

上海自贸区咖啡交易中心扬帆起航

上海自贸区咖啡交易中心经过将近一年的筹备,于日前通过了各相关部门的技术鉴定,并于今天开始正式揭牌上线交易。这标志着上海这座具有咖啡文化底蕴的城市,终于告别了没有咖啡交易中心的历史。

随着中国经济的快速发展,世界资源配置中心正在向东亚,特别是中国沿海中心区转移的趋势特别明显。在过去的10年间,随着电子商务的蓬勃发展,国内大宗商品电子交易市场发展得如火如荼。咖啡与可可、茶不仅同为流行于世界的三大饮品,同样是全球交易量第二大的大宗商品。在国内随着社会的发展,以及社会中坚力量的年轻化,咖啡正在慢慢的被国人所熟知。根据伦敦国际咖啡组织的统计,与全球平均2%的增速相比,中国的咖啡消费正在以每年15%的惊人速度增

长。据统计,中国目前的咖啡销量大约为700亿元人民币,而全世界咖啡市场消费市场规模为12万亿元人民币。

在上海市相关部门的鼎力支持和关怀下,交易中心直接参与全方位的项目配置,设有世界咖啡产量居先的美洲馆、亚洲馆、非洲馆和中国馆以及精品咖啡馆,不少国家直接来此入驻和布馆。云南作为咖啡的重要产地成为我国唯一的代表,进驻万国咖啡体验中心。中国展馆的面积占体验中心总面积的约五分之二。去年以来,上海自贸区咖啡交易中心相继和云南咖啡厂、云南咖啡交易中心和上海银行签署战略合作协议,逐渐建立起了长三角咖啡行业协会、万国咖啡体验中心、云品中心等线下咖啡体验馆,分区展示世界不同区域的精品咖啡。

“2016长三角水产发展论坛”在沪召开

由浙江省水产流通与加工协会、江苏省渔业协会、上海水产行业协会和安徽省渔业协会联合主办的“2016长三角水产发展论坛”,于2016年8月24日在浦东新区上海凌海国际农产品贸易中心举办。

长三角水产发展论坛,自2004年6月以来,已经成功举办六届,今天,第七次相约在上海举办,本届论坛由上海轮值承办。论坛的筹备,得到浙江、江苏、安徽和上海水产业界同行的积极支持。

水产业供给侧结构性改革,水产品流通和消费的转型升级。研讨长三角各省市水产行业的区域联合,交流区域渔业协作发展和行业协会服务功能的提升,探索进一步促进长三角地区水产业可持续发展。

与会的水产企事业代表立足水产实际,放眼世界渔业,面对严峻形势,激发拼搏精神,群策群力,围绕主题,对当前水产业界的诸多重要课题进行有益的探索研究;对长三角区域水产业发展的前景、困难和措施作深入分析研讨;通过论坛,与会代表加深彼此间的交流,增强相



互间的友谊,获得更广泛的合作。

相信这次论坛,必将有效推动产业的大力发展,进一步促进长三角渔业水产业的可持续发展。

上海凌海国际农产品贸易中心位于上海市浦东新区江东路1998号,毗邻上海自贸试验区,地理位置优越,交通便捷。首期建有包括全球冻品展示区、鲜活展示区、贝类区、干货区、网上交易区、行政和商务办公区、大型冷库等功能区域。配有标准化席位、冷库、鱼缸、食堂、停车场等硬件设施,对入驻商户提供全方位工商、税务、质检、卫生、检疫、银行结算、运输及安保等服务。总建筑面积约10万多平方米。

上海凌海国际农产品贸易中心定于9月26日盛大开幕!

太太乐积极布局营销新渠道

现今社会,网络科技发展迅速,上海太太乐食品有限公司从传统模式积极转型,努力参与各类不同平台的搭建,确保线下传统供货平台的同时,积极开发网络及线下新平台。目前,太太乐已与生鲜订购和配送一站式服务网站“食行生鲜”和“亿厨生活网”达成合作,实现资源共享、合作共赢。

太太乐洞悉了新型网络终端对于原本消费模式的冲击,在多如牛毛的网络平台中,锁定了优质生鲜宅配项目网络移动终端“食行生鲜”与“亿厨生活网”,这两大平台致力于为消费者提供优质生鲜配送服务,可通过手机应用、微信、官网、自助终端等途径24小时不限时订购,以现金、网银/支付宝、银联卡等多种方式进行支付。目前,太太乐已经与两大平台协商正式达成合作关系,前期用关注即送太太乐调味品等活动打响知名度,并以太太乐在调味品界市场的占有率优势带动两大平

