全力做好驰援武汉前线的上海医疗队保障服务工作。当周志强接到让上海医疗队全体队员能够品尝到“家乡的味道”这一光荣任务之后，立即组织召开协调会，迅速研发可便于加工食用、安全营养、具有上海特色的菜肴和西点。从食品制作工艺、包装方案确定、配送现场布置到物资装配时间、运送线路等，每一个细节都不放过，为此常常忙到深夜才回家。经过周志强和锦江食品团队的共同努力，终于把1700份牛排，还有包括蝴蝶酥等上海特色点心送到了身在武汉的上海医疗队员们的餐桌

上。周志强说，作为餐饮和食品企业，我们没有生产口罩的能力，但我们能为白衣战士们送去家乡的味道，助力他们打赢这场疫情防控阻击战，贡献餐饮人的绵薄之力，我们义不容辞！

在为一线医务工作者服务的同时，周志强根据锦江国际集团的要求，带领公司团队积极研发方便宅家市民

加工烹饪、安全卫生的半成品菜肴，以丰富居家坚守的上海市民餐桌。他克服了时间紧、任务重的困难，带领公司各部门协同配合，从产品加工、订单操作、物流洽商、款项结算，到文案宣传、广告设计、服务管理等各个环节深入研究探讨，然后逐一设法攻克。经过了10天不分昼夜的努力，锦江食品微店终于在2月21日下午3时起正式上线。虽然首批上线产品仅11款，但是不到半天时间，就收到了20余份订单，销售额破万元。开店一周以来访问人数峰值逾1500位，成为锦江餐饮线上销售的新亮点。

## ◎ 把疫情防控作为重要任务，当好战斗员

周志强从事基层党务工作和经营管理工作已有近20年的经历，他在锦江餐饮板块时时处处以党员标准约束、鞭策自己，以实际行动展示党员先锋形象，发挥模范带动作用。在员工眼里，他的身上既有埋头苦干的老黄牛精神，又有不畏难、不怕事的争先意识和能干事、会

干事的创新能力，是一个安排在哪里都让人放心，都能树典型、当标杆的好党员、好干部。周志强曾获得“中国饭店业百名优秀人物”荣誉称号，并多次获得集团酒店事业部“优秀党务工作者”荣誉称号。在这次疫情面前，周志强坚决贯彻执行集团党委部署，把疫情防控工作作为重要的任务，当好战斗员，带领餐投公司党员干部一起为打赢疫情阻击战而贡献应有的力量。



32岁的赵小驹是叮咚买菜采销中心蔬菜品类的一位年轻的采购总监，他是这次抗疫保供期间千万叮咚人中的一员，为保障本市民生食材生鲜的供应，执着而又辛勤地默默奉献自己的一份光和热。

◎ **“我们是民生保供企业，绝不能让顾客买不到菜！”**

1月22日，叮咚买菜管理层在看到国家发出的疫情相关的严控通知后迅速意识到事态的严重性，当天就召开了紧急会议，召唤管理层返沪守岗，明确要保证民生食材生鲜的供应。当时的赵小驹刚回到宁波老家不久，且因疲劳受寒，患有重感冒。但眼看着当时订单量突然暴涨，而他所负责的蔬菜品类的缺货率也是因为供给跟不上激增的市场需求而直线飙升，赵小驹心急如焚，“公司需要我回去！”顾不得自身病体，也顾不得家人的不舍与担心，赵小驹当天就毅然决然地驱车返回上海。回到上海后赵小驹马不停蹄地带领蔬菜组团队奔赴本市青浦叶菜基地、江桥批发市场、江扬批发市场和江苏南通叶菜基地、常州凌家塘批发市场，安排基地采购奔赴山东寿光蔬菜基地、滕州土豆基地。春节期间大部分供应商春节放假，很多工人也都返回了老家，因此这几天消费者激增的购买需求与供应端脆弱的供应能力形成了鲜明的反差。此时的赵小驹，完全没有丝毫退缩的念头，他脑海中浮现的是叮咚买菜保证供应的三个确定性——品类确定、品质确定、供应确定。他说，“我们是一家民生保供企业，绝不能让顾客买不到菜！”在赵小驹的积极动员下，采购团队纷纷返岗，奔赴各主要基地和大的批发市场，不能返岗则在家办公，处理供应商沟通、订单事宜；这段时间赵小驹跟他的团队每天都从早上6点开始奔赴各批发市场，一直要忙到半夜。大家虽然很累，但没有一个人抱怨。

◎ **“能让叮咚买菜所覆盖到的地方的老百姓都能买到我们的菜，我们就很开心了。”**

叮咚买菜蔬菜组有几百个源头基地和工厂，75%的进货额都来自于源头基地。那几天赵小驹团队紧急联系供应商，动员他们复工复产，加

大采购量和供应量。上海市商务委、云南省商务厅等政府部门也给予了非常大的支持，给叮咚买菜的重点供应商开出保供证明和通行证。赵小驹在夜以继日的工作中，也不忘提醒供应商注意防范疫情，安全生产。叮咚买菜有自己的城市分选中心和加工厂，平常产线日加工能力要达到上百万份。但是疫情期间仓库人手前所未有的紧缺，加之公

司考虑到人员聚集容易给政府防疫带来风险，因此公司紧急调整，限制大仓产能。但是降产能不能降供应，赵小驹马上想到积极开发引进标品包装菜供应商，仅用十天时间就引进了近20家包装菜供应商，新增了50万份产能，有力保障了蔬菜供应，也减轻了大仓生产和防疫的压力。经过赵小驹跟他的团队的连日奋战，叮咚买菜在春节期间日均蔬菜供应量超过1000吨，仅年初三的一天市民最喜爱的绿叶菜就采购了400多吨。这背后是赵小驹跟他的蔬菜组团队以及跟叮咚一起并肩作战的供应商的默默付出。“能让叮咚买菜所覆盖到的地方的老百姓都能买到我们的菜，能

够少出门，无接触收货，少一些人群接触，我们就很开心了。”赵小驹说道。

◎ **“稳定菜价，是我们应该做的事情。”**

在疫情保供面前，公司作出了“保供应，稳菜价”，不再考核毛利率的决定。“卖菜是民生工程，应该让普通消费者都承担得起。稳定菜价，是我们应该做的事情。”叮咚买菜的表态深深印在了赵小驹的心里。他的蔬菜组的价格都进行了下调，最多的时一周降了4波。赵小驹通过不断优化供应链，降低损耗，减少成本，让利给消费者。疫情期间，赵小驹看到一方面销地一菜难求，另外一方面由于特殊情况下部分产地蔬菜严重滞销，菜农民损失严重。赵小驹的蔬菜组积极与上海、浙江、云南、海南、江苏无锡、湖南常德等地政府部门联系，先后引入各地政府推荐的420个供应商、10家源头基地，通过产地对接、扶农帮农，既帮助一些农户解决了蔬菜滞销的问题，同时也增加了叮咚买菜的市场保障供应的能力。



赵小驹  
绝不能让顾客买不到菜

王卫军是清美集团蔬菜加工厂的厂长。开春来，突如其来的疫情，市民居家减少外出，对蔬菜需求出现井喷式增长，使蔬菜加工厂的订单量与日俱增，比平日的5倍还多；由于疫情蔓延，返乡员工无法到岗，企业用工严重不足；加之外地封路，交通受阻，产地蔬菜难以运出，造成了蔬菜的紧缺，供应价格也波动起来。这一个个意料之外的状况，都让此刻的王卫军倍感压力与责任。

**◎疫情结束后，一定让大家早点回家好好休息** “看看你这脖子，贴了多少药膏，天天套着个颈椎牵引器，我看着都吃不消！”妻子一边絮絮叨叨，一边又体贴的帮他揉捏着早已经酸麻得不行的肩膀。王卫军知道，妻子这是在埋怨他整个春节都没回家，只好笑着安慰她说：“现在是疫情期间，医生都在前线辛苦，我的任务就是保障老百姓有蔬菜吃。等疫情结束了，我会去医院好好检查。”说话间王卫军的微信工作群提示信息又响了起来：一线加工车间实在是忙不过来了，需要紧急支援！看到这条消息，王卫军叹了口气，作为清美蔬菜加工厂厂长的他，已下车间连续工作一个月了，一同搬运、清洗、筛检、分装、贴标签、入库……这段时间，整个生产车间的灯光都彻夜不眠，24小时连轴转。他深知车间工人的辛苦，也感动没有一个人在这一

时刻临阵退缩。他所负责的清美蔬菜加工厂，连接着本市260多家清美鲜食门店，在这场保供战疫面前，清美蔬菜不能停、不能断，也不能输……他只想待疫情结束后，一定让大家早点回家，好好休息！

**◎“不是不怕，而是责任更大！”** 早上的起床闹铃还没响，王卫军就已经醒了，他轻手轻脚地起来，连灯也不敢开，深怕吵醒还在熟睡中的妻子和女儿，匆忙间胡乱喝了几口稀饭，就赶紧出发了。现在每次出门上班，他都会刻意的比以往早一些，下班时间也常常延迟到了深夜11点。清美的蔬菜加工车间里上夜班的工人们还在一刻不停地忙碌着，他赶紧捋起袖子加入到车间工作中，清洗、分拣、切配、一次次弯腰把从基地源源不断运来的蔬菜一颗颗码放进包装机中，一干就是半天，为了保障足够

的新鲜安全，经检测合格后的绿叶菜就会迅速预冷，再通过冷链车运输至蔬菜加工车间包装。“不是不怕，而是责任更大！”疫情当前，王卫军一直暗暗提醒着自己。当他把一包蔬菜包装好后，刚想直起腰来，就一下子疼得龇牙咧嘴。他这才意识到自己的颈椎病又加重了，提了提套在脖子上的颈椎牵引器，低温的车间早已把他的牵引器冻得坚硬，手和脖子冻得冰凉，但是心却很暖。“你回去休息吧，这儿我们看着了。”看着他走路蹒跚，不停地扭动着脖子的难受样子，同事纷纷上前提议。王卫军赶紧摆手说：“不怕，老毛病了，我没事！疫情不退，我也不能退！车间里每个人都很辛苦，为了能让老百姓吃上放心菜，再苦再累也是值得的。”说完这句话，他又头也不抬地继续着手头工作。其实，他的颈椎受伤很严重，但想到能多包装一框蔬菜就能多上一个货架，也能多为一个家庭提供鲜蔬，他还是咬牙忍了下来。保供就是在跟时间赛跑，时间就是一切，时间也证明了一切。

