

工作动态

2017—12（总第47期）

上海市浙江商会秘书处

2017年7月31日

■ 重要信息 ■

▲ 7月14日，陈爱莲、鲁伟鼎当选浙江省工商联副主席。当天，浙江省工商联第十一次代表大会在杭州召开。浙江省委常委、统战部长冯志礼到会祝贺。出席代表认真学习贯彻浙江省第十四次党代会精神，听取和审议省工商联第十届执委会工作报告，选举产生省工商联第十一届执委会，选举出席全国工商联十二大的代表，并审议通过有关决议。上海市浙江商会党委书记陈爱莲，上海市浙江青年人才联合会主席鲁伟鼎等当选为省工商联副主席；陈爱莲并当选全国工商联第十二次代表大会代表。

▲ 7月14日，上海市浙江商会海南专题学习考察团先后在海口市、琼海市和澄迈县深入考察。海南省委常委、海口市委书记张琦，海南省政府副秘书长罗时祥，海口市市长倪强，琼海市市长符平，澄迈县委书记吉兆民，澄海县代县长司迺超等市、县领导分别以会见座谈、专题介绍和陪同考察等形式向考察团详细介绍当地经济社会发展情况以及产业发展对接需求。商会执行副会长杨震华、陈德军、罗欣、

袁国良、徐增增、虞晓东，党委副书记、秘书长吴仲春，副会长王萍、叶志、叶锦寨、杨宝明、金一鸣、胡桂友、徐建标，以及部分执行副会长、副会长单位代表参加考察。考察团一行考察了海口市高新技术产业开发区、高新区政务服务中心、琼海市博鳌乐城国际旅游先行区、澄迈县海南老城经济开发区和海南生态软件园。

▲ 7月16日，上海市浙江商会名誉会长郑永刚当选宁波商会会长。当天，上海市宁波商会第三次会员代表大会暨“新常态下，民营经济的转型提升”甬商高峰论坛在宁波希尔顿逸林酒店隆重举行。浙江省委副书记、宁波市委书记唐一军发来贺信。全国工商联副主席、上海市政协副主席、市工商联主席王志雄，宁波市委常委、北仑区委书记毛宏芳，宁波市副市长李关定等领导，上海市浙江商会会长郭广昌，监事长应裕乔，执行副会长严建军、朱斌、吴云、裘东方、虞晓东、赖振元，党委副书记、秘书长吴仲春，副会长杨文仕、张若飞、李绥、胡明宝等出席大会。大会选举郑永刚当选为新一届宁波商会会长，郭广昌等为上海市宁波商会第三届名誉会长，严建军担任上海市宁波商会第三届执行会长，应裕乔担任上海市宁波商会监事长，杨国平等担任上海市宁波商会第三届执行副会长。郑永刚在致辞中表示，新一代宁波帮的复兴应该成为宁波人和宁波商会的梦想，这是一个光荣而伟大的梦想，我们要延续宁波帮的百年辉煌。郭广昌作论坛主旨演讲，分享整合全球资源、对接资本力量等实业转型智慧。

▲ 7月27日，商会“走进国浩”交流座谈会暨战略合作签约仪式顺利举行。商会执行副会长、法律委员会主任杨国平，执行副会长虞晓东，党委副书记、秘书长吴仲春，副会长、法律委员会执行主任林镞海，副会长、青企协常务副会长叶志，副会长杨宝明、徐建标，副秘书长、法律委员会秘书长顾国强等商会代表，国浩律师事务所首

席执行合伙人**吕红兵**，执行合伙人**刘维**，党委书记、管理合伙人**管建军**、**倪俊骥**等出席。管建军主持会议。**杨国平**表示浙商企业需要规模化、专业化律师团队支持，商会携手国浩是“合衷共进”之举。**吕红兵**表示双方的合作关系上升到了新的高度，希望能够“合作、共建、共享、共赢”，共同服务广大在沪浙商。

■ 商会动态 ■

▲ 7月13日，青企协执行秘书长**段寅燕**一行走访青企协副会长单位**美味金文**。青企协副会长**童卿**热情接待，并介绍企业生产经营概况。**段寅燕**表示商会将搭建资源共享平台，并提供优质金融投资咨询服务渠道。

