

论道

# 上海电商：既要领先头雁，也要蚂蚁雄兵

■ 劳帼龄（上海财经大学电子商务研究中心主任）

## 危机中的逆势飞扬，是上海电商多年来厚积薄发的结果

春节期间，叮咚买菜送菜小哥忙碌的身影，成了上海街头一道独特的风景，正是有了他们对于生鲜菜品的“摆渡”，让上海市民能够安心地“闷在家里”抗击病毒。而“宅家闷”催生“云买菜”，也带来了公司新客户高达75%的自然增长。3月2日，位于虹口区的上滨生活广场店仅用十天时间就开张营业，创造了新店开张的“上海速度”。

同样，防控疫情“盒区房”的待遇让市民像拥有口罩一样，多了一份抗击病毒的底气。受疫情影响，不少行业关闭门店、裁减员工、苦熬“寒冬”，盒马鲜生不仅首创“共享员工”伸出援手，更在2月份向全国发出英雄帖，招募3万员工。进入复工复产期，公司新一轮开店计划也开始启动，3月28日，位于虹口区的上滨生活广场店仅用十天时间就开张营业，创造了新店开张的“上海速度”。

受疫情影响，全国大量农产品积压，2月10日，拼多多上线“抗疫助农”专区，补贴5亿元力保农户收入，用户通过APP，则可以最优惠价格购买产地直发的水果和蔬菜。2月19日，拼多多“农货产销对接”活动首日开启，市长县长齐直播，一天售出百万斤农货。3月2日，60万人围观砸山县长地“雪梨”，拼多多启动“市长县长助农直播”加速农货上行。

类似的例子，还可以举出不少，而它们，都有一个共同的名字：上海本土互联网电商企业。或许谁也不曾想到，一场突如其来的疫情，让原本淹没在各行各业众多优秀企业中，不引人注意的上海互联网电商企业突然走到了大家的面前。人们不由得惊呼，原来上海有那么多优秀的电商企业，同时也不得不感谢，抗疫中的经济生活多亏了互联网电商的助攻。

那这些在危机中逆势飞扬的互联网电商企业，又是怎么突然冒出来的呢？

罗马不是一天建成的。这是上海持续提升的营商环境、不断夯实的信息化基础、日益丰富的创新资源和需求强大的消费驱动力，长期积累的结果，也是这座城市谋定而后动的成果。多年来，上海的电商企业，其服务领域渗透到城市生活的方方面面，为这座国际消费城市的美好生活构建了一个大消费概念的电商生态。所以说，是上海电商行业多年来的厚积薄发，促成了这次危机中的逆势飞扬。

特殊时期，电子商务充分发挥其技术、网络 and 平台优势，成为抗疫保供中的重要力量，从侧面体现

出电子商务对我国经济和社会发展的巨大作用。特殊时刻，危中见机，上海电商交出了漂亮的答卷。但特殊时期不可能长久，回归平常，比拼的是行业的可持续发展，比拼的是企业的良性运营。所以，怎么抓住这次逆势飞扬的机遇，让脱颖而出的上海电商继续做大做强、做好做精，这是需要我们认真思考的。

## 基石与目标：打造国际消费城市，建设具有全球影响力的电商中心城市

2019年我国网络零售额达到10.6万亿元，提前一年完成“十三五”设定的10万亿元目标；其中实物商品网上零售额对同期社会消费品零售总额的增长贡献率达45.7%，接近半壁江山，电子商务已成为我国居民消费的主要渠道。随着线上线下融合发展不断深化，跨界融合新模式新业态不断涌现，电子商务也成为我国经济增长的新引擎。

从上海数据看，2019年，上海社会消费品零售总额1.35万亿元，增长6.5%，规模稳居全国城市首位，对全市经济增长贡献居各行业前列。2019年，上海实现电子商务交易额3.32万亿元，同比增长14.7%，5年年均增长19.6%。总额3.32万亿元的电商交易额中，八成是网络购物交易额，为1.32万亿，同比增长27.0%，其中，商品类网络购物交易额6066亿元，同比增长27.9%，服务类网络购物交易额7122亿元，同比增长26.2%。