**◎每天加工的蔬菜产量都能堆座小山** 王卫军育有一儿一女，女儿12岁，儿子5岁。从除夕当晚接到公司紧急电话开始，他第一时间奔赴车间最前线支援，每天都早出晚归，已经40天没有跟孩子们在一起了。他想孩子，就赶紧打开了手机摄像头，对着孩子们直播起

来。“你们看，这是清洗机，这是封装机，这是切菜机……我们现的产能提升不少呢！”就连和孩子视频他也不忘谈论工作。“什么是产能呀？”5岁的儿子还不能理解产能的意思。“产能就是工厂生产有多少，爸爸每天加工的蔬菜都能堆座小山啦。”“爸爸，我什么时候才能见到你呀？”一旁的女儿忍不住问道。“快了，快了，等忙完这段时间就能见到爸爸了！”连续加班40天也没有说过一句累的他，到这一刻突然就觉得特别难受。

夜已深，回到家的王卫军看着一双早已熟睡的儿女，突然想起已经很久没有陪孩子“睡前故事”了。但他实在睡不着，既想蔬菜保障供应的事，又想持续高负荷工作的车间工人的身体状况。想了想，赶紧打开笔记本，记下提升生产效率及产能最大化的解决方案……



王卫军  
每天加工的蔬菜  
产量都能堆座小山

◎**现在抗疫正需要我，家啥时候都能回** 小年夜的前一天，食行生鲜配单中心配送货车司机张院浩利用吃午饭的空隙，同在河南平顶山老家的妻子手机视频，视频里是他们可爱的2岁孩子。张院浩看在眼里，甜在心里，明天就能坐上回家的火车，好好地抱一抱孩子、捏捏孩子胖嘟嘟的小脸了！说起孩子，张院浩比平常父母多了分心酸。

2018年的一天，孩子出生了！本是一个幸福三口之家，但医生告知：孩子得了先天性疾病，且很难医治。张院浩没有多想，便与妻子带着孩子辗转多个城市，为孩子寻找更好的医院治疗。因孩子需要全天候照料，妻子只能辞职在家照看。张院浩早早买好了车票和一堆好吃的带给老家的妻儿，想到明天就能回家，心里格外明朗。挂掉和妻子的视频，张院浩正起身准备送货，却看到领导急急忙忙赶来通知大家开会，告知大家因受疫情影响，食行生鲜需要积极调整配送节奏，保障市民的菜篮子。这意味着公司急需大家牺牲过年休假，留守值班。张院浩平时看新闻也深知此次疫

情的来势汹汹，虽然他很想念孩子和妻子，但是想到现在市民买菜都很不方便，少出门也是为抗击疫情做贡献，自己多做一些，就能为许多小区的市民解决难题。于是，张院浩毅然选择了留守值班，立即退掉了好不容易抢购到的车票。“现在抗疫正需要我，家啥时候都能回，现在手机方便，想他们的时候也能视频。”他笑着说，笑容里依稀可见一丝不舍，更多的是无比的坚韧。

◎**能帮不少居家解决买菜问题，我不觉得辛苦** 1月30日，食行生鲜提前恢复上海部分站点配送，张院浩负责宝山区二线（包含宝山区委会站点）的配送业务。受疫情影响，一方面，不少回老家的同事表示因为封路，无法准时返回岗位，张院浩为此主动分担了未到岗同事的工作；另一方面，由于公司订单量激增，导致张院浩的工作量是平常的3倍。凌晨3点，窗外一片漆黑，寒风在呜呜地刮，张院浩却已起床穿衣洗漱，这是他长期以来养成的习惯，不需要闹钟就会自然醒。3点半，张院浩到达厂区

门口，排队测量体温。进车间大门前再次测量体温。4点不到，张院浩开始查看自己条线的订单情况，核对好订单，把成筐成筐的商品搬到食行冷链车上。早饭还没来得及吃的他匆匆啃了几口同事帮忙从食堂带回的包子，又急急地从公司补给站领取了为配送司机准备的方便面、火腿肠和瓶装水等补给品，以备不时之需。张院浩明白：这一天注

定又是忙碌到顾不上吃饭的一天。4点18分，张院浩驾车驶出了厂区大门，天依然黑得深沉，路过的小区少有几盏灯亮着，配送司机的一天就这样开始了。凌晨6点不到，天微微亮，路况比往常畅通很多，张院浩顺利到达第一个小区站点，开始搬货、扫码、入柜，一套规定动作行云流水，没有丝毫停顿。就这样，一个站点接着一个站点的配送，将一只只包裹放入柜中，由食行生鲜线上用户自行前来取货。疫情期间，张院浩还需做好站点货柜消毒。下午1点12分，配送的第一条线完成，张院浩这才抽出空来向门卫大叔要开开水冲泡方便面，快速吃完面后马上赶回公司接着送下一条线的订单。直到晚上9点，张院



张院浩  
为上海市民送菜  
就像做好事一样

浩才结束了一天的工作。这一天他马不停蹄地先后配送了26个站点的订单包裹。面对疫情，张院浩不是不怕，但他觉得现在的工作更重要，比往常更有意义。他说，“疫情有风险，大家少出门就是给国家做贡献。而送菜是我的本职工作，能帮不少居家解决买菜问题，我不觉得辛苦！”

◎**我喜欢这个职业，会在这个岗位一直做下去** 今年是张院浩在食行生鲜工作的第6个年头，他曾因为孩子各处求医而短暂地离职过，但他最终仍然选择了回归，因为食行生鲜对他而言是另一个家的所在，温暖着他的心。为了多挣钱给家里，张院浩每年只休息5、6天。每次放假除了回家看望妻儿，顺便还要去把驾驶证年审一下，与家人短暂的相聚后，立即再度回归岗位。他说，“我家里的情况同事们都知道，他们对我帮助很大，我真的很感恩公司。我喜欢这个职业，为上海市民送菜，就像做好事一样。为了报答大家对我的关爱，我会在这个岗位一直做下去，认真工作，不辜负这个社会。”

# 禾长品质根 煜耀诚信本

——记上海禾煜贸易有限公司、上海裕田农业科技有限公司董事长钟泽明



钟泽明一手创办的上海禾煜贸易有限公司、上海裕田农业科技有限公司主营食用菌、海产品、杂粮、调料等南北干货，拥有的“禾煜”品牌。南北干货行业既朴素又传统，一头连着乡村农田，一头连着都市餐桌，过去凭一根扁担，不惜长途跋涉，便能挑起一担南北干货的生意来。而今钟泽明带领禾煜将南北干货做出了新名堂：他在上海金山工业区投资1亿多元，建起占地5万平方米、面积达1.1万平方米的厂房，拥有6000多平方米高温库、无尘生产车间、杂粮行业首条工业3.0全自动真空包装生产流水线以及全套产品质量安全检测先进设备，可以完成营养成分、水份、甜度、微生物、重金属、农药残留、化学残留、包装和有效期等九项专业检测，并在建设标准化、规模化、现代化的农产品精深加工基地。2019年企业销量突破6亿元。

钟泽明认为，创新对于企业至关重要，无论是产品创新、经营创新还是管理创新，都依赖于企业自身良好习惯的养成。禾煜的稳健发展正是得益于钟泽明对产品品质的不懈追求和对企业管理模式的开拓创新。在他的带领下，企业坚持以效率提升为第一位，通过设备技术的持续更新，大部分单品生产实现了机械化。他密切关

注市场消费心理，深入各地调研，不断拓展新品，丰富产品品类，满足消费者的餐桌需求。他打破南北货传统商超渠道的束缚，在稳固传统渠道的同时，大力开拓电商和新零售渠道，促使企业快速发展。

钟泽明始终恪守“禾长品质根，煜耀诚信本”的价值理念。公司在东北、新疆等地建立了杂粮基地，实现了产品质量可追溯。他还投资500万元，成立了产品质量检测实验室。他要求企业认真对待产品筛选、加工、运输、上市，严格层层检验工序，确保在任何一个环节上不让有问题的产品流向市场。经过多年的努力，“禾



煜”牌南北货相继进驻家乐福、欧尚、大润发、永辉、盒马、天猫、京东、苏宁等经销渠道，并且成为主要供应商之一。公司也连续荣获“上海名牌”“上海著名商标”称号，2019年被评为上海市农业产业化重点龙头企业。

钟泽明坚持用社会责任完善品牌的价值内涵。2016年，他响应上海市政府“沪企入滇、云品入沪”的号召，在云南省普洱市宁洱县组建普洱

洱海山田农业发展有限公司，把宁洱县作为公司食用菌产品的生产基地，投资1000多万元，大力开发当地的大红菌、奶浆菌、珊瑚菌、鸡枞菌、牛肝菌、野生蜂蜜等中高端产品，并将这些产品打入上海、引入长三角经济圈。此举不仅让公司食用菌产品线得到升级与延伸，提高了经济效益，同时也为当地增加了就业机会，提高了当地百姓的收入。钟泽明带头参加社会公益活动，每年给上海市慈善基金会捐款捐物10多万元，每年定期为社区居委会和敬老院送上慰问品。今年新冠肺炎疫情爆发之际，钟泽明第一时间通过长宁区慈善基金会和金山区慈善基金会捐款15万元，支援抗疫行动。几年来，钟泽明累计捐款数百万元，他用热心慈善书写着一名企业家的社会责任。

钟泽明出生在福建省古田县一个少数民族的农民家庭。从农民成为企业家，他常说，成功没有捷径，需要一步一个脚印去打造属于自己的轨迹。面对困难要勇于拼搏、迎难而上；面对成功要谦虚和善、感恩社会。他认为，没有党的好政策，就没有民营企业的快速发展，也无从走上一条成功创业的致富之路。他以其独特的人格魅力感染公司的每一位员工，给各个渠道客户留下深刻的印象，他在打造“禾煜”诚信品牌的同时，努力树立起南北干货行业的新标杆。



