

## 2021中国国际零售创新大会在沪举办

## 上海平均每天新增2.5家首店

本报讯(记者 张钰芸)促进商业零售创新发展、提升上海商业国际影响力、搭建零售行业国际交流平台,5月23日-25日,由中国连锁经营协会、市商务委、浦东新区政府共同主办的2021中国国际零售创新大会于上海国际会议中心举行。

作为近年来零售行业最具影响力的大会之一,今年的中国国际零售创新大会聚焦消费领域数字化转型,旨在提升上海在全球零售创新领域的影响力。近年来,上海大力发展新兴消费,通过发挥大平台、大流量优势,围绕线上赋能线下、线下拥抱线上,推动实体商

业数字化渗透、传统电商社交化转型、内容平台电商化拓展、生活服务平台智能化升级。今年上海“五五购物节”期间,上海陆续举办数字生活节、直播电商节等活动,发布一批商业数字化转型场景。

记者从大会获悉,上海首发经济发展呈现勃勃生机,全球新品首发纷至沓来。2018年5月至今,超过4500个国际国内品牌在沪举办新品首发活动。首店数量稳居全国首位,上海平均每天新增2.5家首店。其中,全球首店或亚洲首店52家,外资品牌首店占比近20%。上海全球零售集聚度位居全球城市第

二。世界高端知名品牌集聚度超90%;中华老字号品牌180家,居全国首位;ICICLE之禾、MD玛戈隆特等一批本土新品崭露头角。各类首发平台、时尚发布地标、市级核心商圈,成为新模式、新业态、新产品的试验田和竞技场。

2020年,上海社会消费品零售总额达1.59万亿元,稳居全国首位。上海主要电商直播平台的用户数量居全国第一,网络购物交易额居全国前列。全市3万平方米以上城市商业综合体超过300个,全市拥有各类连锁商业网点2.3万家。

“十四五”时期,上海将以品质发展为主线,以数字赋能为动力,推动线上线下深度融合,内贸外贸协同联动,商品服务无缝链接,加快形成需求牵引供给、供给创造需求的更高水平动态平衡。加快推动消费提质扩容,优化消费购物环境。提升上海消费贡献度、消费创新度、品牌集聚度、时尚引领度和消费满意度。更好发挥消费在推动产业链、供应链和价值链优化升级中的积极作用。使“上海购物”品牌打得更响、辐射更广,加快建设具有全球影响力、吸引力和竞争力的国际消费中心城市。

线下毕业典礼  
致谢医护人员

在今天上午举行的上海纽约大学2021届本科毕业典礼上,复旦大学附属华山医院感染科主任张文宏出席并致辞。上纽大校长童世骏和常务副校长弗里·雷蒙授予他“上海纽约大学校长荣誉奖章”,以感谢他为抗击新冠疫情作出的卓越贡献。童世骏表示,感谢有像张文宏医生这样的医生和疾控人员,才有机会让大家在线下参加一场毕业典礼。他们在面对不确定时挺身而出,无论在专业还是道德上都作出了表率。

据悉,许多传统的毕业典礼环节于今年在线下“回归”,比如毕业生、教师代表、学校领导、嘉宾代表等入场,以及大四毕业生与大三学生之间举行火炬交接仪式等。本报记者 孙中钦 邵阳 摄影报道



## 奥森多生物科技创新中心今启用

上海自贸区全球营运商计划又结硕果

本报讯(首席记者 宋宁华)今天上午,奥森多生物科技创新中心(以下简称“创新中心”)在外高桥正式启用,这是奥森多美国总部研发中心以外的重要创新研发平台,也是奥森多统筹国内国际创新资源、全面开启本土化创新的一项具体举措。它的落地,是上海自贸区实施战略服务、推动全球营运商计划(GOP)结出的重要硕果。

总部位于美国新泽西州的奥森多是全球体外诊断领域的先锋。奥森多医疗器械贸易(中国)有限公司作为奥森多在华投资的首家全资子公司,于2015年成立于上海自贸区保税区,2018年升级为浦东新区营运总部企业。公司一直想进一步做大市场,但之前由于诸

多问题制约,没有很好的方式突破,当了解到全球营运商计划后,马上积极加入。

针对企业的发展需求,政府部门专门建立了涉及多个职能部门的GOP服务专班;得知奥森多有研发生产本土化的发展计划后,马上向奥森多介绍了“医疗器械注册人”创新制度在外高桥保税区成功落地的经验,并积极对接药监部门,向企业解读“医疗器械注册人”创新制度及审评审批方式,以及如何运用高质量发展政策获得更多注册人项目支持。之后,GOP服务专班还将加强对企业的注册前辅导,做好后期体系核查阶段的良好对接,帮助企业加快产品上市速度。

“借助此次创新中心的设立,未来5年,

奥森多将推动包括设备和试剂等在内的数十个新产品在中国上市,实现第一代中国制造产品的生产;并基于第一代产品,开展产品研发升级,助力中国创造走向全球市场,引领并提升中国本土检测诊断行业整体研发创新能力。同时,中心还计划通过人才引进、加大本土及国际合作等多项措施,进一步提升企业在中国的运作能级。”公司负责人表示。

