

上海口岸规模超过香港新加坡

国际贸易中心核心功能基本形成

2016 年上海口岸货物进出口达 68820 亿元,占全国的 28.3%,占全球的 3%以上, 规模已超越中国香港、新加坡等传统国际贸易中心城市。在全球贸易形势持续低迷的大背景下,上海口岸贸易近年来占全球和全国的比重却在稳步提升。在昨天举行的市政府新闻发布会上,市商务委主任尚玉英表示,上海国际贸易中心建设开始向纵深发展,以贸易集聚、资源配置和贸易创新为代表的核心功能已经基本形成。

对外贸易回稳向好

除了口岸贸易超过香港和新加坡,上海关区贸易和本市贸易也实现较大增长。据上海市商务委副主

任申卫华介绍,从去年下半年起,上海外贸呈现回稳向好态势,从海关公布的前两个月进出口情况来看,进出口达到人民币 4808 亿元,增长 23%, 进出口在全国的份额已达 12.4%。上海市贸易规模近几年一直维持在 4400 亿美元以上,是全国最大对外贸易城市。尽管海关数字尚未公布,但预计一季度本市贸易额突破人民币 7500 亿元, 增长 20%,占全国市场份额的 12.5%。

“去年 7 月汪洋副总理在上海专门考察了以消费品为主的出口企业,已看到转型力量,就是上海的外贸开始转到品牌和技术出口为主,也就是说开始转到优胜优出。”申卫华表示,为进一步促进上海外贸的回稳向好发展,上海企业要打造自

己的品牌,通过自建品牌、培育品牌,或者收购品牌来扩大上海市外贸企业的对外影响力。

蔬菜基地确保供应

去年起,本市在江苏、山东、海南、云南四个省建立了紧密型外延蔬菜生产基地,从源头上保障“夏淡”“冬淡”期间本市蔬菜的市场供应、食品安全和价格稳定。市商务委副主任吴星宝表示,要让上海市民跟着纬度吃到新鲜菜。

“随着上海土地、劳动力等成本上升,本地的生产供应量越来越小,除了绿叶菜 90%是本地供应,其他蔬菜外地供应的比例越来越大。”吴星宝表示,本市将不断扩大外延基地规模,确保“双淡”的蔬菜供应,使

上海的菜篮子保持新鲜。

此外尚玉英透露:“上海已将食品安全追溯延伸到源头,所有外延生产基地都安装监控摄像头,在上海就可以实时监测整个生产过程。”

商圈店铺走出低谷

市商务委在昨天的市政府新闻发布会上透露,去年南京路、淮海路商圈走出了低谷,从连续几年的负增长转为正增长,而今年一季度上海社会消费品零售总额的增速预计达 7.8%。

截至 2016 年底,上海批发和零售业企业超过 14 万家,年销售额超过百亿元的 124 家;国际零售商聚集度达 54.4%,全球排名第三位,仅次于伦敦和迪拜。线上线下深度融

合的新零售企业不断涌现,去年沪上包含商品和服务的网上购物交易额共计 5604 亿元,是 2011 年的 9.6 倍,已相当于同期社会消费品零售总额的 51.2%。

上海实体商业转型步伐加快,聚焦商圈、业态、企业三大核心要素,连续三年滚动实施 90 项总投资达 793 亿的商业转型项目。吴星宝透露,未来将着力于三个重点业态:一是假日经济,打造新的假日经济商业业态;二是节日经济,利用节日拉动消费;三是月光经济,就是夜市,今年上海将打造四到五个地标性夜市。“我们也在总结,传统商业怎么从商品变成商品+服务,线上与线下相结合,体验+零售,还有品牌+场景。”本报记者 张钰芸

本报讯（记者 金旻矣）今后,本市中环线以内,都将禁设屋顶广告,被诟病为“光污染”的电子显示屏也将有亮度控制要求。市绿化和市容管理局今天发布了新修编的《上海市户外广告设施设置阵地规划》,对 2009 版规划作了较大调整。

据悉,本次修编围绕建设全球城市的目标定位,以提升城市景观品质和保障城市运行安全为导向,加强源头控制,减少城市户外设施安全隐患。新版规划新增了禁设屋顶广告的重要区域,明确中环线以内等重要区域、重要道路、重要河

上海发布新版户外广告设置规划

中环线内禁设屋顶广告

流、重要场所及重要建筑禁设屋顶广告。同时,扩大本市高立柱广告禁设区域,从 2009 版的外环内禁设,扩大到郊环内全区域禁设,并延伸至全市高速公路两侧、崇明全区以及其他城市化集中区域。

此外,严控黄浦江、苏州河两岸户外广告设施设置,黄浦江、苏州河两岸沿线第一街坊范围禁设屋顶和

面向水域的各类户外广告设施。并加大对电子显示装置广告的控制力度,禁设影响交通安全、居民生活、建筑形象的电子显示装置类广告,并提出亮度控制要求,提倡采用刷屏形式播放广告内容。新版规划还不忘支持城市公益宣传,明确所有户外广告设施应有不小于 10%的时间或面积用于发布公益广告。

上海新能源乘用车备案目录发布

6 款车型无缘地方补贴

本报讯（记者 裘颖琼）市经信委近日在官网发布上海市新能源乘用车备案目录,共有 16 款新能源乘用车入选,其中 6 款车型无缘地方补贴。这也是新能源汽车国家补贴新政自 1 月正式实施以来,上海公布的首批新能源汽车备案信息表。

