青年报 2018年1月29日 星期一
事件路线 马敏 单点路线 俞沛瑞

专家建议，上海争创“国家‘积极引导海外消费回流’示范城市”

打响品牌 让国人在上海“买买买”

近年来，国内出现了一波又一波的国人到境外“扫货”的“海淘热”。但走在十里南京路上，能买的上海特色产品却只有雪花膏、老酸奶等。

日前，上海市政府决策咨询专家董锡健等率先提出了“上海应主动作为，努力创建国家‘积极引导海外消费回流’示范城市”的建议。无独有偶，在刚刚结束的政协会议上，包括郑春颖在内的三位政协委员也提交了联名提案，建议以发展上海品牌为着力点，全力推崇上海购物。 青年报首席记者 范彦萍

南京东路步行街。 青年报资料图

“海外扫货”大热，上海商业街“无上海货可买”

“中国是世界上第一大制造业大国，世界第二大经济体，我们造的东西上天入地，有最尖端的航空母舰、大飞机。但时尚的生活用品反而做不好，造成大量的中国人到海外抢购生活用品。”上海域际投资咨询有限公司总经理、上海绿色工业和产业发展促进会副会长董锡健举例说，他在德国工作的儿子带德国同事到“中华第一街”南京路购上海产特产，看到最多的是上海老酸奶、城隍庙五香豆，以及10元一只的上海滩老怀表、10元一盒纸盒装的雪花膏……唏嘘不已。

他介绍说，上海曾是享誉海内外的购物天堂，亦曾是国内轻工业品，以及民生内需消费品最大的制造基地，上世纪八九十年代，是上海轻工业发展的巅峰时期，产业经济总量、行业业态、产品品种，皆居国内首位，且占到了全国半壁江山，但从1996年起，明显出现了“拐点”。

无独有偶，在今年上海“两会”期间，郑春颖、封帅、陈闪三位市政协委员也联名提交了《关于以发展上海品牌为着力点，以化妆品品类为突破口，全力打响上海购物的建议》的提案。郑春颖表示，上海是外国人到中国旅游的首选城市，外国人到中国旅游想购买中国品牌，绝对不希望看到的是和自己国家一样的品牌，价格还没有优势。但上海核心商圈和旅游景点举目望过去沿街商铺和百货商场专柜基本上都是外国品牌，有限的中国品牌也大都是餐饮、食品类的老字号和旅游纪念品，外国人无物可购，只能买点土特产食品和旅游纪念品。此外，目前中国的零售环境制约了中国品牌发展，上海同样存在这个问题，以化妆品为例，只要有点知名度的百货商场均有 30-40个品牌销售，但基本上都是进口品牌和合资品牌，民族品牌一般只有两、三个，很少有超过 5 个的，且都在位置不好的区域，中国品牌在本土反而变成了客场作战。而在韩国首尔明洞购物街、日本东京银座商圈举目看到的都是本国品牌。

推崇上海制造、上海品牌 把曾经的辉煌找回来

在董锡健看来，“十九大”提出要实现“美好生活”，这需要具体的载体，上海在推崇上海制造、上海品牌的同时，需要把曾经的辉煌找回来。“我认为，最大的动力是民生内需，现在我们的文创产品，大多是展品、礼品、样品，始终变不成生活用品，不接地气。创意产业不能和人民的美好生活需求对接起来。”

据国家旅游权威部门披露：每年国内“消费外溢”的人民币高达上万亿元，据中国旅游研究院发布的相关报告显示：2017年春节国人出境旅游购物超过600万人次，“旅游+购物”的花费逾1000亿元。

上海市工业经济联合会在调研中发现，这些“海外扫货”的商品大多是多功能电饭煲、智能马桶盖、空气净化器、新型厨具、儿童感冒药、白领眼药水、学生文具用品与多功能书包、卫生纸、中草药卫生巾、彩妆药妆品、伴手礼、美容电器、智能化康疗穿戴设备等等，百分之九十以上都是新型日用消费品，且全是轻工业产品。然而这些消费品，在国内市场都能买到，国内厂家也都能制造。

董锡健指出，相比之下，两者商品的“反差”太大，且不比“感观、款式的赏心悦目”，也不说“质优、信诚的价廉物美”，更让国内消费者为之倾心与激情购买的，是这些日用消费品中所现显的“创新设计、创意构思与独到功能”以及令人信服的“性价比”。例如一款多功能书包既可缓冲外力撞击，又能帮落水学生短时助浮，还能利用书包内置的定位器，随时掌握孩子的去向，有人一下子购买了20多个。事实上，在这些“抢购”“爆买”的商品中，也折射与映现了“中国制造”在产品“品质材质、附加功能、检验检测标准、综合性价比以及工业设计与商业模式”等诸多方面的“落差”。