# 科技赋能家政服务 创新破解行业痛点

上海悦管家网络科技有限公司董事长 李尉



“小切口、大民生，老行业、新动能”是对家政服务业未来发展的典型描述。但从家政行业发展的现状看，其专业化、规模化、科技化程度远远低于其他服务业态，可以用“小散弱”来形容这个万亿市场的供给侧。究其原因，家政行业的发展面临三大痛点：一是用户满意度低，好服务难求；二是服务者素质低，社会缺乏职业认同感；三是经营者挣扎在微利或亏损的边缘，缺乏规模化、科技化经营的能力。为从根本上有效应对家政行业痛点的挑战，悦管家在运用科技赋能企业发展方面进行了有益探索。悦管家 APP 于 2015 年 5 月上线，围绕着都市人两点一线的生活，提供“家庭管家”和“企业管家”两大服务板块，致力于打造“3 公里 15 分钟幸福生活圈”。采取自营垂直服务 + 互联网类似“京东”模式，推行符合国办 30 号文件的“员工制”管理，致力于产品生态和产业链的打造。以高频低价的“吃”和“清洁”两款体验服务作为引流产品，以数十种品质高端服务作为利润产品，形成平台流量逻辑。未来逐步在低频刚需类的居家养老、便民生活等方面与优质的服务资源开展平台型合作，以满足用户一站式服务的需求。

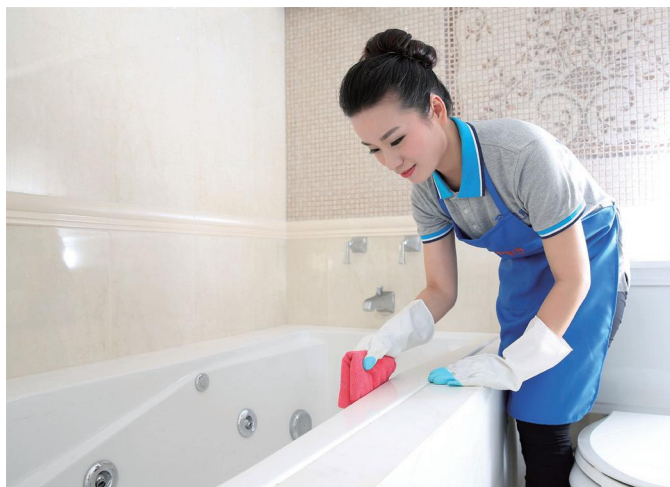
## ◎“京东”垂直供给模式助力家政服务提质扩容

悦管家自成立之初，即致力于成为“互联网 + 服务”的现代服务业的先行者、践行者、传播者。经过 5 年多发展，秉持“好服务不贵”的经营理念，通过对服务供应链和服务商品供应链的持续改造优化，借助“互联网 +”的模式创新和效率提升优势，已经发展成为国内领先的“互联网 + 服务”的现代服务业平台，高效满足了用户在工作 and 家庭两个场景下的环境清洁健康和吃饭的刚性需求。

一是消费者放心。用户数据及服务品质全程可追溯。

悦管家平台实现服务供应链全程可追溯，并且持证上门服务“亮证”全覆盖，悦管家积极参与上海市政府实事项目，家政持证上门服务证培训、建立初级信用建设体系，目前已有 1500 人到服务人员完成上门服务证培训，2020 年实现全员持证上岗，让用户安心放心地享受家政服务。

二是服务人员省心。悦管家通过智能算法，多维度自动分析，并完成“网络打车式”系统匹配派单，用户 APP 或微信在线预约，平台 0.1s 自动处理订单，通过地图及服务人员技能标签、时间标签、距离，优化路径、智能派单。从预约到服务全智能化处理，无须依赖人工进行派单管理，提升了匹配精确性，并极大地提升了管理效率，避免了人工派单过程中对时间、区域，以及派单人员对服务者了解程度的依赖。服务者通过服务端 APP 实时接收服务订单，从出发——服务——签单——用户评价——复购，高效快捷、一目了然。



三是服务舒心。平台系统收集用户服务需求、用户评价等数据和悦姐服务能力服务表现等数据驱动运营改善，不断提升用户体验好感度，通过悦管家 App、公众微信、大众点评等移动互联网载体，用户可以随时随地地完成服务项目查看、服务项目咨询、预约服务产品的下单、线上支付（微信、支付宝、银行卡等均可）、服务之后用户评价的闭环。

## ◎员工制管理模式助推家政服务提质扩容

悦管家采用垂直运营管理，从服务供应链和商品供应链的源头对服务人员专业化、服务物料标准化管理，基于自建 IT 系统，实现供应链体系的可视化运营，整体提升服

务效率 30% 以上。

悦管家平台依托移动互联网、物联网技术，汇集用户、服务人员、合作伙伴在服务过程中的数据，再结合大数据、智能算法来识别运营效率低效环节，辅佐运营管理人员实现服务供应链的不断优化。随着数据化运营的逐步深入，将持续提升服务产品的标准化，进一步形成“互联网化+工业化”快速复制能力，推进悦管家服务用户群体的快速裂变。

**特点一：灵活工时。**通过互联网+智能调度，灵活确定家政服务人员工时、保障服务者休息权益。“悦姐 APP”可自行查看当周所剩工时，合理安排时间，自主选择接单时间。从而吸引西部青年人才加入服务业，现有悦姐平均年龄不超 35 岁。

**特点二：自选社保。**悦姐可根据工作方式，参加相应的社会保险，妥善解决服务者长期发展问题。例如：农村户籍可以自主选择“城镇职工社会保险”或“城乡居民社会保险”模式。

**特点三：互联网式家政商业保险。**与中国平安合作创新，首开商业保险全国之先河，通过互联网技术，为用户和服务者每次服务做保障。

与中国平安保险战略合作，针对平台类家政企业从业人员的商业保险模式做出了创新突破。通过双方数据化系统平台打通的方式，实现家政服务订单从服务人员 APP 点击出发——用户 APP 签字确认服务结束全流程“火车票”式的自动投保，打破了传统投保必须事先明确被保人员、被保地点、被保时间等局限，在无人工操作的情况下，“超智能 0 人工互联网+保险新模式”高效即时的为 6557 名平台服务者完成了 156.6 万笔订单自助投保，保障服务者意外风险以及用户家庭财产损失风险。全部投保流程电子化、无纸化、数据化；一人一单，全程可追溯，保障整个家政服务过程中的所有风险。



### ◎多元化融合发展提升家政服务提质扩容

国办“36 条”拓展和延伸了家政服务业的外延和内涵，我们深受鼓舞，积极践行，重点启动了家政+物业+养老+社区三项工作，努力提升市场份额，在服务品质和经营利润方面做强，积极探索“公建民营、兼顾社会性和经济性营运管理的城市邻里中心 3.0 模式；设计推出“互联网+家政服务站”创新模式，即：包含社区食堂、居家养老护理、家政服务站、母婴服务 4 个板块。

**实施案例一：家政服务+社区。**2019 年 7 月悦管家携手上海市黄浦区淮海街道“永福里睦邻中心”打造社区生活服务的 3.0，将家庭清洁服务、育幼服务、社区养老助餐服务、社区康养、社区便民生活服务和社区洗衣房、社区居民议事厅等多功能模式集为一体社区“微”中心模式，面积仅有 298 平方，却可以覆盖永福里 3000 户居民和辐射周围 1000 米近 2 万人生活服务。截止目前，永福里已举办近百场活动——欢乐居民棋牌大赛、手工冰皮月饼制作、九九重阳浓情合一、亲子书法活动、凤梨酥烘焙活动、观影活动等等。悦管家还发挥企业优势，为居民、特别是行动不便的独居老人，定期提供家政清洁服务，受到居民及老人儿女们一致认可和好评。

**实施案例二：家政服务+物业、+养老、+快递。**2019 年 7 月至 8 月，悦管家已经与绿城物业、华润物业、长城物业等物业合作，龙头企业的推进“家政服务+物业”的形成家政进物业、叠加空间等方面做出样板，融合发展；同时悦管家还携手韵达快递、邮政快递（上海闵行）、博组客（欧洲最大居家照护机构）等企业，探索形成“家政服务+快递”的等产业融合发展和“家政服务+养老”等产业融合发展的探索。

悦管家积极落实“家政 36 条”政策，扎实做好“领跑者”示范企业建设工作，在上海北京做好“家政进社区”试点，逐步扩展到长三角城市，致力打造“中国服务”标杆企业。

## 世界很小 一百很大

地处“中华商业第一街”南京路步行街路口的第一百货商业中心是上海百联集团股份有限公司旗下的知名企业。其前身是开业于1936年的大新公司。新中国成立后改建为上海市第一家国营百货商店，被首任市长陈毅称为“我们自己的商店”。如今，这幢近代优秀保护建筑，携原一百新楼和东楼（东方商厦南京东路店）一起三楼合体，通过飞梯、连廊和彩光顶棚的形式，巧妙沟通六合路东西两翼，形成完整丰富的商业客流闭环，以近12万平方米的总面积，全新规划了“大戏院、梧桐、弄堂、夜上海、都市前沿、潮货颜仓、探索发现、慢生活”八大主题区。以上海特征元素来优化环境设计，诠释具有海派风格的商业文化，向顾客展现出一个更上海、更海派的商业空间。



**◎提升老字号品牌内涵，展现文化的传承与创新** 全新打造的文化体验空间——“100弄”，以70年来人民生活与商业发展变迁为主题，让消费者穿越时光，看到各个年代最富特征的商业生活片段及其与城市生活的紧密关联，使之成为大家可以共同分享的话题。100弄展现的海派情怀吸引了许多游客走进了文化空间，由此“100弄”上海特色伴手礼店应运而生。作为上海首家以海派文化为体验场景、购买伴手礼的商店，店内的环境复刻了上世纪老上海的精致韵味，充满了旧时上海的人文特色、时