16 款新能源乘用车中,插电式混合动力车型 13 款,纯电动车型 3

款。其中,进口宝马和特斯拉两个外资品牌,各有两款车型进入这份备案信息表。进入备案信息表意味着,这些车型能免费获得上海新能源车牌。此外,有 6 款车型因为所用的电池未进入国家公布的电池目录而无法获得关于新能源车的地方补贴。这 6 款车型包括进口宝马和特斯拉的 4 款,还有上汽通用、浙江豪情各一款车型。

养老很难？请看天地健康城的启示

邓耀东：爱维养老模式将惠及万千家庭



这是一个始终保持高光的項目,如果说,在问世之初,人们投向它的关注,很大程度缘于“前所未见”的新奇,甚至带着怀疑;那么在 5 年之后的今天,位于朱家角的天地健康城,则已经凭借着在城市养老领域的重大创新实践,收获了广泛的惊喜与赞誉。

但这并不意味着,公众对于天地健康城的期待值,会因为新鲜感的褪去而有所降低。恰恰相反,正是由于天地健康城对于“医养融合”的成功示范,不断吸引更多视线聚焦——在举国上下都在关注“养老难”问题的时代,天地健康城带来哪些道路启示?

近日,我们特地对中国爱维天地控股总裁邓耀东进行了一次拜访。

养老使命如何延续

“我们并非只是养老,实际上,我们更多的是提供养老运营服务”,邓耀东首先微笑着向我们“纠正”了外界的一种误解。

爱维中国,由 38 年管理经验、运营超过 100 个退休社区的澳洲 AVEO,以及全资拥有同仁医疗产业集团的中国医疗网络资本两大股东联合投资成立。依托强大的股东资源,爱维中国站在养老产业整合的高度,为长者提供医、护、养、乐的全面生活解决方案。

在爱维中国的战略全局中,天地健康城担负着总部基地的使命,包括产品与服务的研发及其标准化的建立和培训,包括商业运作模式的创新。

5 年前落户青浦朱家角镇的天地健康城,多年的浸润,医养软硬件体系已经全部就绪运转。

“对于爱维中国,天地健康城项目的成功落地,是一个里程碑,标志着医养融合下的退休可持续照料模式已经成型。”邓耀东表示。

幸福指数是怎样炼成的

走访天地健康城的过程中,

我们曾偶遇一群正在参加社区组织的快乐时光活动的老人,他们饱满快乐的情绪迅速传递给了我们。短暂的交流中,老人们强烈的幸福感溢于言表。

天地健康城的魔力源泉来自哪里?邓耀东告诉我们,天地健康城得以实现幸福、健康社区的目标,与爱维中国逐步形成的几大核心能力是分不开的。包括以健康管理为基础的医养融合服务体系,可为全年龄段不同身体状况的老人提供个性化解决方案,真正实现退休可持续照料(CCRC),关怀终老,这是核心服务,也是天地健康城以及爱维中国最重要的特色;以智能化、信息化为基础的大数据运营平台系统,是核心技术;同时,还有基于爱维澳洲 30 余年经验的标准化作业流程(SOP)和行为指南(BI)的核心竞争力。

此外,邓耀东补充了重要的一点,天地健康城被搭建为一个开放式的平台,使得各种优质资源得以引入、整合,例如大型医疗机构的合作、老年大学、“全球旅居养老”等等,成为医养融合的强大保障。

上海或没有下一个天地健康城

“在上海,今后再开发一个天地健康城的可能性非常小”,邓耀



东说。

实际上,这也印证了爱维中国“非地产商”的身份。邓耀东透露,爱维中国的主营业务规划是养老服务,而地产开发太费时间,不利于服务规模的迅速扩大;未来的发展目标,将是在拥有几大核心能力的天地健康城基地支持下,以基本业务单元复制的方式进入市区设立专业养老机构和日间照料与居家养老服务中心,并以此为依托进入大量已建成社区,实现爱维养老服务在城市的网络化覆盖。

在此进程中,作为总部基地的天地健康城,将承担产品研发中心、展示体验中心、O2O 中心、大数据中心四大职能,形成独特的健康养老产业模式。而今后爱维中国在其他城市的进一步扩张,也会采取相同的方式进行复制。

也许若干年后,在“银发汹涌”、老龄化不断加剧的时代,天地健康城播撒的种子,将在上海乃至更多城市遍地开花,让万千家庭受益。

正如邓耀东面对我们的提问——“爱维中国未来的战略设计中,是做小众高端,还是面向大众主流”时,坚定地回答:“一定是主流!”。

延伸阅读

天地健康城会员语录

“可以每天都去图书馆,安静的看一上午,直接等同于私家藏书了。”

“经常和小伙伴一起打打牌,做手工、学电子琴,比起以前生活丰富多了,身体也比以前好很多。”

“从海外落叶归根选择这里,感觉太好了,现在去游泳馆游泳和公园跑步是我每天固定节目。”

“钓鱼是我的一大乐趣,以前在市中心约上朋友总是因为地点问题很难凑到一起,现在门口公园就能垂钓,还能与老伙伴一起,不负好时光。”