▲ 7月16日，浙青篮球队举行两场篮球友谊赛。第一场由浙青篮球队与青企协常务副会长**叶志**带队的“枫叶海运”篮球队举行，第二场由台州籍队员与温州籍队员比拼。

▲ 7月18日，在青企协副会长、青联副主席**鲍颖**的邀请下，浙青一行来到上海博物馆观赏《大英博物馆百物展：浓缩的世界史》。展览是此次世界性巡展的第九站，展出大英博物馆800万件馆藏中精选的100件最具代表性的物品。

▲ 7月20日，商会党建联席会在均瑶国际广场召开了“促进商会党建健康稳定发展，兼谈两新组织党建的精准化”小型座谈会。会议由商会党建联席会年度召集人、均瑶集团党委书记**陈理**主持。商会党委办公室主任**蔡卫杰**汇报商会党委工作。上海市社会工作党委调研员**童强**对商会党建工作提出要求。商会党委宣传统战委员**吴建光**转达了商会党委书记**陈爱莲**关于党建联席会、商会党建品牌和商会党委班

子建设的相关建议。陈理宣布“书记之家”开张，并对商会党建提出想法和建议。

▲ 7月21日，商会法律委员会“IPO融资和一带一路投资”交流分享会在沪东片区举办。在法律委员会副主任王晓青的邀请下，片区企业家代表参观了MIYO画廊。青企协副会长潘一峰，商会副秘书长张靖，副秘书长、法律委员会秘书长顾国强，常务理事季学文，青企协副会长、青联常委姜杭，商会理事、青企协副会长、青联常委李旭等出席活动。天册律师事务所主任章靖忠，合伙人、证券部主任傅羽韬，国金证券投资银行部执行总经理、保荐代表人俞乐，国泰君安并购融资部董事总经理、美国分公司董事长黄敏等受邀分享经验。

▲ 7月22日，第五期浙青读书会在上海闵行保时捷中心举行。上海东方卫视创意总监、主持人骆新围绕“从人类简史到未来简史”的主题，解析历史学家尤瓦尔·赫拉利的《未来简史》。应青企协委员张荣平的邀请，与会者参加了保时捷新能源汽车的试驾体验。此次读书会吸引了近40余人参加。

▲ 7月26日，商会党委副书记、秘书长吴仲春一行走访慰问副会长单位水星家纺。吴仲春传达了郭广昌、王均金等会长的慰问，为水星家纺失去一位杰出的领导者、商会失去一位优秀的企业家而深表痛惜，表示希望能以商会之力帮助企业平稳过渡。水星家纺董事长李裕陆表示目前企业整体运营良好，有了商会的支撑，更有信心带领水星开拓更为广阔的发展空间。

▲ 7月26日，商会党委副书记、秘书长吴仲春带队拜访副会长单位浦东电线电缆。商会副会长陈余义热情接待。吴仲春重点汇报商会金融、品牌、教育委员会等的相关筹备情况及近期考察活动。陈余义介绍企业概况，并表示希望通过商会平台更多地与兄弟企业合作互

通、资源共享，共促企业发展壮大。双方就中国传统制造业转型升级、“一带一路”给企业带来的机遇和挑战、二代创业及传承等方面做沟通交流。

▲ 7月28日，首场“浙青导师课堂”在上海国际信托有限公司举办。活动由青联副主席**应华**召集，特邀上海国际信托有限公司监事长、党委副书记**赵峥嵘**莅临指导，上海国际信托有限公司战略发展总部副总经理、首席分析师**简永军**、慈善信托部总经理**蔡汝溶**等业内资深专家做主题分享。青企协常务副会长**叶志**，青企协副会长、青联副主席**叶伟杰**、**倪铁峰**、**潘一峰**，青企协副会长、青联常委**李旭**、**姜杭**、**方展**，青企协副会长**童卿**等近50人出席活动。**赵峥嵘**在会上致辞。**应华**分享信托发展史、业务范围、发展趋势及近期热点问题。**蔡汝溶**围绕慈善信托、家族信托在新生代企业中的运用，就信托的目的、结构、操作实务进行分享。**简永军**分析2017年下半年国内外宏观经济发展状况及趋势。

▲ 7月29日，商会秘书处年中总结交流会举行。副秘书长**赵思宇**、**张靖**、**顾国强**、**金兴荣**、**段寅燕**和各部门负责人等秘书处全体员工参会。会上，各部门条线汇报了上半年工作进展及下半年工作规划。常务副秘书长**陈丽群**归纳下半年十大重点工作，党建指导员**李国弟**总结点评，党委副书记、秘书长**吴仲春**对各部门上半年工作做了点评，部署了商会下半年工作，并用“规范”、“细节”、“团结”、“学习”等关键字对团队协作和个人成长提出要求。