建议打造特色购物街区 创建新概念购物载体

董锡健建议，上海重新振兴与发展现代轻工业，全新构建以“百年海派经典品牌、新一轮上海名牌、上海独创新锐品牌，以及国内外前沿品牌”等“四合一”为集成主体，且具有指标示范意义的上海“国内外特色购物街区”，以及率先创建新概念购物载体。例如：率先创建以同步销售与购买日韩、新马泰等国特色商品为主体的上海“亚洲生活用品购物岛（港）”。此外，他还建议有关部门支持振兴与创新发展上海轻工业。

伽蓝（集团）股份有限公司董事长郑春颖认为，现在市场上的中国品牌遭到歧视，无法与国外品牌平等竞争，商场里无论是专柜还是广告都是外国品牌，有的外国品牌连中文都不标了，连明星代言时也优先考虑国际品牌。

“我们通过调研建议，由市里有关部门参与，加强顶层设计、加大战略布局力度，通过建立上海品牌目录、宣传引导和政策规范，促进上海几大商业街的沿街商铺在出租招商时，能引进一定比例的民族品牌特别是上海品牌；对于国有控股的商铺和百货商场、购物中心，市有关部门要加强引导，优先引进上海品牌，以化妆品为例，可以规定上海品牌特别是上海化妆品品牌个数不能低于一定比例，同时给上海品牌一定的免税期、租金补贴；要大力发展机场、车站和飞机上的免税店，并规定上海品牌特别是上海化妆品品牌的个数不能低于一定比例。”郑春颖表示。

■都市脉搏

破解白领“用餐难” 洋泾街道推公益食堂

本报讯 记者 郭颖 可以点餐叫套餐，也可以堂吃粥和面，洋泾街道3000名白领终于解决了“用餐难”的问题。昨天，洋泾街道首家公益食堂在龙珠广场地下室“开张”。装修一新的食堂有近200平方米，当天送出50个套餐给楼里的白领“试吃”。

由于是开张第一天，知道的白领还不多。白领小江买了碗红枣枸杞粥，津津有味地吃着。食堂的运营方负责人小艾告诉青年报记者，他是开餐饮店的，并且获得了街道考评的“诚信经营示范街商户”称号，从没上过“黑名单”，也通过了“市民巡访团”的暗访，所以才被街道“相中”，接管这个食堂。开张第一天让白领试吃的套餐包括红烧肉、番茄炒蛋、蒜泥刀豆、五常大米做的米饭，20元还送酸奶。在附近的餐厅里，这样的套餐要卖到30元。

“由于条件所限，这个食堂不能用明火，所以堂吃只能供应粥和面，之前试运营时供应过盖浇饭，但由于是加热的并不新鲜，因此白领普遍反映口感不好。”小艾表示，目前已经把盖浇饭停掉，因为根据与物业的协议，只要有60%的用餐者认为不好吃，物业就要中止合同，目前场地租金是免费的。“我们宁愿让白领点餐，由我们另一个餐厅外送过来，保证送到白领手里的饭菜还是烫的。”

据悉，洋泾街道党工委、办事处领导近日分别带队深入基层企业一线开展大调研，在调研走访中发现：浦东大道罗山路周边区块内商务楼宇密布，阳光世界、上安大厦、龙珠广场等6个楼宇楼内办公企业超过150家，白领上班族群体近3000人。这些商务楼普遍建设于2000年前后，楼宇大都未提供食堂空间配套，职工一般以网上点餐或自带盒饭的形式用餐，存在用餐难、管理难等诸多问题。

针对企业、职工反映最集中、最突出的“用餐难”问题，街道党政领导按照“边发现，边解决”的工作思路迅速行动，利用区域化党群联席会平台，协调街道相关职能部室、社会组织、物业公司等各方共同推动解决了职工“用餐难”问题。

浦东新辟3条、调整更名1条公交线

本报讯 记者 郭颖 浦东将新辟3条、调整更名1条公交线。1月28日起，鹤莘线调整走向并更名为873路，同时新辟浦东34路，方便沿线市民出行。1月31日起，将新辟1127路和1128路，以衔接轨道交通车站，解决最后一公里出行需求。

据悉，原鹤莘线缩线调整，更名为873路。起讫站：东泰林路康桥路-莘庄地铁站南广场。

线路走向为上行：自东泰林路起经东泰林路、西泰林路、永泰路、上南路、三林路、长清路、上浦路、济阳路、徐浦大桥、龙吴路、华泾路、春申路、都市路至莘庄地铁站南广场止。返程：自莘庄地铁站南广场起经梅陇西路、莘朱路、都市路循原线至东泰林路止。