

加快推进实施 **打响四大品牌** 三年行动计划

最新、最潮、最优、最好、性价比最高、最划算

给消费者一个来上海购物的理由

本报记者 张钰芸

上海的国际高端知名品牌聚集度超过90%，全球零售商集聚度达54.4%，在全球城市排名位列第三。百年来，上海商业始终生机勃勃、迭代更新，商业文明是这座城市最优质的基因之一。寸土寸金的南京路、淮海路不断出现知名品牌“明星”单店，K11的Chanel可小姐限时游乐厅引来全城潮人追捧，新世界大丸百货用奥特曼、圣斗士星矢等日系动漫IP展奠定其原创体验展会的霸主地位，以新天地为代表的时尚地标引入独立设计师品牌、买手店及明星潮店，成为推动国内原创涉及发展的引擎和整个城市的时尚标杆。

到2035年，上海要基本建成卓越的全球城市，而提升城市吸引力和影响力，很重要的一条就是建成一个国际消费城市、世界时尚之都，一个“人人向往的购物天堂”。因此，市委、市政府近日发布了《全力打响“上海购物”品牌 加快国际消费城市建设三年行动计划（2018-2020年）》，要求到2020年，消费对经济增长年均贡献率保持在60%以上，打造两条世界级商街、10个国内一流商圈、20个特色商业街区，打响50个具有鲜明上海特色新品牌、50个老字号。

商业文明是上海的城市基因

消费需求是经济发展的最终需求，消费市场发展的水平也是衡量经济发展质量和水平的重要内容。经济高度发达的卓越全球城市，往往都是国际消费大都市。纽约、伦敦等城市，既是全球商业商务资源的配置中枢，也是国际名品的汇聚地和辐射地，更是国际时尚消费的发源地和风向标，在消费主体集聚度、消费品牌丰富度、消费生活便利度和国际美誉度等方面领先世界。

上海是一座因商而兴的城市，商业文明是这座城市最优质的基因之一，全力打响“上海购物”品牌，有着得天独厚的基础条件。市商务委介绍，上海已经是全球零售商进驻的重要目的地，国际零售商集聚度达54.4%，国际高端知名品牌集聚度超过90%，上海口岸的服装、化妆品、汽车进口额分别占到全国的70%、53%和37%，已成为名副其实的中高端消费品的进口集散地。但是，对标公认的国际消费大都市，上海存在外来消费吸引力不足、本土品牌不强、商圈商街的国际影响力不大、消费体验环境有待提升、消费市场的丰富度有待提高、消费市场监管制度有待更好接轨国际规则等问题。

党的十九大报告提出，要“完善促进消费的体制机制，增强消费对经济发展的基础性作用”，对消费的重视程度前所未有。市商务委表示，为了全力打响“上海购物”品牌，加快国际消费城市建设，构筑新时代上海发展的战略优势，我们要聚焦增强消费体验度。一方面，消费品牌要更具丰富度、吸引力，要抓住举办中国国际进口博览会的契机，加快引进更多全球优质商品、服务和有实力的零售商、采购商，推进更多国际国内知名品牌在上海首发全球新品。另一方面，要更加突出制度供给，扩大开放创新，强化资源共享，精准发力，协同推进，加快营造与国际消费城市相匹配的服务环境、体验环境和制度环境。

以供给创新释放消费潜力

目前，上海社会消费品零售总额已步入万亿级时代，电子商务交易额超过2万亿，消费已经成为上海城市经济持续繁荣发展的“稳定器”、“压舱石”。上海是全国最大的消费城市和新零售“竞技场”，也是国际零售商和国际高端知名品牌集聚度名列全球前列的城市。进入新时代，打响“上海购物”品牌，加快建设国际消费城市，有助于上海商业构筑具



■ 汇聚国际国内知名品牌的南京西路（航拍）

首席记者 刘歆 摄

首批八个专项行动

■ 突出开放创新，加快集聚最新最潮的消费品牌

通过实施新消费引领专项行动，推动传统商业转型升级，加快创新技术集成应用，支持新业态、新模式发展，打造零售创新“竞技场”和“试验田”，形成以新供给引领新消费发展的格局。

通过实施老字号重振专项行动，引导企业创新经营方式，弘扬优良传统、挖掘品牌价值，让老字号焕发出“新活力”，为境内外消费者提供具有鲜明上海特色的产品和服务。

通过实施消费品牌集聚专项行动，建设一批国际消费品展示交易平台，着力打造全球新品首发地、高端品牌首选地、原创品牌集聚地，建设高端知名品牌“引进来”和本土知名品牌“走出去”的桥头堡，实现“买全球、

