

“上海购物”如何演绎新时代的品牌故事

晁钢令

无论是从历史的渊源还是现实的呈现来看,“上海购物”始终是上海这一国际大都市的形象标志之一。然而,在当今全国各大城市商业氛围大为改善,境内外网上购物急剧增长的情况下,上海要继续保持和发展其在购物消费方面的独特优势,使其成为上海经济发展和城市建设的主要推动力之一,就必须重新审视新时代“上海购物”的内涵与外延,找到并补好短板,倾全力打造“上海购物”全新品牌形象。

什么是新时代“上海购物”的品牌内涵?我们首先必须了解新时代消费需求的变化,及国内外消费者对于上海消费供给的期望。

“三化”特征 消费需求变化

根据我们的调研观察和行业专家们的研究成果,我们可以把新时代消费需求变化的特征归结为“三化”,即:多维化、个性化、层次化。所谓“多维化”,是指当代消费者购物已不仅仅满足于商品的获得,同时会追求购物过程的体验,享受购物的氛围与环境,甚至会关注商品和品牌的象征意义。所以商品的多样性和集聚度是吸引顾客的重要条件。所谓“个性化”,是指当代消费者再也不满足于大众化同质化的流行型消费,而更追求能表现自我、与众不同的个性化消费。为此,新颖独特的商品和服务往往更受欢迎。所谓“层级化”,是指我国居民的消费正在不断升级,在丰衣足食的生存性需要得到满足的同时,已有相当一部分消费群体开始追求更高层次的消费满足,相对于大众化普适性的消费供给而言,对于中高层次的消费供给还是有所不足。

新时代的消费需求变化必然反映到国内外消费者对“上海购物”供给的期望上。他们希望上海能为他们提供最为丰富而且新颖独特的商品,希望能在上海体验最为现代而且温馨怡人的购物环境,希望能在上海得到最为周到并且便捷安全的消费服务。总之,他们会期望在上海能见到与这个时代和这个国际化大都市相匹配的新型商业氛围。

四个关键词 构建品牌内涵

从理论上讲,品牌的内涵应当是其内在与众不同的特色,是消费者心目中对该品牌的独特认知。所以,打造“上海购物”品牌的目标并不仅仅是如何搞好上海商业,而是要对“上海购物”品牌所依托的一些主要要素进行准确定位,重点谋划,积极推进,最终在消费者心目中建立起对上海这个国际消费城市的独特印象。基于此,我们认为新时代“上海购物”品牌的内涵可归结为四个关键词,即:全球、时尚、高端、诚信。

“全球”,即上海应当成为我国全球商品集聚度最高的城市。主要体现为全球著名品牌的区域总部、首店、旗舰店最多,国际品牌的区域及品类覆盖面最广,并能成为国际品牌商的主要新品发



上海某商圈的购物中心

布地。全球商品的集聚度往往是一个国际化消费大都市的主要标志,自然也应当成为“上海购物”品牌的主要标志。目前,上海是全球各国品牌商最愿意进入的地方,上海消费品进口额已占全国进口总额的三成,是我国进口消费品最大的集散地。今年首届中国国际进口博览会又将在上海举办,将为全球商品在上海的进一步集聚创造有利的条件。所以,将“全球”作为“上海购物”品牌的主要内涵之一是理所当然的。

“时尚”,时尚消费历来是引领消费的重要因素,也是消费趋势的风向标。当80后、90后成为市场消费主流群体后,时尚消费更是以前所未有的速度在增长。据有关方面对网上消费的数据分析,2016年全球时尚消费总额达2.4万亿美元,中国仅次于美国居时尚消费的第二位。中国消费者在奢侈品消费方面的支出已超过5000亿元人民币,相当于全球奢侈品市场的三分之一。然而,从现代消费观念的角度看,时尚已不仅仅是指服装、皮具、化妆品之类时尚用品的新潮和流行,而应从广义上理解为在整个消费供给上的创新与领先。一个国际化的消费大都市必然应在消费发展趋势上具有引领性,就如法国的巴黎、美国的纽约、阿联酋的迪拜和我国的香港。其不仅表现为商品的新颖独特,还表现为商业设施的亮丽夺目,商业业态技术的创新前卫,以及商业文化的品位高尚。总之,能给消费者以前所未有的消费体验。上海在时尚消费方面不仅有其历史的传承,而且正在通过国际时装周等各种高规格的商业活动予以推进。各种新建的购物中心也越来越体现出现代化的设计理念和人性化的结构布局。各种线上线下相融合的新型零售业态也已在上海纷纷落地。将“时尚”列为“上海购物”品牌的内涵之一应当是名副其实的。

