

2022 年 7 月 11 日

星期一

第 1684 期/共 1684 期

ECS DAILY INFORMATION

企 竞 中 心 每 日 资 讯

【参考信息】

关于发布上海市 2022 年度“科技创新行动计划”科技小巨人项目申报指南的通知.....p2

美妆零售“内卷”下，屈臣氏如何突破？.....p4

总投资约 410 亿元 上海青浦 55 个重点项目 7 月陆续开工.....p6

企业文化不是一层不变的，而是要随社会大环境变化和企业发展不断创新和变革。目前我国政治、经济和社会环境与过去相比，都发生了明显而深刻的变化，企业发展面临着诸多新机遇、新挑战和新任务，这都要求企业要高效开展企业文化创新和变革，保持企业文化先进性和引领性。

客观 冷静 中性 实证

上海企业竞争力研究中心

地 址：上海浦东浦电路489号由由燕乔大厦409-411室

电 话：021-51313680 4000092877

传 真：021-51313688 邮编：200122

E-mail: info@shecs.org

【参考信息】

关于发布上海市 2022 年度“科技创新行动计划”科技小巨人项目申报指南的通知

沪科合〔2022〕14 号

各有关单位：

为深入实施创新驱动发展战略，加快建设具有全球影响力的科技创新中心，打造一大批具有国内外行业竞争优势的科技小巨人企业，上海市科学技术委员会会同市经济和信息化委员会、市财政局启动实施 2022 年度“科技创新行动计划”科技小巨人工程项目申报工作。现将有关事项通知如下：

一、征集范围

支持对象：面向 2019 年 1 月 1 日前工商注册的，已获得高新技术企业资质（有效期内），符合科技信用管理要求的本市非上市企业。分为科技小巨人培育企业与科技小巨人企业两类予以支持。

执行期限：2022 年 1 月 1 日至 2023 年 12 月 31 日。

经费额度：

1. 非定额资助。

2. 市级财政资金采取后补助支持方式，立项企业先行投入资金开展与创新能力提升直接相关的工作；在取得成果并通过综合绩效评价后，按照不超过实施周期内相关研发支出 20% 的比例给予资助，科技小巨人企业的资助额度不超过 150 万元/家，科技小巨人培育企业资助额度不超过 100 万元/家。项目实施周期内，立项企业享受技术研发、科技金融、全球化发展、协同创新、人才培养、上市培育等方面相关的科技服务。各区按照《上海市科技小巨人工程实施办法》（沪科规〔2021〕12 号）有关要求给予配套资助。

申报主体要求：1. 申请科技小巨人培育企业主要条件：1) 上年末企业研发人员人数占职工总数的比例：制造类不低于 10%，软件或科技服务类不低于 30%；2) 企业近三个会计年度的研究开发费用总额占主营业务收入总额的比例不低于 6%；3) 企业上年度主营业务收入在 3000 万元至 1 亿元之间；4) 申请前三年内企业主营业务收入或净利润的复合增长率在 20% 以上，或累计获得股权融资超过 5000 万元（或等值外币）；5) 企业有良好的经营管理团队，健全的财务制度，较强的市场应变能力，灵活的激励机制。

2. 申请科技小巨人企业主要条件：1) 上年末企业研发人员人数占职工总数的比例：制造类不低于 20%，软件或科技服务类不低于 50%；2) 企业近三个会计年度的研究开发费用总额占主营业务收入总额的比例不低于 5%；3) 企业上年度主营业务收入在 1 亿元至 10 亿元之间；4) 申请前三年内企业主营业务收入或净利润的复合增长率在 20% 以上，或累计获得股权融资超过 8000 万元（或等值外币）；5) 企业应有研发机构（技术中心、实验室、测试平台等）、研发计划及与之相适应的知识产权保护、人才培养（含引进）、创新激励等运作机制和较完善的规范化管理制度，并有良好的经营管理团队，有较强的风险控制机制和健全的规章制度。