代气息与复古情怀。其中汇聚了近20家极富上海情怀的老字号与创新品牌，包括新引入的国际饭店蝴蝶酥、中华铅笔、十六盏、上海制皂等特色品牌。

**◎提升购物环境，打造有温度有温度的上海商业空间** 升级改造了客服中心、公共卫生间，打造智能母婴室、VIP休息区，为全客群提供全方位的礼宾关照，用细节彰显人性化，为消费者创造独特、舒适的购物体验。

**◎创新经营模式，拉动首店经济** 打造“全客群、全时段、全业态、全品类、全渠道”具有上海城市气质的商业空间。通过引进卡地亚、LAMER、CPB、YSL等品牌，提升了品牌能级。Adidas亚太中心旗舰店，许多年轻化概念店、集合店的入驻，则吸引了年轻消费者的光临。引入“顺峰顺水”、“很久以前”、“平成屋”、“源之屋”等热门餐饮品牌，通过增加不同菜系和不同价位的餐饮，吸引不同客群用餐，丰富了客群的多样性。

**◎丰富购物体验，激发线下消费活力** 引入更加多元化的休闲娱乐品牌，如梵高星空艺术馆、GIR、卡尔沙龙等；打造“成功之母博物馆”、“奇遇空间——盗墓笔记IV话剧互动空间展”、“中国好声音”等多项主题IP展，吸引了众多消费者；充分依托区域内丰富的商业、文化、旅游资源，围绕打造“国际范”、“上海味”、“时尚潮”夜

生活集聚区的目标，全力发展后街经济、夜间经济，打造南京路步行街上的支马路——六合路，推出了王者荣耀cosplay、“六合路上的小尖顶”等活动，并鼓励餐饮推出延时营业，推动服务业和消费升级，拉动区域经济繁荣，激发社会发展活力。

与上海生活一同前进，这是一百最根本的基调，第一百货商业中心致力于打造成为一个有温度的商业空间，让文化融入商业，挖掘文化潜在价值，力求再现老上海风骨情怀、引领新上海时尚经典。正如广告语“世界很小，一百很大”，新一百将努力为每一位现代城市生活者带来新鲜而富有全新质感的体验：让年长者回忆过往的甜蜜，也能享受到时代发展的成果；让年轻人感受到



最尖端潮流，也能穿越时光品尝过去的味道；为家庭注入更多新鲜的灵感，也为朋友们营造更多相聚的理由；会让过往的旅人感受到新意，更要让生活

在上海的人们时常拥有全新的体验……

这是一个期待所有来宾都不会产生距离感的地方，自在而满足。这里，依然是上海的一个标志、一张名片、一份骄傲，一篇传奇。愿老朋友依旧在，愿所有人一起来。

## 魔都潮流枢纽



上海世茂广场前身为 2004 年 12 月由百联集团授权经营管理的“上海百联世茂国际广场”。2017 年 5 月，世茂集团收回经营管理权，正式更名为“上海世茂广场”，已于 2018 年 9 月 28 日盛大开业。

上海世茂广场坐落于黄浦区南京东路 829 号，地处南京路商业步行街西首的起点位置，是中外游客游览上海的必达之处。周边汇聚 1、2、8 号三条地铁主线路及 34 条主要公交干线，交通十分便捷。上海世茂广场以 58000 m<sup>2</sup> 的体量，致力于打造“魔都潮流枢纽”，吸引追逐潮流的新生代为主的目标消费群。

改造更新之后的上海世茂广场以“剧院”为设计概念，东区的轻工业风与西区的现代艺术美学风相交融。全新面貌的广场采用巨构门头的设



计，整个建筑一改以往封闭式原貌，采用通透简约的玻璃幕墙来重构商场在城市中轻盈时尚的新形象，外广场特别设计的红色“飞天梯”令消费者足已极具仪式感地步入商场。

上海世茂广场作为国际大牌旗舰店的汇聚地，囊括了：

◎ **NIKE 耐克全球旗舰店** 这家全新跨品类的旗舰店共有四层空间，建筑面积达 3822 平方米，集数字化和线下服务为一体，House of Innovation 通过体验式环境设计，将耐克的至优产品和服务带给消费者，驱动体育零售转型。消费者在此不仅仅是购买产品，还将亲临感受耐克的前沿创新。

◎ **m 豆巧克力世界亚洲唯一旗舰店** m 豆巧克力上海旗舰店以 22 色 m 豆组成的巧克力长城，其中 16 种颜色特别为上海定制。除了牛奶巧克力、花生、杏仁味 m 豆之外，上海店更有限定版的辣花生风味 m 豆，在巧克力长城中你可以选择不同口味任意搭配。为了增加品尝巧克力豆的趣味性，在这里你还可以买到老虎机、旋转糖果机、电单车、飞机等造型的盛豆器，将散装豆子装入其中，边吃边玩不亦乐乎！

◎ **乐高亚洲首家城市中心旗舰店** 上海人民广场乐高品牌旗舰店面积约 600 平方米，分为上下两层，以“未来上海”为主题，提供了许多全球首创的独特互动体验，比如展示未

来城市畅想的积木拼搭区域——“未来城市拼搭体验桌”，每一位消费者都可以在这里进行乐高积木的创意拼砌，展现他们对于“人与自然和谐共生”“风能”“现代建筑”“文化遗产”四个城市新兴话题的无限畅想。上海人民广场店也是全球首家提供了城市未来畅想体验区的乐高品牌旗舰店。

◎ **众多高端品牌入驻** 例如 Dior 迪奥香水化妆品全国首家精品旗舰店、SEPHORA 丝芙兰亚洲首家概念店、世茂 Hello Kitty 上海滩时光之



旅、星巴克高端臻选店等等。除此之外，还网罗了炙手可热的网红店及品牌主题店、概念店：西西弗中国首家旅行主题书店、声音小镇上海首家旗舰店、感光全球首家环球旅行快闪空间、日食记中国首家线下体验空间、YOHO!BLU 中国首店等等。

上海世茂广场作为年轻人爱逛的新晋潮流购物中心，时髦展览不间断，为消费者带来与众不同的潮玩新体验。



## 超越自我 追求卓越

恒源祥（集团）有限公司是国内著名的品牌经营企业，其前身是始创于1927年的一家老字号商店。从1987年起，在董事长刘瑞旗带领下，恒源祥坚持实施以品质为基础的品牌战略，以恒源祥品牌为龙头组成特许生产和特许经营产销战略联盟，实现规模经营和快速扩张，使恒源祥迅速成长为家喻户晓的中国品牌。恒源祥现拥有15家子公司和国家级企业技术中心，通过由100多家特许生产企业和遍及全国的特许经销商和专卖店组成的产销网络把恒源祥产品、服务、理念和文化传播给消费者。恒源祥是上海市著名商标、中国驰名商标，恒源祥牌绒线、羊毛衫等12项产品被认定为上海市名牌产品，恒源祥牌羊毛被通过上海品牌认证，恒源祥牌羊毛衫市场占有率和销售规模持续保持全国首位。由中国品牌研究院评估的《中华老字号品牌价值百强榜》，恒源祥居16位，品牌价值175亿元。据阿里研究院公布的《中华老字号品牌发展指数》研究报告，恒源祥荣登老字号品牌发展指数TOP100榜单（2018）榜眼。公司先后荣获全国五一劳动奖状、中华老字号企业、全国工业品牌培育示范企业、重点跟踪培育的服装家纺自主品牌企业等多项荣誉称号。

**◎不断完善以企业为主体、产学研相结合的技术创新体系** 2009年，恒源祥被国家发改委、科技部等五部委授予国家认定企业技术中心。依托企业技术中心，通过产学研合作，恒源祥成功开发一系列具有国内外先进



水平的新技术和新产品，其中H—05180极细羊毛精梳高支毛织面料、抗菌防蛀防霉高级长立绒印花毛毯、纱线回转速度仪等新产品被评为国家级重点新产品；拜柔生物羊毛衫、舒眠枕、三维抗起球高级绒线等新产品被评为上海市重点新产品和专利新产品。恒源祥开展的

《世界极细羊毛及其制品工业化生产》《MTM服装快速生产信息系统》项目先后被授予2010年、2014年上海市科学技术奖三等奖；《POSS/聚合物纳米复合材料制备及在空气净化纺织品上的应用》《新型纳米功能型羊毛制品的研究开发》项目先后获得2016年度和2011年度中国纺织工业协会科学技术奖三等奖；《牡丹花植物染料染色技术》项目获得中国质量协会质量技术奖和上海市重点产品质量振兴攻关成果三等奖。

**◎积极推动品牌、科技与产业的融合** 恒源祥系统、完整地提出品牌原理和品牌经营的理论，积极开展品牌与文化的研究。恒源祥承担和完成了上海市科委软科学研究项目《品牌创新方法研究》，国家科技部软科学项目《国家品牌战略问题研究》《国家品牌与国家文化软实力研究》《品牌与文化问题研究》《创新品牌战略研究》等研究项目，对指导中国企业创建卓越品牌、推动中国品牌事业发展做出重要贡献。

**◎热心社会公益事业，积极支持文化体育事业** 2005年，恒源祥在全国首倡以救助和关爱孤残儿童为主旨、冠名“恒爱行动”的大型社会公

益慈善活动，推动全社会关注孤残儿童的抚育、教育事业，先后在全国各省市及港澳台地区开展，得到社会各界、港澳台同胞和国际友人的积极响应，志愿者和爱心人士达100多万人次，为孤残儿童编织的爱心毛衣达102万件。“恒爱行动”已成为国内著名的慈善品牌，并从国内延伸至“一带一路”沿线国家，还蝉联三届“中华慈善奖”。恒源祥积极助力非遗传承，以恒源祥为传承单位的“上海绒绣”被列入国家级非遗名录，还成为2019年进博会期间中法两国元首夫人的互动项目。恒源祥成功赞助了北京2008年奥林匹克运动会，又于2009—2012年、2013—2016年成为中国奥委会合



作伙伴和赞助商，为参加里约奥运会、伦敦奥运会和广州亚运会等国际大型综合性运动会的中国体育代表团提供礼仪装备和服务的光荣任务，并成为2022年北京冬奥会和冬残奥会官方服装和家居用品赞助商和国际武术联合会合作伙伴。