“高端”,消费的层级化主要表现为除了满足一般的日常生活需求之外,还应当去满足更高层次的消费需求。随着消费的不断升级,消费的层次日趋丰富,消费层级也会有所拉大。目前全国各地的商业为了适应这种消费升级,其商业供给也在不断调整,逐步升级。一般至中等等级的消费大多可以在本地得到满足。因此,上海若要在购物方面建立自己的独特优势,就必须强调“高端”。因为上海具有其他地区可能所没有的市场和资源条件。有人可能会提出质疑,这是否意味

着上海要排斥中低端消费?这实际上是一种误解。因为我们提“高端”是指上海购物品牌的内涵,也就是这一品牌的特色和重点,而不是上海商业的全部。以“高端”为“上海购物”的形象标志,并不排斥我们同样要做好中低层次的商业供给。将“高端”作为“上海购物”品牌的内涵之一,则可能在消费者心目中建立起对上海这一国际消费大都市的独特印象,成为吸引国内外消费者的重要条件。

“诚信”,诚信历来是建立良好商业信誉的立身之本。自古以来“公平交易,童叟无欺”便是商家的聚客之道。为此,在“上海购物”品牌的内涵中自然不可缺了诚信。从当代消费者对商业诚信的要求来看,“诚信”包含了商品品质的稳定可靠,商品来源的安全可信,商品价格的真实合理,交易流程的公开透明,交易承诺的全面兑现,售后服务的快捷周全等。同时也要求能有社会化的商业诚信监督查询系统,以及对于商业诚信进行严格管控的法律和行政监管系统。商业诚信环境的优劣是一个城市能否建立起其良好的城市形象的重要方面,所以也必然是“上海购物”品牌的主要构成要素之一。上海在商业诚信方面有着良好的基础,长期以来市场的规范程度相对是比较高的。2016年又开通了商务诚信公众服务平台,形成了由“商务诚信标准”、“商务诚信指数”、“商务信用电子地图”、“商务诚信查询报告”等构成的综合商业信用评价体系,从而使上海商业诚信的服务与管理迈上了一个新的台阶,也使“诚信”能够成为“上海购物”品牌的独特亮点。

打好五张牌 扮靓“世界橱窗”

尽管上海在以上四个要素方面已有不凡的表现,但要最终在国内外消费者心目中确立“全球最受青睐的国际消费中心城市”之一的印象,仍存在一定的差距。主要表现为商品供给仍不够丰富,同质化程度较高;商品价格仍相对偏高,不具有竞争力;商业服务体系不够完善,服务水平一般;缺乏国内外闻名的标志性商圈,商圈吸引力不强;大多商业经营模式和经营手段仍比较陈



沙漠里的购物天堂迪拜

旧,体验性较差;商业营销手段简单重复,缺乏兴奋点和刺激度等等。因此,要真正打响“上海购物”品牌,仍需要企业、政府和社会共同努力,进行全方位的策划设计,并努力付诸实践。我们认为以下几个方面是最为重要的:

首先,进一步提高国际品牌商品的集聚度和首发率。这就需要鼓励主要的商业企业积极培养“买手”团队,增强自身的采购招商能力。同时要积极引入国际著名的贸易集成商和著名品牌的总部或地区总部。要定期举办有影响的国际商品博览会和交易会,创办具有国际影响力的购物狂欢活动,并逐渐形成自身的特色,让上海真正成为全国最为绚丽的“世界橱窗”。

其次,在调查分析的基础上,梳理出上海各类商品价格的实际水平,并进行国内外的横向比较,最好能形成上海商品的价格指数。在此基础上,制定相应的市场价格指导体系,并采取有效的价格调控手段,争取使上海的商品价格(特别是标志性的商品价格)能保持在一个具有竞争力水平之上。同时要采取必要的管控措施,有效抑制价格虚高、价格欺诈以及其他不合法和不道德的定价行为。

再次,认真规划和倾力打造具有国内外影响力的标志性商圈。要使这些标志性商圈市场定位明确,主题鲜明突出,商家布局合理,商圈环境优美,交通顺畅便利,并能经常举办各类主题相关的商业文化活动,积极开展商圈特色的宣传和推广。要使这些具有影响力的标志性商圈成为“上海购物”的实体名片。

复次,进一步推进各种新型零售业态和数据化、智能化商业技术的落地和应用。要通过这些新型的零售业态和商业技术增加消费者的体验感,提高商业的效率,降低商业的成本,使现代化、数据化、智能化成为“上海购物”品牌的有力支撑。