为全力打响“上海购物”品牌，加快国际消费城市建设，上海

## 【核心观点】

◆特殊时刻，危中见机，上海电商交出了漂亮的答卷。这是上海持续提升的营商环境、不断夯实的信息化基础、日益丰富的创新资源和需求强大的消费驱动力，长期积累的结果，也是这座城市谋定而后动的成果。

◆上海电商应依托大数据，推广品牌品质商品和服务；应通过赋能数字转型，推出商户扶持新措施；应通过拓展新业态，推动品质生活新模式；应努力健全品控和售后，营造放心消费网络环境。

◆上海电商行业不仅要培养头部企业，也要支持撑起金字塔底座的蚂蚁雄兵。疫情成了各家老字号和传统企业积极转型拥抱电商的催化剂，这些转型中的企业，是上海电商做大做强的蚂蚁雄兵，同样不容忽视。

购物三年行动计划提出了聚焦实施新消费引领、商业地标重塑等八个专项行动。其中，新消费引领专项行动，要求主动顺应消费需求升级趋势，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，形成以新供给引领新消费发展的新格局。国际消费城市的打造，为上海电商的做大做强奠定了坚实的基础。

《上海市电子商务发展“十三五”规划》要求，上海的电子商务发展要以提升电子商务全球资源配置能力为主线，以完善电子商务发展生态系统为引领，以促进产业转型升级和服务社会民生需求为主要任务，以营造法治化、国际化、市场化、便利化发展环境为着力点，积极参与全球电子商务贸易规则制定，加快集聚电子商务高端创新创业人才，着力提升对全国电子商务发展的平台服务功能，打造具有全球影响力的电子商务中心城市。

2020年末，也就是十三五规划的结束年，上海要建成具有全球影响力的电子商务中心城市基本框架，这就对电商生态、电商与服务社会的融合、电商的国际化，以及电商的发展环境提出了高要求。所以电子商务发展的生态系统必须要进一步完善，电子商务服务城市的发展能力必须要进一步增强，电子商务的国际影响力必须要进一步提升，电子商务的发展综合环境必须要进一步优化。唯有做好这“四个进一步”，才能有力地推动上海电商的做大做强，而上海电商的做大做强，又会反过来促进上海具有全球影响力电商中心城市的建设。

2020年十三五收官，展望2025愿景，从上海发展的中远期看，建设成为高端要素集聚、产业生态完善、创新应用广泛、服务功能突出、规则话语权强、具有全球影响力的电子商务中心

城市，更是上海电商努力做大做强的目标。

## 抓住促消费的机遇，是上海电商做大做强的最佳发力期

稳定和扩大居民消费，促进消费回补和潜力释放，是有效对冲疫情影响、提振经济的关键举措。3月中旬，国家发改委等23个部门联合印发了《关于促进消费扩容提质加快形成强大国内市场的实施意见》。牢牢抓住促消费的机遇，是上海电商做大做强的最佳发力期。

消费是推动经济发展的持久动力，2019年消费对国民经济增长的贡献率是57.8%，已经连续六年成为拉动中国经济增长的第一“主引擎”。疫情期间，以网络购物和网上服务为代表的新型消费展现出了强大的生命力，新型消费成为我国经济发展的新动能。

3月30日下午，商务部召开第二届“双品网购节”动员部署视频会议。“双品网购节”顾名思义就是品牌品质的意思，目的是通过网购节让消费者买到好品牌好品质的商品，享受到优质的服务，让消费者放心消费，便利消费。

抓住促消费的机遇，发挥电商平台流量优势，突出“品质品牌”特色，推动线上线下联动，着力打响“上海云购物”品牌，是上海电商借力做大做强的抓手。

上海电商应依托大数据，推广品牌品质商品和服务；应通过赋能数字转型，推出商户扶持新措施；应通过拓展新业态，推动品质生活新模式；应努力健全品控和售后，营造放心消费网络环境。

消费也是生产的目的，是贯穿国民经济循环的全过程，既是起点也是终点。就如我们在以往的研究

中所发现的，以上海电商示范企业途虎养车为例，其所扮演的服务角色，通过电商示范企业的数据传递，正在来自终端消费的信息上溯传递至生产供应端，实现生产与消费的无缝衔接。