二、申报要求

除满足前述相应条件外，还须遵循以下要求：

1. 项目申报单位应当是注册在本市的法人或非法人组织，具有组织项目实施的相应能力。

2. 研究内容已经获得财政资金支持的，不得重复申报。

3. 所有申报单位和项目参与人应遵守科研伦理准则，遵守人类遗传资源管理相关法规和病原微生物实验室生物安全管理相关规定，符合科研诚信管理要求。项目负责人应承诺所提交材料真实性，申报单位应当对申请人的申请资格负责，并对申请材料的真实性和完整性进行审核，不得提交有涉密内容的项目申请。

4. 申报项目若提出回避专家申请的,须在提交项目可行性方案的同时,上传由申报单位出具公函提出回避专家名单与理由。

5. 已作为项目负责人承担市科委科技计划在研项目 2 项及以上者,不得作为项目负责人申报。

6. 项目经费预算编制应当真实、合理,符合市科委科技计划项目经费管理的有关要求。

7. 区科技主管部门会同区产业主管部门对所辖区内的申报单位进行在线审核,将符合条件的申报单位汇总后向市里推荐。

三、申报方式

1. 项目申报采用网上申报方式,无需送交纸质材料。申请人通过“中国上海”门户网站(<http://www.sh.gov.cn>)—政务服务—点击“上海市财政科技投入信息管理平台”进入申报页面,或者直接通过域名 <http://czkj.sheic.org.cn>/进入申报页面:

【初次填写】使用“一网通办”登录(如尚未注册账号,请先转入“一网通办”注册账号页面完成注册),进入申报指南页面,点击相应的指南专题,进行项目申报;

【继续填写】使用“一网通办”登录后,继续该项目的填报。

有关操作可参阅在线帮助。

2. 项目网上填报起始时间为 2022 年 7 月 15 日 9:00,截止时间(含申报单位网上审核提交)为 2022 年 8 月 3 日 16:30。

四、评审方式

采用第一轮通讯评审、第二轮见面会评审方式。

五、立项公示

上海市科委将向社会公示拟立项项目清单,接受公众异议。

六、咨询电话

服务热线:021-12345、8008205114(座机)、4008205114(手机)

上海市科学技术委员会
上海市经济和信息化委员会
上海市财政局
2022 年 7 月 7 日

【参考信息】

美妆零售“内卷”下，屈臣氏如何突破？



O+O商业洞察工具



O+O生意看板
和品牌私域运营中心



O+O智能媒介投放平台

线下门店遇冷，线上流量见顶，在经济新常态叠加新冠疫情的双重影响下，零售行业整体承压。

从一开始新式美妆集合店频频融资，到后来陷入同质化问题，甚至引发“闭店潮”。美妆行业加速“内卷”，折射出千亿零售市场的困境。

面对消费者需求、喜好的转变以及品牌商营销转化不佳的痛点，美妆零售店作为桥梁，必须重构品牌与消费者之间的关系。

越来越多的美妆零售商加快了数字化营销脚步，莎莎国际针对内地发展开发了自营电商平台；苏宁线下门店也接入即时零售平台，增强门店数字化购物体验。

而屈臣氏则是实行了 O+O 平台策略，通过无缝融合线下线上与消费者建立长久的关系。近期，屈臣氏针对数字化转型的关键要素——“媒体化”，取得关键性进展，而这或将成为重构行业形态的密匙。

1 零售品牌探索“媒体化”

英特尔公司前 CEO 安迪·格鲁夫曾说过，“当春天来临时，雪首先从边缘融化，因为那是它最暴露的地方”。这句话或许是当前困境中的品牌商最准确的形容。

随着互联网线上泡沫破灭，线上竞争已成红海。“铺天盖地”的广告轰炸以及高昂的推广成本难以带来较高的转化，让营销人员陷入窘境。作为距离消费者最近的实体业态，线下美妆零售店依旧是不少品牌青睐的渠道。凭借累积的大量会员数，线下美妆零售店更能够洞察消费者的需求，有针对性地撬动销售，实现反向营销。

作为零售代表，屈臣氏此前通过 O+O 平台策略，无缝融合线下、线上，成立屈臣氏品牌创新增长中心（WATSONS OPTIMO），为美妆零售探索出了一个发展新模式。具体来说，就是以消费者为核心，AI 技术与数据为底层，整合屈臣氏线下与线上的资源与能力，帮助品牌实现从私域到公域打通的品牌与消费者运营，更精准地筛选和触达目标人群。