最后,进一步强化商业诚信体系和安全体系的建设。要通过标准指标体系、公共信用平台、立法施政系统、监管执法队伍、投诉受理渠道、社会舆论监督等多方面的完善与协调,使上海真正成为购物最放心、消费最安全的城市,从而使“上海购物”品牌成为一块真正的金字招牌。

(作者为上海交通大学国际工商管理学院教授,上海市商业经济学会副会长)

论衡

塑造重大工程的中国品牌

王良燕



被誉为“中国天眼”的500米口径球面射电望远镜(FAST)



“复兴号”动车(均为资料照片)

重大基础设施工程是国家社会经济发展的生命线。改革开放以来,我国重大工程建设取得了举世瞩目的成就。尤其是近年来,重大工程建设更是硕果累累,在攻克一个个世界级难题的同时,为经济建设、社会发展、民生改善提供了强大保障。与此同时,“一带一路”倡议的有序推进赋予了重大基础设施工程新的国际化内涵,也为中国工程“走出去”打开了筑梦空间。

“2017全球最有价值的工程和建设品牌25强”排行榜中,有4家中国企业凭借规模优势跻身前10。其中中国建筑名列第3位,中国中铁、中国铁建和中国中车分列6-8位。而从品牌强度排名看,中国企业则无一入选前10。这也反映出我国国际工程承包商在国际市场上的境遇:总体处于价值链低端并沉陷于“价值洼地”,而面向价值链高端业务的竞争能力(如创意与设计、整体解决方案提供等)明显不足。中国工程要顺利实现从“汗水式增长”到“创新式增长”转变,必须提升品牌意识,聚焦品牌价值,构建品牌文化,以推进中国标准,铸就中国品质,彰显中国责任。

品牌意识:推进中国标准

品牌意识是品牌塑造的基础。长期以来,我国工程承包商在走出去的过程中取得了长足进展,但品牌意识不强。从国外一流承包商经商看,标准是品牌塑造的必然追求。因此,中国工程走出去必须跨过技术标准这一门槛。在新形势下,我国现行的工程建设标准逐渐显露出刚性约束不足、体系不尽合理、指标水平偏低、国际化程度不高等问题,亟需打破惯性思维,建立内容合理、水平先进、国际适用性强的技术法规和标准新体系。特别是要积

极推进标准国际化战略,深入参与国际标准化活动,推进基础设施建设规划、技术标准体系的对接,创建中国工程规范和标准国际品牌,以中国标准的国际化带动中国工程技术、装备、服务“一体化”。充分发挥中国工程贯穿项目全生命期的整体方案解决能力、高品质、全方位、快速运转的全产业链优势,整合标准化设计、工厂化生产、装配化施工、一体化装修、信息化管理、智能化应用,结合“一带一路”建设、海外工程承包、重大装备设备出口和对外援建项目,特别是大力推广高铁这一中国高端装备的靓丽“名片”,以基于“中国标准”的“中国方案”服务世界。

品牌价值:铸就中国品质

品牌价值是品牌塑造的核心。中国工程品牌塑造不仅仅是一种经营策略,更是一种价值体系和哲学理念,即展现质量和智慧的符号。聚焦品牌价值,需要超越对规模和低成本的追求,向更注重高技术、高质量、高品质的“中国创造”和“中国智造”转变,摆脱以往“低质”、“低价”的刻板印象。这种转变的实现依赖于对工匠精神的传承。恪尽职业操守,崇尚精益求精的工匠精神则是工程质量提升的灵魂,也是我国历史上绵延不绝

的一笔精神财富。那些享誉海外的精品工程都是工匠们数十年如一日坚持的产物。大幅增加中国工程面向世界的高端供给,亟需改变低素质劳动力大军粗放型建造维系的低效能,淘汰过剩的中低端产能,补足中高端的不足。“物勒工名,以考其诚,工有不当,必行其罪,以穷其情”,培育严谨、细致、专注、负责的工作态度和精雕细琢、精益求精的工作理念,以及对职业的认同感、责任感、荣誉感和使命感,才能促使建造者能一丝不苟,脚踏实地地进行生产制造、技术创新,耐心专注,心无旁骛地铸就品质至臻的传世工程,进而以实力赢得市场竞争的话语权。

品牌文化:彰显中国责任

品牌文化是品牌塑造的支撑。品牌的可持续发展需要立足品牌文化的构建,打造有情怀和有温度的品牌形象,传递品牌精神,而不是一味地紧随潮流或者逆潮流而动。在新时代下,中国工程品牌的塑造一方面要深深打上中国标准、中国技术、中国创新的烙印,另一方面要积极进行商业模式创新,与利益相关方共建共享,以有温度的责任担当与情怀树立国际声誉。坚持绿色建造,贯彻生态理念,强化生态环境质量保障。针对相关地区生态脆弱性、地理复杂性等生态难题,切实做好项目调研与生态保护规划,将环境绩效纳入评价指标体系,提升绿色化、低碳化建设和运营水平。坚持以人为本,遵守国际通行规则,在工程建造过程中积极帮助当地发展经济、增加就业、改善民生、保障人权,做到资源配置的本土化、商业业态的国情化,通过营造品牌文化讲好中国工程故事,彰显中国责任。