有强力支撑作用、难以被人取代的战略优势，进一步提升上海的城市服务功能，更好服务国家战略。

此外，随着人民生活水平的显著提高，对美好生活的向往更加强烈，而消费市场中的高品质商品和服务的供给相对不足。因此打响“上海购物”三年行动计划把实现人民对美好生活的向往作为出发点和落脚点，以满足需求、创造需求、引领需求为导向，抓住举办中国国际进口博览会的契机，主动顺应消费需求升级的大趋势，增强供给结构对需求变化的适应性和灵活性，提高供给质量和效率。大力推动新业态、新模式发展，以供给创新释放消费潜力，创造品质生活。

市商务委表示，国际著名消费城市的显著特征就是对消费的吸引力、影响力和创新力。上海通过全力打响“上海购物”品牌，将进一步提升消费贡献度、消费创新度、品牌集聚度、时尚引领度和消费满意度，形成与卓越的全球城市定位相匹配的商业文明。“我们要云集全球优质商品和服务，打造面向国际的消费市场，使上海成为全球新品首

卖全球”。

■ 对标国际一流，积极营造最优最好的购物环境

通过实施商业地标重塑专项行动，进一步优化商业规划布局，提升软硬件水平，建设精品云集享誉世界、服务创新引领全球、消费环境优质舒适、监管模式接轨国际的世界级商圈商街，以及多层次差异化的区域商圈和彰显海派文化的特色商业街区。

通过实施消费名片擦亮专项行动，充分挖掘现有的消费节庆资源，打造上海购物节、上海时装周等消费名片，培育形成一批特色消费活动品牌，增强对全球消费的吸引力。

通过实施消费环境优化专项行动，精准施策，不断破除制约零售创新发展的制度瓶颈，加强商务诚信和标准体系建设，营造诚

信、服务制胜、放心便捷的消费环境，着力增强消费者的体验度、获得感，提升满意度。

给你一个到上海购物的理由

在上海市的中心，已经有了一批千万级客流的购物中心，例如K11、大悦城等，根据监测去年全市225家购物中心，其客流总量超过了18亿人次。但外来消费吸引力不足的现状仍然存在，进一步提升上海购物的魅力，关键就在于提升消费体验度。

市商务委介绍，打响“上海购物”三年行动计划，有五个着力点和八项专项行动。“通过提升这五个度，最终显著提升消费体验度，我们的工作目标就是加快集聚最新最潮的消费品牌，积极营造最优最好的购物环境，力争实现性价比最高最划算，给全球消费者一个到上海购物的理由。”

在提升消费贡献度方面，体现消费对城市经济社会发展的重要贡献。到2020年，消费对经济增长年均贡献率保持在60%以上，外来消费占社会消费品零售总额比重30%以上，商贸业增加值、税收、就业贡献稳步提高。

在提升消费创新度方面，体现消费业态、模式、技术等的全面创新能力。到2020年，创新技术应用水平全面提升，新兴消费规模持续扩大，培育和集聚一批新零售、跨境电商、物流供应链领军企业。

■ 强化资源共享，力争实现性价比最高最划算

通过实施会商旅文体联动专项行动，构建项目共推、客流共享、标准共建、平台互联、主体互动、宣传互通的联动机制，着力扩大外来消费比重，实现商业与商务、会展、旅游、文化、体育等产业融合发展。

通过实施消费总动员专项行动，引导国际中高端品牌零售商建立合理定价体系，提升上海消费价格的国际竞争力，加强“上海购物”品牌整体形象策划，加大全球营销推广力度，提高消费者对“上海购物”品牌的认知度。

本报记者 张钰芸 整理

在提升品牌集聚度方面，体现城市对国际国内知名品牌、创新品牌的集聚能力。到2020年，国际零售商集聚度、国际高端知名品牌集聚度稳中有升，打造两条世界级商街、10个国内一流商圈、20个特色商业街区，打响50个具有鲜明上海特色的新品牌、50个老字号。

在提升时尚引领度方面，体现城市时尚品牌、时尚设计师、时尚活动和时尚媒体等对全球时尚潮流引领的能力。到2020年，全球新品首发地建设取得成效，上海时尚之都全球排名逐步提升，上海时装周国际影响力继续扩大。

在提升消费满意度方面，体现消费者对商品和服务质量、城市综合消费环境、企业诚信经营规范经营等方面的综合满意度。到2020年，消费服务水平显著提升，消费者体验度、获得感显著增强。