2015年4月，恒源祥在上海成功主办了劳伦斯世界体育奖颁奖盛典，向全世界有效地宣传和推广上海城市品牌和恒源祥品牌。

恒源祥将坚持追求卓越的品牌质量经营，实现企业、顾客、员工、股东与社会的和谐发展，努力完成自身发展规划和战略目标，真正成为中国第一、世界一流。

## 融入都市生活的绿色餐饮

上海珍鼎餐饮服务有限公司成立于2003年，坐落于中国（上海）自由贸易试验区富特北路458号，系上海海外高桥保税区开发股份有限公司投资建立。

**◎高标准、强监管、严自控** 珍鼎餐饮拥有中央厨房及其附设的中央实验室、热链供应等功能，在行业内率先通过了全球著名机构SGS的HACCP和ISO22000质量体系认证，严格执行HACCP、ISO22000、ISO14001、OHSAS18001和GMP等标准和体系，使产品向标准化、精细化、个性化方向发展，做到标准化投料、科学化配方、专业化流程，最大限度的满足客户个性化的餐饮服务及多元化的服务需求，目前日供餐4万余份，年销售员工餐1000余万份。珍鼎餐饮成立以来安全供餐零事故，公司总经理应邀参加浦东电视台《食品与健康》的座谈节目，珍鼎餐饮中央厨房还被列为本期节目的拍摄地点，该期节目在浦东电视台及网络电视台向民众进行播出，介绍了一份盒饭背后多元化、多部门、全过程的食品安全管控。如今，珍鼎餐饮发展成为上海地区最具安全感的餐饮企业之一。

**◎应急基地、备餐基地、保障基地** 如今的珍鼎餐饮还是本市企业承包外埠餐厅的应急基地、社会重特餐饮事件的备餐基地、政府重大活动的保障基地。

珍鼎餐饮作为国家一级保障用餐供餐单位，继完成2018年首届中国国际进口博览会餐饮保障任务之后，

又一次圆满的完成了2019年第二届中国国际进口博览会餐饮保障任务，连续两届的供餐保障得到了上海市商务委员会、志愿者及各位用餐人员的肯定和一致好评。包括之前2010年世博会、2011年世界游泳锦标赛、2014年亚信峰会、2016年的世界健



康峰会、2017年金砖国家第七次经贸部长会议、2019年世界杯篮球赛等重要活动和赛事也取得了圆满成功，得到了主办方的肯定及称赞。

珍鼎餐饮也是市级保障用餐供餐单位，连续十四年的市党代会与人代会会议餐保障、2008年的奥运保障、2014年浪琴国际马术冠军赛、2014年上海“中华世博源美食节”、2015年上海车展以及纺机展、工博会等大型会展快速服务项目中，每次都获得主办方及政府监管部门的首肯。

**◎吃的放心、吃的安心、吃的称心** 珍鼎餐饮是最先走向海外的团餐供应商之一。2012年，珍鼎餐饮为日本豪华游轮“海洋玫瑰号”上的餐饮做配套服务，更加巩固了珍鼎作为团餐行业领军者的地位。2015年，珍鼎餐饮牵手虹桥国

家会展中心项目，开拓展馆供餐、会议供餐、活动供餐、商业供餐及办公供餐等五大功能性供餐，将品牌发展瞄准国际化水平。2020年，新型冠状病毒肺炎疫情爆发，对团餐行业带来巨大的冲击和影响。珍鼎餐饮第一时间成立疫情防控应急指挥部，制订出一系列疫情防控流程和措施，面对突发情况积极应对，成为为上海疫情期间首批11家可以提供外送资质的团餐企业之一，保证和保障客户的食品安全和质量，让每一位顾客吃的放心、吃的安心、吃的称心！

珍鼎餐饮已成为上海团餐企业中负责政府项目的第一企业，荣获“上海名牌”“进博会荣誉证书”“上海食品安全示范企业”“中国社会团餐十六强”“上海市和谐劳动关系达标企业”“浦东新区文明单位”“五星级诚信创建企业”“6T示范企业”“食品安全ABC规范化管理”“中国早餐经营优秀企业”等一系列荣誉称号，同时是团餐行业首批发布经过认定的“企业社会责任报告”的企业之一，成为上海团餐行业的标杆企业。

上海珍鼎餐饮服务有限公司秉承“忠诚、勤勉、专业”的企业宗旨，不忘初心、专注食品，按照可持续发展性和环境友好型社会理念，砥砺前行打造上海都市生活的“绿色餐饮”。



## 打造全方位满足居民生活服务需求的现代零售集团

农工商超市（集团）有限公司成立于1994年。经过20多年来的创新发展，现已拥有2000多家直营门店，500多万名红利会员。集团下属企业包括农工商超市、118广场、好德便利、可的便利、好德物流、便利通电子商务、好德企业、真德食品、伍缘杂货、圣诺亚酒店等，涵盖了标准超市、大卖场、购物中心、便利店、折扣店、电商、酒店等多种商业业态，是一家多业态发展的跨区域大型连锁企业集团。

近年来，农工商超市集团秉持“依托光明食品集团大平台及供应链资源优势，打造能引领未来消费趋势、顺应国际化大都市发展规律、全方位满足居民生活服务需求的现代零售集团”的战略目标，通过“固本、开源、赋能”等经营举措，转型升级、创新引领，重塑企业品牌核心价值，开创企业高质量发展新局面。

**◎农工商超市：立足社区商业 提供满意服务** 农工商超市门店主要由社区标准超市、社区生鲜超市和大型综合卖场组成，布局从城市到乡镇、从社区到外围，商品和服务立足于满足市民日常生活消费需求。农工商超市以规范的管理、优质的商品、优良的服务，使每位顾客感受到放心在农工商，满意在农工商。近年来，面对零售行业发展现状和消费升级趋势，农工商超市创新经营理念，加快创新



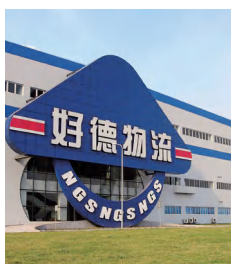
步伐，以打造新颖社区生鲜超市为先导，全力深耕社区商业。依靠农工商超市集团生产基地、供应商平台和自有物流配送等强大优势，农工商超市升级版生鲜超市以“商品新鲜丰富、让市民舒心；快速送货到家、让市民省心；保舌尖安全，让市民放心”的“三心”服务，不断提升顾客购物体验满意度。

**◎好德、可的便利：以邻为友 时尚便利** 好德、可的便利以优质、诚信、舒适、时尚的品牌形象，遍布本市社区、学校、医院、交通枢纽、商务楼宇等场所，时刻在您身边，为市民提供舒适、便利、优质的服务，并持续不断拓展延伸江浙主要城市。

好德、可的便利秉持“以人为本”的经营理念，凭借优秀的管理团队和现代化的网络系统，建立起从门店管理体系、商品采购体系到食品安全信息监督体系等一系列科学管理模式。根据顾客群的不同需求，线上线下全渠道融合，提供个性化的商品

以及公用事业费缴款、充值退卡、福利彩票、共享充电宝等服务。同时加强与互联网的合作，开通支付宝、微信、银联钱包、QQ钱包、移动和包、APPLEPAY、飞凡通、翼支付等支付方式，来满足日益年轻化的消费者需求。

**◎农工商 118 广场：中环明珠 商机无限** 农工商 118 广场采用全球顶级商业形态“开放式商业群落”的设计理念，总建筑面积为43万平方米，将欧式商业街区、高端酒店、生活超市、智能办公楼、开放式水景休闲广场、百货店进行合理布局，是一个集购物、餐饮、休闲、文化、娱乐、创意、办公为一体的超大型商业中心。其中，威尼斯小镇是118广场商业体中最具有特色的商业街区，整个建筑群采用威尼斯水景建筑风格，打造成欧式商业步行街，街中有景、景中有店；舒适优雅的上海圣诺亚皇冠假日酒店拥有300多间客房，无线网络覆盖所有客房及公共场所，卓越的会议设施和服务是圣诺亚皇冠的特色之一，近1000平方米的无柱大宴会厅可同时容纳600人举行婚宴、酒会、公司年会等活动，N-Club健身中心配置世界一流的健身设备，提供24小时健身服务，恒温泳池、跳操房、瑜伽房、儿童乐园，服务一应俱全，让您放松身心焕发活力；圣诺亚商务楼外型精致美观，3万平方米超大办公区，汇聚各大国际知名品牌设施与设备，办公区域随意分割，满足最繁忙商务需要。118广场围绕商务活动需求与特色，设置星级酒店，会议中心等功能设施，打造精品级社交团，提供完善全面的配套服务，齐全的业态，彼此相互协同，发挥最大价值，形成独特内循环财富链。





上海雷允上药业西区有限公司

## 质量奠基 诚信为本



“雷允上”创始于康熙元年，中兴于民国，鼎盛于当代。历经三百五十余年发展积淀，秉承“质量奠基，诚信为本”祖训，成为江南地区最负盛名的中医药老字号品牌。



**◎恪守“以诚取信，以质取胜，以需取市，以德济天下”核心价值观**  
上海雷允上药业西区有限公司是注册于上海市静安区的医药医疗领域经营服务企业，隶属于上海开开集团所属上海开开实业股份有限公司（股票代码：600272）。公司旗下拥有上海雷

允上药城分公司、上海雷允上西区药品零售有限公司、上海市北高新门诊部、上海雷允上西区中医门诊部、上海雷允上西区金雷门诊部等子公司。主要从事医药健康产品的批发零售，中医特色医疗与综合健康体检服务，健康医疗、康复与养老领域配套服务，形成了医药、医疗、医养协同发展的大健康产业定位与布局，不断赋予“雷允上”老字号企业创新发展的新内涵。