新机遇需要新思路,新常态呼唤新战略!中国工程正在厚积薄发,彰显“领跑”之志。以全球的视野,秉承工匠精神,立足“中国标准”扎实推进国际化,充分展现责任担当,着力打造品牌形象,传递品牌精神,才能实现从工程大国向工程强国的蜕变,在全球唱响中国工程的品牌。

(作者单位:上海交通大学安泰经济与管理学院)

笔谈

人才培养 要遵循规律

闵辉

“建设教育强国是中华民族伟大复兴的基础工程,必须把教育事业放在优先位置,加快教育现代化,办好人民满意的教育。要全面贯彻党的教育方针,落实立德树人根本任务。”这是习近平总书记为核心的党中央在党的十九大报告中对教育提出的殷切期望,也为新时代高校人才培养提供了根本遵循。高校广大教育工作者应不忘初心,牢记使命,立德树人,贯彻十九大和全国高校思想政治工作会议精神,遵循思想政治工作规律、教书育人规律、学生成长规律,着重解决“培养什么样的人、如何培养人和为谁培养人”的根本问题,切实担负起新时代人才培养的重任。

首先,要遵循思想政治工作规律。一是引导学生正确认识新时代的世情、国情、社情、党情。社会存在决定社会意识,正确的思想来源于对我们所处新时代的正确把握。要“因事而化”,结合学生思想实际,找准切入点,加强学生对外部世界认知;要“因时而进”,结合新时代的新情况、新思想、新矛盾、新目标,与时俱进地开展思想政治教育工作,要“因势而新”,不断活化思想政治教育内容和创新方法手段,优化思想政治教育工作效果。二是加强学生社会实践工作。思想源于实践、实践检验认识,要以实践育人为导向,不断拓展大学生的实践平台,创新实践形式,建立实践保障长效机制,让学生更好地在实践中深化认识,从而做到知行合一。三是突出大学生思想政治教育工作的社会实践发展。思想政治教育工作的社会实践要坚持为人民服务、为党治国理政服务、为巩固和发展中国特色社会主义制度服务、为改革开放和社会主义现代化建设服务,确保思想政治教育工作的社会价值的主导性。

其次,要遵循教书育人规律。一要充分认识到教书与育人具有天然的联系,要把知识传授、能力培养和价值引领融为一体,全面提升育人的效能。二是要积极发挥课堂教学的主渠道作用。既要突出思想政治理论课的核心地位,要让思想政治理论课在改进中加强、在创新中发展;又要突出综合素质课程和专业课程等其他课程的育人导向,要促使其他课程与思想政治理论课形成同向同行的协同效应。三要不断提升教师的育德能力。针对新时代的大学生思想特点,要转变思路,创新方式,引导学生积极践行社会主义核心价值观。四要切实发挥教师的言传身教作用。教师应是正确思想的宣传者,科学文化知识的播种者,优秀思想品质的体现者。广大教师要以高尚的情操去感染学生,以平等公正的态度去对待学生,做学生的良师益友。

最后,要遵循学生成长规律。新时代下的青年学生具有可塑性、需求性、差异性、主体性、敏锐性、叛逆性等特点。可塑性为思想政治教育提供了“可能性”,要紧紧抓住大学生价值观形成和确立的关键时期,引导帮助他们扣好人生的第一粒扣子;需求性要求高校思想政治教育注重“结合性”,要找准思想与需求间的连接点,强化专业服务,将解决思想问题与解决实际问题相结合;差异性要求思政工作注重“针对性”,要分析不同学生特点和实际,因材施教,既有总体上的“漫灌”,更要采用因人而异的“滴灌”;主体性要求思政工作注重“能动性”,要通过学生事务民主管理、朋辈教育等方式,促进学生自我教育、自我管理、自我服务;敏锐性要求思政工作注重“创新性”,要运用新媒体新技术,改进方式方法,将网上舆论引导和网下思想工作相结合,既会“键对键”,又能“面对面”;叛逆性要求思政工作注重“艺术性”,要以文化人以文育人,采用和风细雨的好方法、新方,用好思政工作的“盐味”,在潜移默化中取得实效。

(作者为华东政法大学党委副书记、副校长)