更令人期待的是,得益于上海自贸区全球营运商计划的实施和中国市场的稳定向好,未来奥森多医疗器械贸易(中国)有限公司将承担集团内部更多的职能角色,加速全球关键市场战略布局,推动成为面向全球、运作全球和配置全球的高能级功能总部。



## 今日论语

## 纸巾虽小,霸王条款不可轻饶

纪玉

因为一包2元纸巾,一火锅店被罚2万元,为何?据媒体报道,消费者在涉事火锅店结账时,发现账单中含有一包自己没点过的纸巾,服务员称纸巾是自动下单的“必点商品”,不能退款。接到投诉后,温州乐清市市场监管局经调查,对火锅店作出立即整改、罚款2万元的行政处罚。

纸巾虽小,价格也不高,却属于强买强卖的“霸王条款”,实实在在地侵犯了消费者合法权益。涉事商家被罚2万元,并不冤枉。当地监管部门的处罚有其依据,为《浙江省反不正当竞争条例》相关规定:经营者销售商品不得违背购买者意愿搭售商品或附加其他不合理条件。《消费者权益保护法》也明确保障消费者的知情权、选择权和公平交易权。消费者不仅有权自主决定买不买某一种商品,也有权拒绝商家的强制交易行为。

拒绝霸王条款,需要消费者的主动维权意识,也需要监管部门的依法及时介入。像这个案例,恐怕大多数消费者会默默“吃进”,毕竟维权要投入时间和精力,且2元数额不大。但积累下来,商家的获利便不容小觑。如果不加以制止,看上去是小小一包纸巾,商家却能以较低的违法成本获得较高的违法收益。幸而,这次碰上“较真”的消费者。消费者积极维护自身合法权益,应当得到赞赏和鼓励。监管部门的依法查处,也让这次维权获得一个较为圆满的结果。

营造令人放心的消费环境,就要杜绝各种或大或小的霸王条款。从2元纸巾到“禁止自带酒水”“包间最低消费”“解释权归商家所有”……这些条款往往让消费者心中“格愣”一下,但或是因为商家处于优势地位,或是囿于维权成本,而不情愿地接受。其中,有的商家根本不提前告知;有的商家虽然提前告知,但相关条款不公平、不合理的性质没有改变,消费者的公平交易权仍然受到了侵犯。

切实维护消费者合法权益,即使2元纸巾这样的霸王条款也不能轻饶。只有消费环境令人放心,消费市场才能更红火。

除了传统电商平台,抖音、快手今年也强势加入——

## 618“电商大战”给消费者带来什么?

昨晚8时,天猫618预售正式开始。而京东,618预售从昨天零时就已开启。从来没有一个618,各平台之间的竞争像今年这样激烈,也颠覆了“互联网圈只有老大、老二,老三很难生存”这句话,因为中国电商之间的缠斗没有停止,反而向纵深发展。这其实是一件好事,一来只有有序竞争,各平台才能更快进步;二来从消费者角度出发,平台之间有竞争或竞合,大促季能够“薅到的羊毛”就更多些,货比三家,总有一个最低价。

## 传统电商各有特色

从天猫、京东、拼多多这三家传统电商平台来说,天猫、京东在5月20日同一天宣布大促打法,618购物季的时间也相同:从5月24日开始,至6月20日结束,跨度近一个月。

具体来说,天猫今年强调“不熬夜”,5月24日晚8时正式预售,6月1日开始付尾款,折扣持续20天。其次是注重会员权益,天猫

88VIP除享受95折外,活动当天每位会员用户还可再领至少520元红包。三是推出天猫榜单,包括销售数据榜、热搜榜等。

京东则坚持“实诚”,延续以往靠谱风格,今年618无论新品、爆品还是C2M(反向定制)产品等,90%以上可享价保服务。对待商家同样真诚,京东零售集团平台业务中心负责人林琛公开承诺,今年618要帮助12万个中小品牌商家成交额同比增长超100%,230个品牌销售破亿元。

拼多多表面上“声量”不大,坚称“每天都过618,每晚都过双11”,但利用平台“百亿补贴”开展两周年这个节点,在5月22日零时就正式开启百亿补贴两周年大促季,也等于让消费者提前“嗨购618”。

## 新电商带来新玩法

除了传统电商,抖音、快手这两家平台也强势加入今年的618电商大战。这两家以短

视频起家,但今年都显示出强烈的“做大做强”电商业务的决心。根据抖音计划,到今年年底,抖音电商GMV(商品交易总额)要实现5000亿元目标。快手2020年电商GMV为3812亿元,较上年增长539.5%;今年,快手电商设定的GMV目标在7500亿元至8000亿元。所以,618无疑是实现年度目标的关键之战。

有竞争,当然也会有合作。快手在去年与京东达成战略合作,用户可以通过快手小店直接购买京东自营商品,并享受京东提供的全链路服务。抖音虽然从去年10月9日起彻底切断了第三方商品进入直播间的通道,但合作还是存在的,京东在抖音上开了官方小店,采取“店播+达人”方式,今年要在抖音上实现200亿元GMV转化。

无论是竞争还是合作,希望各平台通过618“实战”,再次提升电商运营能力和产品、服务的能级,让消费者有实实在在的获得感。

本报记者 金志刚

江苏银行上海分行  
三年期个人定期存款  
4.125% (1万起)  
详询江苏银行上海分行各营业网点  
021-22258243 021-22258242