为此，屈臣氏开发三大数智化工具 WISE INSIGHT, WISE BRAND, WISE MEDIA, 其中 WISE INSIGHT 提供商业洞察、目标人群调研，WISE BRAND 帮助品牌营销做到可沉淀、可增益、可优化，即时追踪营销人群变化，而 WISE MEDIA 帮助品牌制定媒体投放计划。

雅漾在屈臣氏渠道主推新品类单品营销策略充分反映 OPTIMO 赋能品牌增长的底层逻辑：通过 WISE BRAND 生意看板分析，雅漾认知度和销量都在前列，其中调理喷雾套装销售已经形成优势，但在新消费品冲击下，品牌需要找到新品类突破口，改变单品带量局面。为此，借助 WISE INSIGHT 商业洞察势能，雅漾锁定防晒赛道作为突破点，打造王牌单品“小金刚”防晒。

其后，品牌通过 OPTIMO 的 WISE MEDIA 达成品销增长：在屈臣氏渠道内，试用前置沉淀了“小金刚防晒”的第一波口碑用户，并以 HWB 必试榜背书增加用户信赖感；在 APP 开屏、朋友圈广告、视频贴片进行公域种草扩散口碑，在小程序、BA、小红书、自媒体矩阵等进行私域转化，以“春游露营”为场景撬动消费者购买欲，成功推爆“小金刚”。与屈臣氏合作档期内，雅漾拉动 4 万+新客，其中“小金刚”带来新客高达 43%。

三大数智工具赋能下，屈臣氏品牌创新增长中心 OPTIMO 既能帮助成熟品牌发掘长效增长机会点，也能为新锐品牌提供品牌孵化一站式方案。

屈臣氏本身在美妆个护领域的人群覆盖度非常高，拥有超过 2 亿用户，覆盖九成以上国内 18-45 岁都市女性消费者，这是美妆品牌都想触达的目标人群。屈臣氏品牌创新增长中心（OPTIMO）在这一基础上，利用自身零售终端优势及与消费者形成的长久关系，帮助品牌提升在媒介、消费者触达和互动等方面的能力，创造更高的 ROI。

2 顺应消费服务升级

屈臣氏 O+O 平台策略衍生出媒体化能力，依托对消费者的洞察，其本质上属于消费服务升级的一种模式。

随着 Z 世代成为美妆消费主力军，作为与互联网共生的一代人，他们拥有全新的行为方式和个性特征，在美妆消费上有着多元化的诉求。比如因个性更加自我，容易为即时满足感买单、偏好自助购物；爱尝鲜，重社交，为潮流买单，以及线上线下兼顾购买，消费场景多元化。这些行为方式和特性，极大影响着美妆市场的变革方向。

举例来看，美妆新物种喜燃、KK 集团在消费场景上谋新求变，门店设置独具特色的网红打卡地，通过扫码购、前店后仓及创新组合产品模式，满足消费者的体验需求；完美日记、橘朵则在渠道进行延伸，网络爆红后走到线下，触达更多消费者。

对此，传统美妆零售店没有盲目跟风，更加理性地结合自身优势，顺应消费者的变化。

屈臣氏实行 O+O 平台策略，与 O2O 从零售商视角强调将“消费者从线上带到线下或线下去到线上”不同，O+O 从消费者视角出发，同时融合线下及在线购物的生活模式。屈臣氏在线下将重点放在门店提供给消费者的服务升级上，一方面持续强化 BA 美妆个护专业技能及建立消费者关系的培训，另一方面，借助皮肤测试、SPA、化妆等服务提升体验。在线上打造了小程序、APP、社群、企微等多个触点，将线下门店与线上触点无缝融合，更好满足消费者随时随地购物需求。

基于对用户消费喜好最真实的洞察，与消费者建立长期的互动关系，进而反哺其生意增长，屈臣氏的 O+O 平台策略帮助其成功抵御了线下实体零售受到的疫情冲击。

传统美妆零售店的觉醒不仅发生在屈臣氏身上。万宁在第四代门店中，通过压缩人工收银系统，释放店铺空间，同时以外卖业务、云店、跨境及电商平台的形式布局全渠道；丝芙兰在部分门店内增加 AR 虚拟试妆、云货架等打造互动体验。这些传统美妆零售店探索的背后，本质上也是零售模式的一种演进升级。无论是在美妆行业，还是在零售行业，未来的零售模式，首先是要通过“消费服务升级”重建与消费者之间的关系。