**◎推进中医药自主品牌产品研发与高质量服务标准建设** 公司通过开发以“雷允上”、“上雷”、“允上生活”为品牌的自主参茸养生滋补产品、绿色保健食品及健康文创产品，市场覆盖以上海为主的长三角地区，满足消费者对高品质健康生活的需求。通过建立质量管理体系（ISO9001）和环境管理体系（ISO14001），导入卓越绩效管理模式和评价准则（GB/T19580），提升企业产品质量、服务质量和发展质量。通过起草全国第一部《膏方定制加工服务要求》团体标准，填补该领

域标准化的国内空白；2019年“雷允上膏方定制加工服务”顺利通过“上海品牌”服务认证，成为“上海品牌”认证中中医药传统服务特色，将老字号企业“文化聚魂，质量强企”的创新发展推向新的高度。

### ◎以振兴中医药健康事业为己任

公司自觉践行社会主义核心价值观，积极开展“中医中药社区行”“结对帮困行”“校园行”“楼宇行”等活动，为社区居民、困难老人、学校师生、商务白领等提供更便捷、更放心、更贴心的中医药健康服务；公司大力推进中医药文化普及与国际交流，承办“中医中药中国行·静安中医药发展高峰论坛”，承接“全球健康促进大会国家日参观”，参展“中国品牌日”、“中国国际进口博览会”，以实际行动弘扬中医药传统文化，致力于民族品牌的传承、创新与发展，体现老字号企业社会责任与价值。公司先后获得“中华老字号”“全国老字号传承创新先进单位”“全国和谐商业企业”“全国守合同重信用企业”“苏浙皖沪地区质量工作先进单位”“上海市质量金奖”“上海市文明单位”“上海市企业文化创新十佳品牌”等荣誉称号。



## 把加油站建成“海派魅力之家”

中国石化销售股份有限公司上海石油零售分公司第三加油站坐落本市静安区康定路358号，是一家集汽油销售、非油品销售及加油卡充值便民服务为一体的综合性服务站点，现有员工12名。近几年来，第三加油站坚持创建“海派魅力之家”的文化理念，大力营造“家文化”融洽和谐的氛围，激发了员工内在动力和创造力，一个普普通通的加油站为来往顾客提供了不普通的暖心服务，先后获得中国石化销售股份有限公司“文明服务示范窗口”、团市委“上海青年安全生产示范岗”、共青团中央“全国青年安全生产示范岗”等荣誉称号，成为行业的一张优质服务名片。



◎“海派”服务 第三加油站把“海派”的精细糅合在服务中。员工们在细微之处见精神，细心为顾客着想。站内设有各种人性化的指示牌，便于引导顾客，也保障了站内秩序的井然；每当顾客有困难，就有员工主动上前问询，千方百计为顾客排忧解难。

第三加油站把“海派”的精致融入到服务中。采用7S管理，优化作业环境；加油区、营业室、绿化带、洗手间等区域均由员工分工负责；加油机打开检查后必须擦拭干净，所有立柱上不留广告粘贴的痕迹，这些不起眼的小细节，站内都时刻关注。他们用整洁美观的环境

给顾客带来愉悦感。

第三加油站把“海派”的精明体系于服务中。为了方便顾客，根据便利店整体布局和时令变化，及时调整商品陈列。夏天炎热易燥，就将整箱的矿泉水和饮料做成堆头摆放在店门外，旺销的饮料放置于走路过道，而口香糖、纸巾、香烟等快销品，放在收银台附近货架，为顾客带来购物的便捷；商品颜色、类型陈列搭配合理，让顾客在赏心悦目的同时增强购物的体验。第三加油站的车友微信群规模不断壮大，每逢有优惠活动或新品时，群里客户都会第一时间接到消息，并收到满腔热情的服务，用真心架起了与顾客间信任的桥梁。站内员工在服务中，不断互相学习提示，还暗中较劲：比一比谁的老顾客光顾站内最多、谁又拉来了几十万的加油卡业务等等，不断通过优质服务来吸引顾客、留住顾客。



◎“海派”风格 第三加油站注重文化建设。巧妙利用站内的墙壁布置了一块“时光墙”，记录上海石油行业的发展故事，宣传广大员工在加油站一线岗位接力奋斗，用汗水浇灌梦想、用真诚打动顾客、用行动诠释使命，为人民美好生活加油的事迹；在店内另一处墙壁上则布置成老上海建筑墙，和具有复古特色的地堆“易捷铺”交相呼应，加之背柜上刻意布置的窗花和随处可见的复古标语，浮

现出老上海的城市记忆；临街的玻璃橱窗里陈列着三只古朴的旧皮箱，还有永久牌自行车和上海牌缝纫机，更是老一代上海人难以磨灭的印象。第三加油站的员工用心装点每一处细节，加以货架上商品的整齐排列，让进店的顾客感受具有海派魅力的文化气息，仿佛置身于老上海的历史步伐之中，而琳琅满目的商品又让感官重回现代，在历史的积淀和现代化便利的激荡中，使这家加油站有了不一样的味道。



◎“海派”温情 第三加油站用“海派”的温情把加油站打造成一个大家庭。每月中旬会组织员工开展集体活动：大家在小活动室里组织一场康乐球比赛，在阅览室看会书，围坐在一起聊家常、谈工作，无形中增强了全员的凝聚力；更衣柜上有每位员工的工作座右铭和温情时刻的留影；文化园地留着大家一起活动时的合影和感想。第三加油站就是员工之家，每个成员都在尽心的维护好这个充满温情的大家庭。





## 清明时节品青团

清明时节，青团作为江南一带春季时令点心登台亮相。据说青团得名于清代袁枚的《随园食单》，这位美食大家如此描述：青团，捣青草为汁，和粉作糕团。色如碧玉。

◎**上海青团海纳百川** 传统的青团是用艾草汁拌入糯米粉里，再包裹豆沙馅，不甜不腻，带有清淡却悠长的青草香气。如今上海的青团却千变万化：今年新雅粤菜馆推出黄油腰果馅青团，豫园宁波汤团店主推榴莲青团，杏花楼全新开发出芝士牛肉青团、鸡丝培根青团，大壶春直接把腌笃鲜做成馅料……再加上市面流行的牛蛙青团、蛋黄肉松青团、紫薯青团、三鲜青团、香芋青团、什锦青团、烤青团等等，众口味各显神通。

◎**杭州青团甜口对决咸** 杭州人对香糯可口的青团情有独钟，最喜欢的青团还是芝麻、豆沙馅的甜口。不过由于4月正值春笋、野菜当季，杭州人也会尝试咸口的青团：荠菜春笋、马兰头春笋、雪菜春笋、马兰头香干……用时令蔬菜做成的馅料，现在也越来越多地出现在杭州青团口味的选项中。

◎**宁波清明麻糍悠久绵长** 宁波把当地的青麻糍称之为“青色年糕”，其实它就是宁波老话中的“清明麻糍”。历史悠久的宁波青麻糍与青团做好再蒸熟的做法不同，制作过程是先将米团蒸熟，再加艾草，经过反复敲打变成青色后，再擀平、撒上松花粉、用刀切成长方形的小块。青麻糍摸起来滑溜溜、软绵绵，吃起来

特别软糯，一般都没有馅料。但由于味道香甜可口，不仅当地人爱吃，对于游客的吸引力也不小，每到清明时节，生意好的店家一天就可以卖掉近千斤。

◎**湖州芽麦圆子和塌饼乡土气十足** 清明时节在湖州最受欢迎的点心绝对是芽麦圆子。青团一旦冷了就会发硬，口感也会差很多，但是芽麦圆子却能够保持软糯，口感也绝不会受到半点影响。芽麦圆子在当地又称为“塌饼”，已有数百年历史。芽麦圆子制作的工序繁复，颜色主要取决于原料棉线草和麦芽，馅料一般有赤豆沙和黄豆沙两种，在制作的过程中，通常还会再加上用糖制的猪板油丁和核桃肉。

◎**上饶清明粿颜值颇高** 青团在上饶已经摇身一变成了清明粿。由于当地物产富饶，制作清明粿一般都会选择立春前后的野生嫩艾草，而米浆也会选用上好井水或者泉水磨成，蒸制时底下会垫着竹叶一起上锅蒸熟，满是各种青草竹叶的清香。清明粿外形从常见的团子状变成了饺子形，考究的还会捏一圈漂亮的花边，更像是青团与饺子和集合体。馅料多为咸味、辣味、酸味，类似各种口味的饺子。清明粿也有呈圆饼状，其馅料则多为芝麻和花生酱。

◎**宜宾叶儿耙、欢喜团独具一格** 在天府之国的宜宾，清明时节最流行的小吃就是叶儿耙。这种又被称作艾馍、猪儿耙、鸭儿耙的传统美食选料考究、工艺精细。叶儿耙色绿形美、细软爽口。芽菜和猪肉炒制

的肉馅包入糯米粉，再裹上良姜叶，蒸熟后香气浓郁。在清明节期间，宜宾一带还会用乌柏汁把米染成乌饭做糕点，或是制作主料为炒米的欢喜团，主料是炒米，用饴糖或温糖水和成大小不一的米团后，用线绳穿在一起，涂上各种颜色，特别喜庆。

◎**潮汕黑色鸡屎藤饼别有风味** 这种加入鸡屎藤叶的传统点心，味道清香可口，是当地清明节必备的过节小吃。鸡屎藤饼的制作方法并不难，只要把鸡屎藤叶磨成粉末晒干，加入糯米粉、红糖或冰糖、水，调成面团煮熟，加入糯米干粉，分成小块，涂上花生油，再用传统的饼模压出鱼、福字等不同的图案，放锅里蒸熟就大功告成。鸡屎藤饼味道很不错，而且鸡屎藤还是一种药材，具有消食，止咳，去痛等多种功效。

◎**福州菠菠粿、暖菇包回味无穷** 福州的清明美食要数菠菠粿和暖菇包。小小的菠菠粿口味可甜可咸，甜馅常为红豆，或是将红糖煮成糖油后拌入干萝卜丝、炒花生末和芝麻精制而成，味道格外香甜；咸馅则丰富到囊括了菜心馅、八果馅、干贝馅、海蛎馅、笋丁火腿馅、酸菜腊肉馅、虾仁萝卜丝馅等。而暖菇包一般用新鲜采摘的鼠曲草原料，做成形似圆月包子状、内含红米豆、红糖的甜馅美食；或用鼠曲草粉制作，形似弯月，包有咸口的菜馅，通常由腊肉、春笋、香菇、豆腐等混炒，口味更像水饺。