## 做强做大整个互联网电商行业

说到上海电商的做大做强，首先的第一个反应，或许就是让在这次抗疫中脱颖而出电商企业做大做强，成为如今常说的头部企业。但笔者认为，上海电商的做大做强，从广义角度，应该是整个互联网电商行业的做大做强。从上海电商行业的做大做强而言，不仅要培养头部企业，也要支持撑起金字塔底座的蚂蚁雄兵。而这种关系，就如上海打造国际消费城市，既需要超级购物中心，同时也不能缺少有烟火气的街边小店。

这次抗疫中，叮咚买菜、盒马鲜生，作为保障城市生活必须生鲜电商，得到了老百姓的交口称赞。美团点评、饿了么，成为抗疫中保障民生的“逆行”者，同时其及时推出的“无接触配送”理念，包括配送车、配送柜，凸显了电商企业的科技投入。近年冒出来的本土互联网独角兽企业达达集团，则将“即时配送”业务推向了一个高潮。原本相对认为高端的跨境电商企业洋码头，也在抗疫期间适时进行了包括产品目录和销售方式的转型。而拼多多的服务全国，更是不仅助力了农产品的上行，近来又开始助力外贸企业转型内销，助力企业开展C2M。

但我们也必须注意到，还有不少企业，虽然谈不上电商大企业，或许只是传统企业的电商部门，也或许是连这么一个部门也没有，但这次疫情中也有抢眼表现，也在积极的拥抱电商。非常典型的如新雅推出网络套餐、梅龙镇推出闪送、光明随心订产品由鲜奶拓展到菜肉甚至帮助地产农庄销售草莓蔬果，等等。疫情成了各家老字号和传统企业积极转型拥抱电商的催化剂，这些转型中的企业，是上海电商做大做强的蚂蚁雄兵，同样不容忽视。

还有不少企业，或许它们并不直接与老百姓的吃穿用消费直接打交道，但他们所提供的服务，确是重要的互联网电商服务。以上海哔哩哔哩科技有限公司为例，或许并不只是原来大家印象中的游戏平台，作为年轻人高度聚集的文化社区和视频平台，公司已形成从动漫到游戏、直播、广告、电竞、线下活动、品牌授权的完整生态系统，成为了重要的电商服务企业。而类似这样，助力传统产业数字化转型，帮助企业电商赋能的企业，还有不少，同样应该扶持。

此外还有占上海电商交易额6成江山的B2B企业，也不应淡忘。抗疫中，民生类或B2C电商企业较易引起大家的关注，而走入复工复产期，为生产服务的B2B企业也需要重视。

## 荐读



《从“天下”国家到民族国家》（[日]王柯著，世纪文景/上海人民出版社，2020年3月）

本书将中国的多民族统一国家思想的根源追溯到中国人对世界的原初认识，追溯到在这种认识之上的人类与自然之间建立的契约关系，以及为了遵守这种契约关系而形成的关于人与人之间、个人—共同体—社会—国家四者之间、文化与政治之间、权威与权力之间、民族属性与文化属性之间关系的认识。在这一宏观认识的基础上，作者梳理了中国多民族统一国家的历史脉络、中国多民族统一国家思想在各个时代的发展演变。



《民族的重建：波兰、乌克兰、立陶宛、白俄罗斯：1569-1999》（[美]蒂莫西·斯奈德著，潘梦琦译，南京大学出版社，2020年1月）

跨越四个世纪，四个国家，通过将目光落在有着复杂民族混居背景、经历过极其多元的政体模式、被几度撕裂乃至摧毁的土地上，斯奈德试图为我们揭示民族理念转变的奥秘，追踪概念如何被解释、扭曲、发明和滥用，如何在更为复杂的外部力量相互衍生的过程中酿成深重苦难，又焕发出崭新光辉。更为重要的是，作者试图为有关通往国家的路径的终极问题寻找回答：我们如何才能避免这条路上的苦痛经验？

## 锐见

# 社区共同体意识的再认识

■ 俞祖成 白瑞

是社区形态的本然。社区内部各单元主体之间进行能量、信息、物质的交流和转换，是社区生活运转的必然轨迹，我们应当尊重多元主体的共生共在规律，完善社区有效沟通和协同协调机制，进而做到和谐共处，共同维护社区稳定和集体安全，营造社区安全共同体。