台的舆论导向发展,短期内收获明显,带动了平台的商品总销量。太太乐此次在该平台上共有19个品项上线。

为了顺应市场变化,实现良性销售增长,太太乐积极贴近消费者,以“发展新营销,向百亿目标迈进”为总体思路,推广“十全十美到终端”,促进新型网络营销和创新型市场推广。太太乐根据市场定位,将目前的消费人群划分为三大块——4亿大妈,4亿网民,4亿农民。针对4亿大妈这群忠实粉丝,太太乐推出了全国广场舞大赛;针对4亿网民,太太乐在网络商城特别推出一款“爱的礼盒”;针对4亿农民,太太乐除了从2007年全国1680个县城建立产品终端和产品服务体系外,还推出了“全国首届乡厨·农家乐厨艺争霸赛”。

未来,太太乐将继续深化营销新渠道,把更多“高品质,好滋味”的产品带入到互联网平台。

周派名剧进社区为准剧戏迷服务

淮剧进上海已有110年。日前,周(筱芳)派淮剧传承工作室在已故淮剧大师周筱芳之子周芝祥带领众弟子,先后在江宁社区和江宁社区中心剧场,为广大淮

剧戏迷送上了《宝玉哭灵》《虎符》等数台周派名剧,受到了广大淮剧爱好者的好评。周派传人周克洋和到场祝贺的柏万青还为戏迷演唱了《塘湖搬兵》选段。

历经波折,曹安国际商铺谋求重生

在上海这个经济大都市,许多商场式的产权式商铺,当年盛极一时,如今却已经人去铺空。“售后返租”的回报却并非如开发商所描述的“馅饼”一般可口,反而更像一个陷阱,引发了诸多纠纷。

曾经风靡一时的产权式商铺,到底何去何从?

上海曹安国际商城,位于占据上海西大门“商贸黄金走廊”的曹安商贸区,一经亮相就备受瞩目,成为当时的铺王。当年,曹安国际商城开盘时被“一抢而空”。

然后,在随后几年,“曹安国际商城”由一个名称变成了一个现象。产权式商铺,这一模式成为了商铺发展的挡路石。

追溯到2009年,上海腾昭置业完成开发任务离开,曹安国际商城也成了烫手的山芋,那时的曹安国际商城是什么状态呢?市场内商铺空置率很高。市场内的经营户一直不交租金,三天打鱼两天晒网,经营情况萧条,业主无利可言,而且售房时签订的《三年委托合同》即将到期。最终,作为上海腾昭置业的股东之一——王加明,接手了整个商城的经营管理工作。

接手管理公司后,王加明作了一个大胆的决定,在《三年委托合同》到期后,重新签订《十年委托经营续期协议》,即业主保留店铺所有权,但将经营权转包给管理公司,由管理公司进行统一招商经营。经过3年多的努力,业主的回签率达到了75%。

之后,管理公司在2012年引进了承包商来经营市场,同时商场重新规划:市场一区1-4楼定位为万润酒店用品,二区定

位为欧亚美建材家具广场:一楼建材、二楼灯具、三楼家具。两种业态互补形成产业链,对曹安国际商城发展大有裨益,至此,曹安国际商城暂时走出了一条属于自己的发展之路。

然而,让王加明料想不到的是,发展之路并没有因此顺利,反而更加艰难。“我们遇到了最大的阻力,是个别业主不站在全体业主的角度,只考虑自身利益,个别业主私下联系市场内的商户,以低于商城的租金价格租给商户,从而使得回签业主承受了利益损失。当大承包商进来时,他们有的要求的租金价格远远高于商城现有的市场行情,有的打着物权法相关的法律规定来商城维权,只考虑自己的利益完全无视商城的整体发展,给整个商城、给承包商、给商户带来很不好负面影响和经营压力”。

这种行为不但损害了广大业主的公共利益,更有可能导致经营管理公司这么多年的努力成果付之东流、广大回签业主这么多年的付出和牺牲得不到任何回报。王加明呼吁大家:“请广大业主齐心协力,团结一致,把大部分业主的利益置于个人利益之上,曹安国际商城才能长远地发展下去”。

曹安国际商城的遭遇在全国来看并不是孤例,据统计,全国产权式商铺70%难逃失败的命运。其实很多失败的例子告诉我们,即使有好的硬件条件和区位优势,但失败往往就是缘于内部的分裂。一个大型的产权式商城,如果业主没有统一的思想、商城没有统一的经营管理权是很难成功的。

关爱三高人群公益活动
价值: 2148元
免费体验

本次公益活动针对三高人群,面向社会征集1200人体验团。

请扫码进入线上报名页
了解活动详情

第一期上海地区报名进行中



保健食品
名称 | 澳琳达牌甲壳素胶囊
批准文号 | 国食健字J20150001
保健功能 | 辅助降血脂
不适用人群 | 少年儿童
注 | 本品不能替代药品



澳琳达牌甲壳素465mg/粒×60粒

市场价: 358 特惠价: 238.4