

按下今年国际会展行业复苏『加速键』

上海首批涉外经济展开幕

本报讯（记者 郭剑烽）本周，国家会展中心（上海）迎来今年首秀——中国国际轴承及其专用装备展览会、第十一届中国（上海）国际流体机械展览会在这里正式开幕。两展联动，展览面积近10万平方米。据上海会展中心海关介绍，这是今年以来上海首批涉外经济展。

“首展按下了今年国际会展行业复苏的‘加速键’。”国家会展中心（上海）运营中心副总经理彭春焰介绍：“为高质量服务线下展会，我们今年创新开拓38项展览服务新举措，涵盖办展、会议、餐饮、交通、住宿等方面，全面提升办展效率与便利化水平。”针对首批涉外经济展，上海会展中心海关提供了“清单预审”“提前申报”“无纸通关”等系列便利化措施，保障各类展品高效通关。主办方、中国轴承工业协会会展公司副总经理梁洪表示：“上海会展中心海关安排专人指导通关事宜，提供‘零等待’便利化服务，展品即报即放直达展馆布展，提升了参展体验，为境外展商来华参展与交流提供了有力保障。”

据了解，此次展会是继去年第五届进博会后，国家会展中心（上海）举办的首展。上海会展中心海关展览品监管一科副科长徐天驰说：“依托进博会这个国际大舞台，我们积累了丰富的大型国际展会监管经验，比如延长ATA单证册项下展品暂时进境期限、展品申报全链条数字化监管等措施广受企业好评。我们积极巩固并复制推广这些通关便利化举措，为今年会展业全面回暖提供优质的营商环境。”今年以来，上海会展中心海关已密集完成展会企业调研8次，完成展会备案6个。

除了第六届进博会筹备工作正稳步有序推进外，国家会展中心（上海）今年还预计举办各类展览约50场，年办展规模将超过530万平方米。彭春焰介绍：“今年展会呈现规模大、品质高、新展多三个特点，计划举办的有中纺联春秋季联展、上海国际车展、医疗器械展、旅博会、工博会等产业链高度聚集的超大规模专业性品牌展会，首次入展‘四叶草’的展览有烧烤展、炭博会、慕尼黑电子展等近10场展览。”



买买买

开市客浦东店今日迎客 热度和气温一起冲高

本报讯（记者 张钰芸）买买买！在开市客浦东店里，上海市民的购物热度和气温一样冲高（见图 本报记者 张龙 摄）。今天上午，这家美国仓储会员店在上海的第2家店，也是中国大陆第3家门店，在浦东康桥开始试营业。尽管前三天采取预约制，但店内人流依旧不少，特别是在生鲜区、熟食区等热门品类区域，出现了人挤人、车碰车的场景。

开市客浦东店的开业时间是早上8时，但今天早上，依旧有不少热情的消费者提前赶来，周边交通一度拥堵。此外，因为开市客浦东店紧邻轨交11号线康新公路站，相比闵行店的交通更为方便，因此记者在现场还遇到了不少乘坐地铁前来打卡的市民。

尚未进入内场，就能见到两辆宝马新能源车停在通道边，这是“特供”浦东店的开业商品。其中宝马IX3创领型售价341000元，销售人员表示，

这个价格包含了保险、车牌等费用，而裸车市场价约为35万元。短短几分钟，已有三四位感兴趣的市民留下了自己的联系方式，以待进一步了解。

同样是开业限定款，索尼100英寸的电视机售价75999.9元，旁边则是奢侈品包装袋和黄金珠宝，不少消费者正在研究价格和款式。其中，一条1.71克拉的钻石项链售价229999.9元，多款主石为1克拉左右的钻戒则售价三四万元。普拉达的女士斜挎包则正在打折，原价10999.9元，现在减去1000元销售。

“迪士尼的草莓熊只要399.9元，需要来一只吗？”包先生抱起一只放进购物车，准备带回去给孩子玩。很快这只原价999元的草莓熊就售罄了。除了这些“大家伙”，生鲜、熟食区的人气更旺。牛奶、牛排、三文鱼、烤鸡、面包等等都是购物车里的常见面孔。还有剥皮的冰鲜牛蛙、鳝丝等

中国消费者喜爱的食材，也能在这里买到。

“我们是老会员了，过去到闵行店购物，路程很远，现在浦东店开了家门口，方便多了。”陈阿姨的购物车里有两瓶五粮液、一大盒牛腩，还有各种水果、牛奶和鸡蛋，收获颇丰。而从南码头路赶来的金家三姐妹则买了几十斤的牛肉，“听说开市客牛肉不错，我们特意过来买的，三家人分分”。