## 社区，是共建共治的利益共同体

社区内的各相关主体，是紧密的利益攸关者，无论是在常态性的社区生活中，还是在非常态性的公共危机面前，最终大家均是一个利益共同体。古语有云“覆巢之下安有完卵”。从现代社区意义上来说，同样也适合诠释社区是责任共建、风险共担的利益共同体。无论何时，社区内各成员的利益是密切相关并相互联结的。

鉴于此，社区应当强化自治治理，充分发挥自主能动性，以

社区共同利益为基础线，有效调动社区内部的利益个人、利益单位、利益组织参与治理的积极性，集思广益，共商共议，齐心协力建立社区规范，协同治理社区公共事务，实现基层政府治理与基层社区自治治理相融合，构建内生性的自治组织治理体系，进而实现基层社区的自主性治理和现代化治理。

## 社区，是共知共识的身份认同

随着我国城镇化率的大幅提高，社区资源的重新整合，实际上也加剧了社区人口构成的差异性，提高了社区的异质化程度，这在一定程度上提高了社区综合治理的复杂性和难度。社区异质化的实质，是存在于社区范围内。管理者或居民确立的“我者”与“他者”显然呈现差异性。这种“我者”与“他者”的对立，容易激发社区内部的生活矛盾，进而影响社区的安定与团结。

要想排除异质元素中的“他者”障碍，获得广泛居民对社区“我者”的认同，首先应当承认并尊重异己者的生存权利和存在价值。社区管理者和服者需要充分认识到，我们在维护自身权利的同时，应充分意识到他人对独立生存和发展的需要。只有坚守尊重和认可，才能进一步维系和谐人际关系，提升社区共同意识和共同感情。因此，在今后的社区工作中，我们应当摒弃“二元对立”的思维方式，以开放和宽容的胸怀，肯定“我”与“他”互依互存，进而建立社区的身份共识，增强异质人群对社区的认同感和归属感。简言之，只有在自由共享的基础上，我们才能构建社区文化认同和身份认同。

## 社区，是共荣共享的命运共同体

于社区内的多元主体而言，社区就是多元主体的人际关系和利益

关系构成的命运共同体。在此辖区内，各方同呼吸、共命运。正所谓“一荣俱荣，一损俱损”。集体的荣辱，事关个体的荣辱；个体的利益，事关集体的利益。社区安全与秩序，关乎社区稳定，关乎社区安全，关乎居民幸福美好生活。因此，要完善社区公共危机应对机制，寻求转“危”为“机”的治理措施，以期在社区多元发展、多元模式中协调、平衡、和谐，最终达到共同繁荣、共同发展并共享成果。

社区，不仅仅是人们赖以生存的生活便利性的载体，最后一公里舒适生活圈，更是有温度的情感连接。在未来基层治理现代化的进程中，构建具有可持续发展能力、可回弹抗风险性的温情社区，任重而道远，因此需要各方力量深耕细作，久久为功。

（作者单位：上海外国语大学国际关系与公共事务学院公共管理系）



《世纪的哭泣：艾滋病的故事》（[美]兰迪·希尔茨著，傅洁莹译，上海译文出版社，2019年12月）

作者以广泛而全面的新闻调查，讲了一个故事：艾滋病，为什么会在美国流行？故事是以时间为脉络呈现给大家的，在阅读过程中，你将知道人类免疫缺陷病毒(HIV)和获得性免疫综合征(AIDS)是如何在美国发现并扩散的，从中你将看到影响艾滋病的大量事件及各种人物，尤其是政府部门、医疗及研究机构、同性恋组织、媒体中的个体。它在以大量事实刻画人类的懦弱、绝望、自私、贪婪的同时，也以精彩的细节呈现了人类在死亡危机时的勇气、进取、无私、悲悯。

## 社区，是共生共在的安全共同体

如果把社区看作是整体的有机系统，那么参与基层社区治理的多元主体则为该有机系统的基本要素。在基层社区治理中，社区内的各参与主体（如社区基层干部、社区工作者、社区物业人员、社区志愿者、社区社会组织与社区居民）既相互独立又相互联系，同时又呈现多维度地交叉融合。

社区内多元主体的共生共在，