▲ 近日，商会副秘书长、女企业家联谊会秘书长**张靖**一行拜访女企业家联谊会副会长**余红霞**、**柯宏程**。**余红霞**介绍企业从餐饮行业延伸至婚礼产业的转型情况，她作为女企业家联谊会艺术团副团长，对女企业家艺术团的发展提出建议。**柯宏程**介绍公司概况及相关产业

的合作与开发情况。

▲ 近日，商会副秘书长、女企业家联谊会秘书长张靖走访常务理事单位上海德马物流、理事单位上海谷泉。商会常务理事卓序、理事黄建热情接待，并介绍企业发展状况。

■ 会员扫描 ■

▲ 7月13日-14日，2017慧眼中国环球论坛在新加坡举行。商会执行副会长、商会房地产联合会会长张国标作为中国电商物流企业代表出席论坛，并接受新加坡《联合早报》的采访，畅谈对“一带一路”背景下中国与新加坡两大物流市场发展前景的看法。

▲ 7月15日，海口市人民政府与盛旺实业、金博建工举行投资意向协议签订仪式。海口市委副书记、市长倪强，副市长龙卫东，海口市政府秘书长邓立松，市民政局局长淡利锋，以及商会执行副会长袁国良，上海盛旺实业集团有限公司董事长袁永林，商会党委副书记、秘书长吴仲春，副会长金一鸣、叶志、胡桂友、徐建标等领导和嘉宾出席。龙卫东、袁永林、袁国良代表三方签订投资意向书，倪强、淡利锋、吴仲春、金一鸣见证签约。三方将联手在海口兴建“人文生态纪念园”。

▲ 7月16日-19日，商会执行副会长喻渭蛟随由浙江省省长袁家军率领的代表团访问欧洲。喻渭蛟随代表团见证“一带一路”捷克站谅解备忘录签约仪式及班列发车仪式，并在捷克考察与义乌市政府合作的“一带一路”走出去项目选址。

▲ 7月19日，腾达建设与中车、刚泰集团共同发起设立的上海中车城市交通建设投资有限公司揭牌。奉贤区区委副书记王霄汉、奉

贤区副区长**顾俭**、商会执行副会长**徐建刚**、执行副会长单位腾达集团副董事长**叶立春**等出席。会上，举行了中车与奉贤临港产业投资合作签约仪式，将在智能制造领域深化合作。

▲ 7月21日，众安集团与明达集团举行了嘉兴南北湖凤凰山项目签约仪式。众安控股董事局主席**施中安**，商会副会长**叶锦寨**等出席见证。

■ 其他商会动态 ■

▲ 7月14日，浙江省委常委、温州市委书记**周江勇**一行赴上海考察，并与上海市浙江温州商会企业家座谈交流。温州市委常委、秘书长**王军**，温州市副市长**汪驰**以及温州市相关部门负责人陪同。上海市浙江商会执行副会长、上海市浙江温州商会会长**厉育平**、高级顾问**高天乐**、常务副会长**吴敏**等热情接待并座谈交流，上海市浙江温州商会新生代联合会代表参加。**周江勇**寄语温商招商引资、反哺家乡，为家乡的经济贡献力量。**厉育平**介绍在沪温商具体情况。**高天乐**、**吴敏**等畅谈温沪两地共同发展、回乡创新创业、城市品质提升、产业转型升级等话题。**周江勇**一行实地考察了飞科电器、均瑶集团等企业，走访看望了在沪温籍企业家。

▲ 7月15日，“共商共赢 飞扬圆梦”定海（上海）商会第三届会员大会在上海兴国宾馆隆重举行。上海市人民政府参事室主任**王新奎**，定海区委副书记**周军刚**，上海市浙江商会执行副会长、舟山在沪企业联合会会长**陈建铭**等领导和嘉宾出席。**周军刚**寄语新一届商会再接再厉，不断开创商会工作新局面，续写两地合作交流新篇章。大会选举**林小平**担任新一届商会会长，聘请**严荷芝**、**庄继艳**等7人为名誉

