



网络购物季开始在线生活

8大电商平台承包你的买游吃

晨报记者 钱鑫

为确保岁末上海消费市场热度不退、力度不减、亮点不断,上海市商务委在下半年先后推出了“金秋购物旅游季”“拥抱进博首发季”“网络购物狂欢季”和“跨年迎新购物季”等四大主题活动。作为“网络购物狂欢季”的重要内容,近日,首届“上海在线生活节”拉开帷幕,将一直持续到本月15日。

活动期间,美团、饿了么、盒马、叮咚买菜、达达集团、携程、小红书、途虎养车等8家重点电商企业参与,将围绕餐饮、品牌消费、家居消费、旅游出行共举办24项主题活动,让消费者在这个冬天吃得放心,用得安心,玩得开心。

呈现精彩便捷的云生活

“今年1-10月,商品类网络购物交易5520.2亿元,同比增长12.9%。以电子商务为代表的新兴消费模式为此发挥了重要作用,做出了重要贡献。”上海市商务委副主任周岚指出,随着电子商务的快速增长和技术创新带来的强大动力,新餐饮、新零售等新服务业催生的在线新消费力量成为了人民生活

的重要组成部分,也是上海城市功能提升、产业升级的重要引擎。

为确保岁末消费市场热度不退、力度不减、亮点不断,市商务委在复制推广“五五购物节”经验和做法的基础上启动了“上海在线生活节”,通过“云购物”、“云逛街”、“云买菜”、“云养车”等在线新消费模式,为市民带来更精彩、便捷的“云生活”。

为进一步探索在线经济发展模式与潜在效益,发挥大平台、大

流量作用,市商务委在今年下半年先后推出“金秋购物旅游季”、“拥抱进博首发季”、“网络购物狂欢季”和“跨年迎新购物季”等四大主题活动。本次“上海在线生活节”做为“网络购物狂欢季”的活动之一,汇集了美团、饿了么、盒马、叮咚买菜、达达集团、携程、小红书、途虎养车等8家电商企业参与,围绕餐饮、品牌消费、家居消费、旅游出行等四个主题,共举办24项主题活动。

吃 美味暖食优惠直降

冬季是享受丰收、休养生息的季节。为了给消费者营造一个温暖的冬天,美团、饿了么、盒马、叮咚买菜和达达集团五家电商平台将在生活节期间分别推出多个大力度优惠活动。饿了么甄选“真香直播”老字号互动和本地生活“双十二”优选商户,提供流量支持;美团将举办“火锅驾到”和美团买菜

“人间·烟火锅”主题促销活动;盒马将举办“盒马生活节”推出千万买一送一的活动,并在金桥店举办盒马五周年的线下活动,优惠力度超大;叮咚买菜将举办“冬至专场一迎冬大雪至,暖食相伴时”等活动,结合节气热点,推出爆款限时特价。

买 预售、提前购活动不断

小红书结合“双十二”大促,开展品牌预售、跨店满减+特价、提前购、免息活动及带货直播等优惠活动,同时将在外滩地标性建筑罗斯福公馆举行线下高端时尚奢品沙龙;美团闪购将联合玛氏、上海家化、娃哈哈、统一等品牌组织“宅购节”活动,大量折扣优惠推出;饿了么将组织当下热门网红明星主持人等作为主播探店上海老品牌,了解老字号店铺外卖。

家居消费方面,达达集团联合战略合作伙伴京东集团,共推“双

十二”大促“1212囤货节”,共同打造全平台品类大促、综合大促、品牌大促、商家大促;美团在线上平台开展“家务欢洗节”活动,活动期间家政、洗涤护理、家电维修低价秒杀,每日10点限量抢,为消费者提供划算、满意、省心的家政服务。

游 爆款行程低至5折

旅游出行消费方面,携程集团推出年终促销盛典,还有冬季滑雪温泉爆款,为消费者提供酒店5折、门票5折和大量优惠券派送活动,更有大量优惠限量券抽奖活动。结合12月2日交通安全日,途虎养车联合欧司朗发起了公益项目,活动期间用户可在全上海地区工场店进行免费车灯检测服务;途虎养车“双十二”年终大促同时开启,指定轮胎半价购,精选大牌买三送一;品牌小保养一口价99元,买机油送油卡……年终抄底线上购。