## 速冻食品一席谈

宅在家里，冰箱里的速冻食品往往有助于幸福指数的提升。从北极甜虾到挪威三文鱼，从广式肠粉到水晶虾饺，从手抓饼、灌汤包到披萨，从宫保鸡丁、鱼香肉丝、糖醋里脊到涮火锅用的毛肚、虾滑、肥羊肥牛、冻豆腐……速冻食品能让你足不出户，吃遍天南海北。

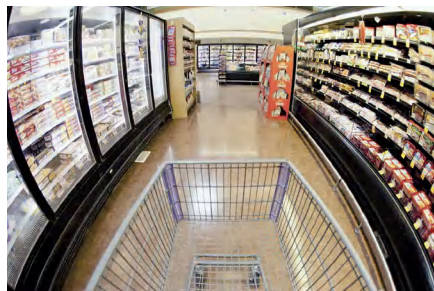
### ◎速冻食品也很安全、很健康

有人会把速冻食品与速食搞混，觉得它和方便面、罐头差不多——保质期这么长，一点都没有健康食物该有的样子。的确，速冻食品短则几个月、长则一年半的保质期，速冻食品凭什么能够保存这么久？食物之所以有保质期，是因为它们携带生物酶和微生物。冰箱出现以前，人们只能用风干、烟熏、盐腌、糖渍等方式保存食物，本质上都是为了杀死微生物、降低酶的活性，从而延长保质期。当冰箱横空出世之后，就可以为大多数食物保鲜。但事实上不是所有在自家冰箱里冻着的食物都叫速冻食品。速冻食品是指在低于零下 30℃ 的冻结温度中快速完成冻结过程的食物。如此低温，使得食物中的微生物活性极大程度受限，很难再对食品安全构成威胁。不光细菌停止蹦迪，酶的活性也被大大抑制，食品内的生物化学反应基本上就停止了。作为工业流水线上的产物，速冻食品不光冻得快、冻得彻底，而且有着一系列严格的工艺要求和安全标准。我国从 2019 年 6 月开始实施的《速冻食品生产和经营卫生规范》，规定了速冻食品的生产厂房要确保通风良好、生熟分离，避免交叉污染；生产过程中温度和时间必须达到要求；贮存时冷库的温度不能高于零下 18℃；运输时车厢的温

度不能高于零下 12℃ 等等。相比之下，非速冻食品的安全其实更难判断，在超市菜场买到的各种生鲜，反而可能因为暴露在室温下太久更容易滋生微生物。由于速冻食品使用冷冻技术保鲜，根本不需要防腐剂等食品添加剂，跟平时吃到的食物没什么不同，而且更安全。

### ◎速冻食品营养价值其实差别不大

食物风味的秘诀在于细胞内的细胞液。把食物直接放在冰箱里，食物中的水形成大块冰晶，会直接破坏食物的细胞膜，解冻之后跟先前的口感和风味会有差异。但速冻食品并不是简单的冰冻，而是速冻。速冻时食物细胞膜内外在很短时间内都达到了冰结晶温度，同时形成无数小冰晶，几乎不会破坏食物的细胞组织，一旦解冻，基本上可以恢复之前



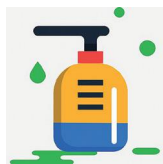
的状态，保持同样的味道、同样的配方，而且营养成分不会有太大变化，甚至在某些情况下冷冻蔬果里的营养成分可能还会更高。蔬菜水果从采摘到装箱、运输、上架，再最后到消费者手中的过程中，在几天甚至十几里营养成分被不断地消耗。而速冻果蔬因为采摘后立刻进行冷冻，反而保留了更多营养成分。不光如此，食物中某些营养成分，甚至可以通过速冻被更好地保存下来。所以真的不用

担心速冻食品没营养。速冻食品还有个相当突出的优势：它有营养成分表和配料表。比起自己做饭时对各种食材的分量和热量都没有概念，速冻食品可以让你清楚地知道自己摄入了多少卡路里。

### ◎速冻食品省心、方便、便宜

国外的超市里永远堆着大袋速冻的蔬菜、肉和半成品，价格相当亲民；消费者储存方便、保质期长，回家置入冰箱冷冻室就是了，做起来又简单方便，解冻加热之后便可上桌。为什么速冻食品便宜呢？因为工业化批量生产能够形成规模效应，降低边际成本，最大限度提升效率。对于生鲜食品来说，速冻还能够降低运输成本。肉类和水产品在流通过程中的损失率分别是 12% 和 15%，腐烂损耗的水果蔬菜更是高达 20%~30%，当有了发达的冷链后，果蔬损失率就可以被控制在 5% 以下。于是，速冻业的兴起，让内地的人也可以吃上价廉物美的虾仁和大闸蟹，北方人也可以吃上新鲜的榴莲，沿海地区的人也可以吃上大西北的牛羊肉。

如今在发达国家把速冻食品当日常饮食已相当普遍，美国速冻食品年人均消费量为 90 千克，欧洲为 40 千克，日本为 20 千克，在我国年人均消费量仅为 8 千克，足见市场空间与潜力之巨大。当然，对于追求极致口感的人来说，速冻食品确实也有缺点，如速冻芦笋和黄瓜没有新鲜的爽脆甘甜、速冻包子也不像新鲜出炉的那般蓬松柔软。不过，能让你做饭省心、省力、省钱的，速冻食品不失为一种快乐的选择：虾饺、水饺、叉烧包；鸡肉、猪肉、牛肉丸；龙虾、扇贝、龙利鱼……



# 洗手液的学问

人们的日常活动很多都是通过两只手来完成的，接触的东西多种多样，黏上的污渍形形色色，因此洗手是人们日常生活中个人清洁卫生发生频次最多的。自新冠肺炎疫情爆发以来，大家又愈加认识到勤洗手对于预防呼吸道传染病非常重要，无论居家生活、外出或工作中都愈加注意保证手部卫生，做到勤洗手。



以前人们洗手通常用的是肥皂、香皂等，虽然都能达到一定的清洁效果，但对皮肤有刺激作用。洗手液作为专门用于洗手的清洁护理用品，配合水流来清除手上的污垢和附着的细菌。特别是随着技术的进步，新型表面活性剂和助剂以及温和、天然消毒剂的应用，加之采用压泵瓶外包装，使得洗手液又具有滋润皮肤的特殊功能。尤其是压泵取用、防止交叉感染的使用方式切入当下的消费群体，被更多的消费者所认可，日渐成为传统洗手用品的替代品。

## ◎洗手液分类

分类主要包括：普通洗手液、重油污洗手液、儿童洗手液、免水净手液、医院用洗手液等。不同洗手液在外包装上有分别，普通洗手液一般为“准字”，消毒洗手液则多为“消字号”。

## ◎洗手液主要成分

主要成分一般包括：提供丰富泡沫的去污成分；补充皮肤油脂、防止皮肤干燥粗糙的护理成分；赋予洗手液特殊效果和外观的感官调整成分；

降低刺激、滋润皮肤以及提供天然的香气和色泽的绿色天然成分等。

## ◎洗手液的发展趋势

发展趋势：一是从普通型趋向用量少的浓缩型产品；二是从单一功能的洗涤型趋向护肤、美肤、营养和专用型等功能多样化产品；三是产品更加绿色化。

## ◎洗手液选购法则

选购法则：一要到正规商场购买，正规商场进货渠道比较稳定，且有较为严格的进货把关制度；二要观察包装是否完好，包装瓶上字迹印刷是否清晰，泵头是否结实；三要看标志是否齐全，如厂名、厂址、企业标准号等，以保证产品质量等可靠性；四要闻一下有无发臭、刺鼻等异味，并检查保质期。

## ◎洗手液能代替肥皂吗？

去除污垢、杀菌消毒是洗手的主要目的。而洗手液只能满足其杀菌的作用，因为大多数洗手液中都含有酒精，而酒精不能有效地去除附着在皮肤细小缝隙中的一些污物，如灰尘、泥土、污渍等。所以，一旦手上沾染此类污物，仅用洗手液是不够的。可见，使用洗手液的前提是先把这些污物去除掉。因此，这种情况下应该使用肥皂来洗手，而不要单纯使用洗手液。其实，去医院就会发现，很多医生都使用肥皂洗手，绝不是由于肥皂价格便宜的缘故。

洗手液只能作为肥皂的后备军。最好的洗手方法是：先用肥皂洗手去除污垢，再使用洗手液杀菌润肤。在用洗手液时，也并非多多益善，每次使用时按出一滴就足够了，在手上反复搓洗后，再用流动水冲洗15秒以上，这样就能把洗手液彻底清洗干

净。虽然不少洗手液都含有护肤成分，但在干燥的冬天，如果频繁洗手，仍然会导致手部皮肤干燥，因此洗手后需要涂上专用的保湿护手霜。

## ◎为啥用洗手液洗完手会很湿、不容易干？

由于洗手液最重要目的是去杀菌，虽然是一些洗手液直接涂在皮肤上，含有表面活性剂，所以pH有更高要求，不能是碱性的；洗手液洗涤成分比较温和，最重要的就是避免脱脂，而过多使用肥皂洗手往往容易造成脱脂，产生皮肤发皱的现象，对皮肤不利；从表现上讲，洗手液都是乳液，同样涂在手上很容易冲洗不完全。其实，洗手液是设计好可以直接使用的，浓度之前使已经调整好的，而且乳液毕竟有大量水作溶剂，因此还是容易冲洗干净的。



## ◎使用过期洗手液有何危害？

过期洗手液容易滋生绿脓杆菌、金黄色葡萄球菌等细菌，对人体的致病力很强。尤其是在使用公共场所的洗手液时，首先要注意洗手液是否有发臭、刺鼻等异味，如有则可能是产品超过了保质期或者是使用了禁用原料，这种洗手液不要使用。其次，还要观察洗手液有无分层或油水分离现象，如有则表明生产企业在产品生产过程中没有控制好乳化工艺，会影响洗涤效果，最好也不要使用。