会长，陈聪道、傅元安等4人为顾问；签署了两地政商共赢协议。

▲ 7月23日，上海台州商会法律行业联谊会成立大会暨中共上海市台州商会支部委员会揭牌仪式成功举办。浙江省人民政府驻上海办事处副主任徐建刚，上海台州商会轮值执行会长、上海台州商会法律行业联谊会名誉会长朱永兴，上海市浙江商会党委副书记、秘书长吴仲春、党建指导员李国弟等出席。会议举行了中共上海市台州商会支部委员会揭牌仪式，上海台州商会法律行业联谊会揭牌仪式及名誉顾问、名誉会长、总召集人、召集人、秘书长授牌仪式。吴仲春对台州商会党支部和法律行业联谊会提出期许，并表示上海市浙江商会将一如既往对上海台州商会的工作开展给予帮助和支持，携手共进，共促发展。朱永兴指出商会党支部、法律行业联谊会成立的重要意义，并表示要注重商会返乡投资工作开展，为家乡建设发展添砖加瓦。徐建刚表示希望上海台州商会法律行业联谊会充分发挥平台优势，树立在外浙籍法律行业人士形象，并积极主动为浙江发展建设发光发热。随后举行了“律师看法——企业经营管理中的若干法律问题”主题论坛、上海台州商会与廊坊银行举行战略签约仪式。

▲ 7月27日，台州市委常委、临海市委书记蔡永波一行赴上海临海商会调研并座谈交流。临海市委常委、统战部部长卢才超，临海市副市长陈福清陪同。上海临海商会会长朱永兴汇报商会工作，表示受到家乡领导的亲切慰问，不管是企业发展还是回乡投资都有着火热激情。蔡永波高度评价临海商会“人才一流、平台一流、作用一流”，同时提出三点希望：一是规范发展，二是提升服务，三是反哺家乡。蔡永波现场落实对接部门，明确工作任务，要求充分发扬“店小二”精神。28日，蔡永波一行参观了复旦大学、张江科学园区、洋山港等地，上海市浙江商会党委副书记、秘书长吴仲春等陪同考察。

■ 参考信息 ■

▲ **江南春：我赌整个传播未来 5-10 年，生活方式和生活空间不变**

上海市浙江商会执行副会长、分众传媒 CEO 江南春日前在“2017 中国互联网+新商业峰会”上演讲时表示，什么东西都打不过人性，什么东西都打不过人心，人心可能比流量更重要。

江南春指出，新商业企业的崛起都有几个普遍特点：

品牌的核心在于找到企业差异化定位；

抢占时间窗口，建立心智优势；

引领消费升级的核心人群是中产阶级；

拥抱变化，赌对不变；

江南春指出，如何拥抱资讯模式变化，**赌对生活方式和生活空间的不变，将会是整个传播未来 5-10 年的主要趋势。**

以下为演讲全文：

我想所有的新商业也好，所有的互联网也好，大家都在不断研究，究竟一个企业制胜的关键是什么？我自己觉得，什么东西都打不过人性，什么东西都打不过人心。

在这个以流量为主导的时代当中，我从反方向讲，人心可能比流量更重要。

过去几年，我见证过非常多的互联网企业，新商业企业的崛起。在他们成功的路上我学到了什么？

我觉得他们都找到了差异化的定位，他们都抓住了特定时间窗口，在时间窗口当中，他们都采取了饱和攻击，在消费者心智中都等于一个词，同时引爆了主流人群。

一、品牌的核心在于找到企业差异化定位

刚刚讲到定位理论，定位理论核心就是如何在消费者心智当中，相对你的竞争对手找到一个优势位置。

简单来说，实际上这分为两个方向。

第一，这个行业没有领导品牌的时候，如果只固定消费一个品牌的产品，是在封杀一个品类，成为一个品类的代言者、一个品类的领导者。

第二，当行业已经有领导品牌的时候，每个企业的创意首先要回答一个问题：你如何简单说出你的差异化？说出选择你而不选择别人的理由。所以每个品牌的核心就是选择你而不选择别人的理由，每个企业都要找到一个差异化的定位。

如何在今天竞争林立的市场当中找到你的差异化定位呢？就像老板油烟机对付西门子这样的国际品牌，采用了非常好的差异化定位，我是大吸力油烟机，我比德国人更懂中国厨房，中国厨房油烟大。