“在中国市场，开市客的生鲜品类表现特别好，占有品类30%以上，是比较特色的表现。”开市客亚洲区总裁张嗣汉此前在接受记者采访时表示，闵行店开业四年以来，其业绩排在亚洲前五、全球前十，更在中国农历新年的前两周拿下全球第一。而包括上海浦东店在内，今年开市客将在中国大陆市场连开四家门店，宁波、杭州和深圳的门店后续也将一一亮相。

平台个性化推荐谨防“暗模式”“信息茧房” 消保委测评10个常用App

平台个性化推荐，已成为消费者快速了解消费趋势、便捷购物的重要渠道，但也引发很多消费者对于个人信息保护的担忧。为此，上海市消保委联合德恒上海律师事务所组建了测评小组，对百度、抖音、微信、淘宝等10个常用App开展为期8个月的专项测评，并定期与相关企业进行专题沟通。昨天，市消保委发布了测评结果。

关闭推荐需要7步

在“关闭步骤”方面，测评发现，10个App均设置了个性化推荐的关闭路径，但在步骤上存在差异。百度、哔哩哔哩、抖音和小红书的个性化推荐关闭操作最便捷，步骤为4步；微信视频号个性化服务和京东个性化广告推荐的关闭操作较为复杂，需要7步才能关闭（数据截至2022年6—12月）。

而在“关闭效果”方面，当问及如果消费者选择关闭个性化内容、个性化广告，App是否立即停止相关服务时，9家平台表示会立即停止相关算法推荐服务，不再使用个人特征信息去做内容和广告推荐。然而小红书表示，该App是“生活方式分享平台”，个性化推荐可以帮助用户高效筛选信息，快速阅读到与自己生活方式、兴趣相匹配的笔记内容。因此，为了不影响用户的使用体验，在用户选择关闭个性化推荐时，小红书App

不会完全停止相关个性化推荐。

加剧“信息茧房”形成

在“用户标签管理”方面，很多消费者认为，使用App时提交了包括关键词、浏览页面在内的大量个人信息数据，系统在处理数据后会形成一套属于其本人的标签。因为这些个人信息是自己的，所以消费者应该可以管理自己的用户标签。

但对10个App调查发现，目前还没有App可以让消费者管理自己的标签，大部分平台是通过用户对单条内容、单个广告点击“不感兴趣”来调整推送的内容和广告类型，并没有和消费者的需求相匹配。

测评还发现，很多App会对各种形式的广告进行标识，显著标明“广告”二字，但目前没有App对个性化推荐和普适性推荐做到显著区分。在很多App上，用户可以随意选择自己感兴趣的生活领域，点击感兴趣的话题和商品详细查看，平台则根据用户的喜好，向用户传递可能喜欢或需要的信息，并过滤掉用户可能不感兴趣或不需要的信息。

单一化、同质化信息的不断推送，加剧了“信息茧房”的形成和固化，极易穿透心智甚至达到“洗脑”的效果。消保委建议，一些App应对平台个性化推荐的资讯信息进行打标，帮助用户纠正信息偏差问题，减少“信息茧房”困扰。

优化细节完善配套

德恒上海律师事务所上海办公室合伙人高亚平表示，本次测评发现，部分企业采用“暗模式”，通过功能界面设置，引导用户作出无意识、非自愿且可能不利的决定。如开启个性化推荐时“一键式”便捷操作，关闭时步骤却冗余繁琐，或通过消极语句（如“关闭后可能影响您的浏览体验”等）引导用户保持开启设置。

高亚平表示，部分欧美国家已通过立法、执法等手段对“暗模式”进行规制，我国《反不正当竞争法》（征求意见稿）也已明确提出“暗模式”规制专条。期待国内立法逐渐完善，以及各大平台从被动、事后应对监管到主动、事前“将合规融入设计”，共建信息时代的信任生态。

市消保委秘书长陶爱莲表示，上海市消保委近年来持续关注消费领域的个人信息保护。在实践中发现，当消费者认识到自身个人信息权益受到侵害时，查找相关隐私政策却不易读懂，又因为取证难、成本高、对算法认知有限等因素，使得选择依法维权的人并不多。消保委将视具体情况对经营者进行提醒、约谈，对严重侵害消费者合法权益的行为将提起民事公益诉讼。此外，有关部门应在制度层面优化细节、完善配套，为消保委履职提供更多法律遵循。

本报记者 金旻矣



“这里有得天独厚的
发展环境和人文情怀，
我非常喜欢。”

高骏（德国）
美凯威奇新材料科技有限公司
总裁

中共上海市委宣传部
中共上海市委对外宣传办公室
中共上海市金山区委宣传部
新民晚报社
联合出品



《老外讲故事·另眼观盛会》百集融媒体产品 69