### 购物中心发展升级展新貌



▲新世界经过改造，引入了众多“体验经济”新项目。



▲大悦城紧扣“魔都爱情地标”主题，引领沪上青年爱情和时尚生活消费。

53

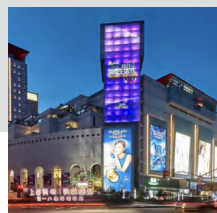
### 老店创新转型适应新时尚

在大力推崇体验式消费的今天，传统百货正在进行差异化变革，向现代百货、主题百货转变，体现现代生活主题，满足消费者的需求。

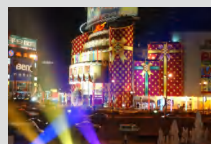


▼东方商厦完成业态更新，引进多家欧洲小众奢侈品牌，成为百联旗下首个“买手孵化基地”。

▲2018年11月，全新亮相的上海第一百货商业中心开业，标志着向现代购物中心转型。



▲转型调整后的第一八佰伴优化提升。



▲坐落在繁华静安寺商圈的九百世纪富有时代气息和现代风尚。

58

### 新消费涌现潮上海

首店经济蓬勃发展，2018年，知名品牌在上海总共新开首店835家，其中全国首店301家，约占国内半壁江山，“首店经济”持续领跑全国。



▲曼楼兰是早期首店经济的佼佼者。



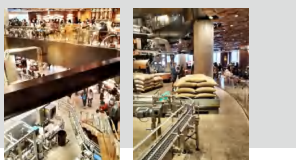
▲位于上海浦东新区金桥中心的太康商业广场，业态丰富组合，满足消费者对高品质生活的需求。



▼全球面积最大的“咖啡梦工厂”——星巴克臻选上海烘焙工坊。



▲钻石小鸟珠宝公司开设首家体验中心，让消费者享受专属服务。



64

### 服务民生亮点纷呈



▲万有集市具标准化菜市场的各种功能，为周边社区居民提供全方位的生活服务。

▶2019年全新升级的永年菜场，为市民带来菜场购物新体验。



▶美蓉江路菜市场的智能超市，运用“刷手”支付的自助设备以及自动识别商品结账。



◀重新布局的“聚安集”市场，成为莘庄城市品质的一道亮丽风景线。



◀重新布局的“聚安集”市场，成为莘庄城市品质的一道亮丽风景线。

71

## 第四篇 2009—2019改革开放全面深化阶段即大变革时期

### 城市生活保障体系日趋完善

早餐工程关乎千家万户。

► “上海市早餐工程示范门店”Logo



▲上海首家早餐样板店开业，清美“四大金刚”引领市场。



▲巴比馒头营养早餐，口味绝对纯正。



►大富贵转型形成以大众化点心为主的经营新模式，明窗操作、贴近大众。



▲老盛昌设立单独的早餐外卖窗口，方便顾客购买，增强早餐贩卖效率。



▲沈大成早餐品种丰富，一应俱全，服务百姓。

81

### 社会需求催生城市各类服务



▲锦江国际集团位居2019中国酒店集团规模排行榜第一、全球第二。



▲远东正大检验集团有限公司紧跟市场步伐，发展成为综合性多功能的第三方公正性检验检测机构。



►上海国际商品拍卖有限公司自主开发网上拍卖系统，实现线上线下联动拍卖，成为国内拍卖成交额名列前茅的综合性拍卖公司。



▲上海中信息发展股份有限公司运用大数据、区块链技术，面向智慧食品安全、智慧档案等，提供行业专有云综合解决方案。



▲银科投资控股有限公司致力于通过金融科技与移动互联网向个人投资者提供优质的金融信息、工具和服务。



83

### 社会需求催生城市各类服务

年青人偏爱多样化生活服务。



▲专业化、规模化的婚庆服务机构涌现，为新人提供多样、个性化的婚庆服务，花嫁丽舍婚礼服务闻名沪上。



美容美发拓展了美的开发和美的展示。

►走在世界时尚前沿的上海国际美发美容节发型秀。



▲世界技能大赛国家选拔赛



▲上海美发美容美甲邀请赛

86

### 社会需求催生城市各类服务

上海已进入老龄化社会，养老服务成为城市的迫切需求。



▲爱佳仁护理院视老人为家人，悉心打造养老健康产业。



▲世纪养老院致力于打造养护结合的新型中端养老院。



▲桃浦长寿家园采用机构养老、社区养老和居家养老三级服务相结合的模式。



▲邻里汇将养老服务嵌入社区，打造家门口的“托老所”，实现居家养老。



▲美好生活（上海）健康管理咨询有限公司以线上线下交替协作模式开展老年健康服务。



▲奉贤区老年大学设有保健、语言文学、文艺、生活艺术、音乐、书画等课程。

87



( 2017.3 - 2017.6 )

● 2017 年

3.7. 市商联会组织各行业协会和区商联会的女会长、秘书长、支部书记等一行 50 余人，赴浙江平湖参观中国虫草博览馆，共庆“三八”国际劳动妇女节。



3.10. 市商联会召开五届一次会员大会暨五届一次理事会，全面总结四届理事会的工作，进行领导班子的换届改选。任文燕会长主持会议。大会采取无记名投票方式，选举产生第五届理事会理事、监事会监事。选举蔡鸿生为常务副会长、赵皎黎为副会长兼秘书长。中国商业联合会发来贺信，周太彤等本市商口老领导及市商联会历届老会长应邀出席。市商务委、市社团局、市社会工作党委有关部门负责人，市商联会顾问、老同志也出席了大会。



3.13. 市商联会假座解放日报社，以“共话商业模式的传承和重塑”为主题召开 3.15 国际消费者权益保护座谈会，150 多位商业行业代专家、商业企业和消费者代表汇聚一堂、交流对话。上海商学院周勇教授应邀做主题发言，从“优化、转型、拓展”新零售发展提出对传统商业发展的思考。百联、苏宁、红星美凯龙等企业参与座谈并发言。市商务委、市工商局、市技监局等领导分别从商务诚信、市场管理和质量提升的角度提出了对企业的希望和看法。会议由常务副会长蔡鸿生主持。



4.6. 市商联会党委组织党课教育活动，学习贯彻全国人大十二届五次会议精神，副会长倪正宇以“治国理政新号角”为题做了主题报告。来自市商联会各直属、双重管理支部与市行业协会秘书处党员等 80 余人出席。

4.26-28. 由市商联会、连锁经营协会、上海伊比逊会展有限公司联合主办的第 26 届上海国际连锁加盟展览会在上海新国际博览中心举办。市商联会党委书记刘荣明出席开幕典礼。

5.9. 市商联会第五届一次会长会议在会长单位——品牌中国集团有限公司召开，会议由蔡鸿生常务副会长主持，赵皎黎副会长兼秘书长交流了市商联会近期主要工作和活动安排，倪正宇副会长就市商联会近期培训和评估工作安排情况做了通报。



5.16. 市商联会“学习贯彻食品安全法及案例分析”专题报告会在会长单位——安利（中国）日用品有限公司上海分公司召开，邀请市食药监政策法规处汤奥博处长做以《上海市食品安全条例》解读。会议由副会长兼秘书长赵皎黎主持，共 150 余人出席。



5.19. 市商联会举办“体验老字号食品企业的安全和创新”为主题食品药品行业联络委员会第七次活动，并组织考察了老字号食品企业——浙江嘉兴五芳斋实业股份有限公司。联络委员会成员单位的会长和秘书长以及部



分会长单位代表共 50 人参加。

5.28. 泛长江流域省市商会联盟筹备会启动仪式在湖北襄阳隆重举行，上海市、浙江省、江苏省、江西省、湖北省及武汉市等省市商（协）会负责人分别与会交流了工作情况，就构建联盟达成共识，对有关具体事宜基本达成一致。市商联合会副会长倪正宇作为组成单位的代表出席并致辞，中商联副会长傅龙成作总结讲话。



6.2. 市商联合会专家咨询委员会正式成立，并召开第一次全体委员会，市商联合会副会长兼秘书长赵皎黎主持了会议。会议讨论通过了专家咨询委员会工作规则，决定蔡鸿生为专家咨询委员会主任，赵皎黎、倪正宇为副主任，并向受聘的专家委员颁发了聘书。



6.8. 2017 年上海拍卖企业信用等级评定颁证大会在上海公拍中心举行，对 24 家 5A 级、20 家 4A 级、17 家 3A 级、2 家 2A 级信用资质企业现场授牌。市商联合会、市现代服务业联合会、拍卖协会和获评拍卖企业代表以及新闻媒体单位近百人出席会议。市商联合会副会长、商云社会组织评估咨询中心主任倪正宇对等级评定工作情况

进行通报，市商联合会常务副会长蔡鸿生做了讲话。

6.8. 经市商联合会第五届第二次理事会民主投票选举，并经市民政局核准，决定补选蔡鸿生为上海市商业联合会第五届理事会会长，同时免去蔡鸿生第五届理事会常务副会长一职。

6.13. 市商联合会党委召开 2017 年第三次支部书记会议，会议由党委书记刘荣明主持。会议通报了党委改选事宜、换届选举实施方案、党委换届领导小组和成员名单，通报了党员大会的主要议程并向各直属支部下发了新一届党委委员候选人提名表等。



6.14. 市商联合会在奉贤区举召开区联络委员会第十一次全体会议，会议围绕“清理抓手、强化服务、探索市场”为主题，就行政机关脱钩的背景下，商联合会如何顺应转变进行了深入讨论。会长蔡鸿生、副会长兼秘书长赵皎黎、党委书记刘荣明、副会长倪正宇以及各区商联会会长、秘书长等 30 余人出席会议。



6.30. 市商联合会党委组织开展以“走进金桥太茂智慧商城”为主题的党员教育实践活动，听取了陆景置业公司的情况介绍，并实地参观和交流。党委书记刘荣明、副会长兼秘书长赵皎黎、副会长倪正宇以及 23 家直属支部、双重管理支部党员和会员企业联络员共 90 人参加。



**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