所以在自己的领域相对你的竞争对手，都可以找到你的优势位置，关键是如何找到差异化的定位。

这当中非常重要的问题在于，一个企业在同质化市场当中是要跟别人进行价格战、促销战、流量战，还是说我要如何寻找差异化的价值。

二、抢占时间窗口，建立心智优势

第二部分我们可以看看时间窗口的重要性。

在中国其实真正企业竞争的壁垒我认为有两个：

第一个是知识产权，华为、高通、英特尔他们的技术研发建立的知识产权优势。

第二，中国很多企业不具备很强的知识产权优势，他就要建立心智的优势。

我觉得很重要的是很多人的技术领先，商业模式的开创，往往给你留下了 3 个月、6 个月，最多不超过 1 年的时间窗口，这个时间窗口当中有没有发起饱和攻击，在消费者心智当中能够等于一个品类或者是等于一个特性是很重要的。

饱和攻击非常重要。因为消费者心智往往是先入为主的，中国第一个升空的宇航员叫杨利伟，第二个升空的和最近一个升空的宇航员没多少人知道。

因为在那个时间窗口万众瞩目，大家都关心这个事情，到了今天这个时候，大家发现时间窗口一旦过去，进入消费者心智的难度就变得非常大。

我觉得当你开创了新品类新特性，当你有时间窗口的时候一定要饱和攻击。这当中很重要的问题是，如何先入为主，抢占时间窗口。

我最喜欢看的古文书是《孙子兵法》，孙子兵法讲到的五个字是“道、天、地、将、法”。天是天时，就是我们所说的时间窗口。地就是渠道，将就是团队，法是运营管理和激励机制，天、地、将、法对企业都非常重要。

但是中国人打仗把道放在第一位，得道多助，失道寡助，得人心者得天下。道是什么？道是人心。我觉得在这个世界上，赢得人心比什么都重要。

三、引领消费升级的核心人群是中产阶级

接下来我们讲讲在今天中国市场上非常重要的一个话题——消费升级。

中国消费者市场整个增长完全放缓了，在增长放缓过程当中，消费升级浪潮变得非常明显，大家可以看到整个高端品类，宠物食品、酸奶增长率依然有 10%-20%，而啤酒和方便面的销售受到了非常大的

挑战。

WPP 集团在中国做了《最具价值品牌 100》的研究，成功的品牌，40% 是超高价定位，24% 是高价定位，失败的品牌当中，高价和超高价只占 5%-9%。我们可以看到，是谁在这个社会推动消费增长？“三高”人群在增加消费，他们重视创新和交流。

一个品牌如何代表下一代，代表未来的趋势？他们愿意为品牌、品质付出溢价，他们更接受以用户为中心。今天在中国，广义上有 2.25 亿中产阶级，到 2020 年中国可能会有 5 亿中产阶级。10-50 万，我认为这称之为中国主力中产阶级。

而今天中产阶级到底爱什么，怕什么，缺什么呢？

爱美、爱玩、爱健康，怕死、怕老、怕孤寂，缺爱、缺心情、缺刺激。这要求我们整个新商业，新生活性服务业如何切入到今天消费升级浪潮当中。

在今天的中产阶级当中，跑步已经成为了一种时尚，购物是一种情绪发泄，电影是一场情感修复，旅行是一个心灵补偿。

所有低价的东西，被品质、品牌，满足感的东西打败，刚需的东西变成品味，逼格和标签化的东西，实用主义的东西被情绪、氛围、场景的东西打败。所以大家可以看到所有必要的东西被想要的，潮流的，商品不仅是提供功能的，而是抚慰心灵的。

我们看到这两亿的中产阶级当中，他们成了意见领袖和口碑冠军，他们定义品牌，引领市场消费。所以我们认为，在中国最核心的消费市场的风向标人群是，一线城市中收入 1 万元以上，二线城市中收入 5000 元以上的 20-45 岁的人群。

四、拥抱变化，赌对不变

关于中国媒体环境的改变，在这当中有两句话非常重要。

第一，中国的主流人群逐渐疏离电视；第二，互联网资讯非常多，但是互联网上消费者是来看内容，很少看广告。

大家可以看到，互联网收视时间全面超过了传统媒体的收视总和。我们也看到很多的收视率还可以的电视，他们在中心城市和一些边远城市的分布比例是不均衡的。

主流城市比例越来越低，主流城市，主流人群和电视接触频率不断下降的情况下，他们主要接触什么？主要是微博、微信、新闻客户端。在接触微博、微信、新闻客户端过程当中，**消费者是有选择的，他主要是在消费内容，而不是广告。**