潘刚荣获中国企业管理领域最高奖项的秘诀

以消费者为中心

“伊利从内蒙古大草原走出来,走到了世界一流企业行列。这是基于伊利严控质量、磨砺品牌,把产品质量提高到无以复加的高度,实现了‘伊利即品质’。可以说伊利对外不仅输出好产品,还输出了好的创新管理理念,这体现了潘刚作为优秀企业家的守正创新精神和博大胸怀。”在袁宝华企业管理金奖专家评审会上,专家们高度肯定和认可了潘刚的企业经营理念。

12月1日,2020年全国企业家活动日暨中国企业家年会在广东东莞盛大举行,本次年会上,伊利集团董事长潘刚凭借其在中国企业管理实践中的杰出贡献受到表彰,荣获第十一届袁宝华企业管理金奖。

“袁宝华企业管理金奖”由中国企业管理科学基金会于2005年设立,被誉为中国企业管理领域的最高奖项,以严苛的评选标准著称,是中国企业家梦寐以求的奖杯。潘刚为何能获得此奖?这离不开“品质”、“创新”两个关键词。

坚守品质 筑牢企业发展根基

在伊利,潘刚树立了“伊利即品质”的企业信条,致力于品质企业的打造。视品质如生命的意识已经像血液一样,流淌在每一个伊利人的身上。潘刚表示,“要坚持以消费者为中心,做消费者的‘真爱粉

丝’,将每一位消费者都视为VIP”,在这一理念指引下,伊利围绕消费者的反馈不断提升产品和服务品质,从而赢得他们的青睐,稳居乳制品市场占有率第一。

在潘刚的推动下,伊利持续深化全球产业链合作,做合作伙伴的“最佳拍档”,更好地发挥产业链协同效应,把整个产业链打造成伊利



品质的坚实防护墙。潘刚提出要“凝聚人、发展人、成就人”,通过“春雨计划”、疫情期间逆势涨薪等举措,更加激发伊利人守护品质的主人翁精神。伊利人正是以这样的信念,视品质如生命,为消费者生产更高品质的乳制品。如今,品质已经成为伊利对外的一张名片,很多人提起伊利第一反应便是品质。

拥抱创新 点燃企业发展引擎

“不创新,无未来”是潘刚一以贯之的创新理念。潘刚认为,在坚守品质的基础上,让创新不仅成为伊利的态度,也成为全产业链的行动指南,是伊利不懈的追求。

从伊利的发展实践来看,潘刚的创新之路是立足于整合全球优质资源。目前,伊利在全球乳业发达地区构建全球创新网络,现有及未

来研发布局的创新中心覆盖亚洲、欧洲、大洋洲等地。借助全球研发资源,潘刚大力推进产品创新。

针对乳糖不耐受的问题,伊利推出国内第一款可以有效解决乳糖不耐症的舒化无乳糖牛奶;面对国潮崛起,伊利紧跟趋势,推崇传统文化,推出须尽欢冰淇淋,广受市场好



评。当下,智能技术进入快速发展期,潘刚提出,“要打造更加多元化、国际化、智能化的全新伊利。”

在前不久的世界互联网大会上,伊利携手小米共同推出“白科技”应用,根据智能设备的监测数据、人体健康综合指数,实时推荐更符合消费者营养需求的乳制品,助力消费者科学。

多年前,伊利只是呼和浩特的一家街道小厂,在潘刚的引领下,伊利始终把满足消费者对健康的需求作为最重要的责任,通过“坚守品质、拥抱创新”,为更多的消费者提供最优质的产品和服务。如今,伊利已经位列亚洲乳业前列,品牌价值也跃居全球乳业领先地位。背后正是潘刚对消费者的责任和承诺。站在新的历史起点,潘刚朝着“全球乳业第一”的远景目标,带领伊利大踏步向前,“让世界共享健康”梦想的枝桠也在变得愈发繁茂。

(张怡薇)