在微博、微信、新闻客户端上，我认为做内容、做公关、做话题创造可以被传播的内容变得如此之重要，是因为网络视频取代电视已经成为了不可遏制的趋势。在这个趋势当中，网络视频的投放方法也在发生改变。

原来网络视频是以广告为收入主体的，而今天我们看到去年7500万用户买了20块钱的VIP会员，今年会有2亿主流人群买了20块钱的VIP会员，买了会员之后就没有贴片广告了，这样的情况下，**我建议网络视频的投放要更加植入化，内容化，成为内容的一部分。**

最后我给大家分享一下中国广告市场的变化，中国广告市场从侧面反映出了中国消费市场面临着很大挑战。

2015年中国广告市场跌了2.9%，2016年跌了0.6%，2017年一季度中国广告市场大概跌了3%-6%。2015年，大量的媒体都处于下降趋势，除了电梯媒体、影院媒体、互联网在持续增长。

2016年依然如此，影院媒体、电梯媒体和互联网在持续增长。所以在整个媒体当中也呈现了两极分化。

我认为在过去这几年当中，互联网的崛起和成长轨迹是非常清晰的，反过来我觉得分众在过去几年当中变成了每年 100 多亿元广告营收的公司，很重要的是做了一个反主流方向的动作。

现在都在讨论线上和线下，线上资讯模式的剧变让互联网成为了主导，而在线下，我认为消费者的生活空间，生活轨迹并没有发生太大改变。

我们十几年前在上海长宁创业，很重要的一点是我们看到了所有地方都在造楼。所以我认为过去十几年间，中国最大的变化是城市化，而城市化当中最基础的设施是电梯。所以电梯天然成为了一个主流城市线下流量的主要入口。

电梯意味着什么？我认为，电梯意味着主流人群，好的公寓楼、写字楼都是主流人群，那是他们没有选择的必经之路，这其中意味着高频到达。他一天要进四次电梯，意味着在非常狭小的空间里形成了强制性的收视。

移动互联网给人们带来的巨变就是随时随地可以取得任何信息，所有效率都有很大的提高。但是也带来了很多的困扰，困扰在于信息量过窄，选择太多。

其实从 10 年前到今天，信息量得以 10 倍扩大，但是人的记忆力没有有效提高，可能记得住的还是那些东西，记不住的甚至比以前更记不住。

回过头来，选择太多也是今天很大的挑战。现在 20% 的人看电视，20% 看视频，20% 搞微博、微信、新闻客户端，10% 教育小朋友，10% 打游戏看直播，还有我们这些在加班的，KTV、酒吧、购物中心、看电影的，人生有那么多选择对个人是好事，但是对广告主是一场灾难。

广告主最美好的岁月是十几年前 CCTV 一股独大的时候，那个时代我们引爆什么品牌都比较容易，但是在今天，我们面对这么多的资讯选择变得非常的无奈，一个中心化时代结束了，我们逐渐走向一个碎片化的时代。

我觉得分众自己看到的两个现象是，未来中国传媒业的变化叫拥抱变化和赌对不变。

所谓的拥抱变化，我认为资讯模式永远在变。过去五年的聚变，是所有从电视向手机视频的改变，向报纸、杂志、新闻客户端的转变，这种转变意味着你必须要拥抱这个资讯模式，拥抱移动互联网。

这个时候移动化是核心，在移动化改革当中，消费者是消费内容而不是消费广告的。在内容当中如何做内容营销，做话题植入，创造可以被传播的话题。

资讯模式在产生剧变的时候，生活空间是不变的，生活空间当中要赌对商务人士，就是公寓楼、写字楼、机场。赌对年轻人群，就是公寓楼、写字楼、电影院。

所以我觉得未来，如何拥抱资讯模式变化，赌对生活方式和生活空间的不变，将会是整个传播未来 5-10 年的主要趋势。

报：上海市委统战部、上海市合作交流办、上海市工商联、上海市
社团局、浙江省委统战部、浙江省发改委、浙江省工商联、浙
江省驻沪办、浙商总会

送：浙江省各地市在沪商会

发：名誉会长、会长、轮值会长、执行副会长、副会长
监事长、副监事长

青联主席、青企协会会长

责任编辑：林添

电话：50939588-815

传真：50939388