3 差异化破局美妆零售

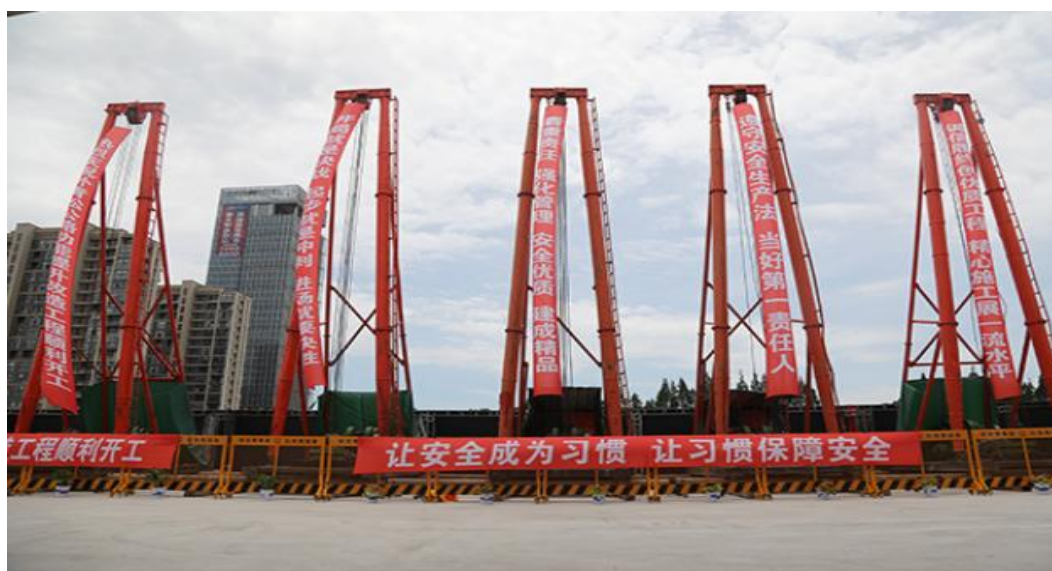
新物种的概念越来越热，美妆行业“内卷”导致的品牌同质化日益严峻，找到差异化竞争优势成为建立品牌护城河的关键。这当中不免“人、货、场”的创新。而货，永远是零售的核心。一方面，新锐、小众品牌会成为差异化发展的核心；另一方面，对于集合店来说，陪伴甚至赋能这些品牌壮大，是品牌深度合作的重要契机。

消息指出，屈臣氏将进一步扩充健康品类，对于香水这一快速增长品类也将加大力度引进，另外在减少碳排放、环保议题被广泛探讨的背景下，屈臣氏也将积极跟品牌合作引入更多在包材、成分等对环境友好的可持续产品。以上的种种动作来看，屈臣氏更聚焦消费者打造核心竞争力，结合线下的体验和线上的效率给消费者更好的购物体验。

美妆零售市场不断洗牌与革新，美妆零售升维战在不断收紧，这一战，比拼的不仅仅是规模，更是对市场变化的快速应变。重新审视美妆零售下半场，屈臣氏 O+O 平台策略和提供一站式“洞察-运营-提效”增长方案的品牌创新增长中心 OPTIMO，皆为行业提出应对“内卷”的新解题思路。

【参考信息】

总投资约 410 亿元 上海青浦 55 个重点项目 7 月陆续开工



2022 年 7 月 6 日上午，青浦区外青松公路功能提升改造工程开工仪式在项目开工现场隆重举行，外青松公路穿越青浦新城规划中央商务区，定位为新城产城融合发展轴，外青松公路(城中东路-新科路)功能提升改造工程，由现状单一交通功能向引领城市发展的多元功能转变。

作为“潮涌浦江”投资上海全球分享季系列活动之一，青浦区将在7月份举办“潮涌浦江·智创青浦”重大项目开工系列活动。据介绍，青浦区系列活动涵盖城市基础类、商品住宅类、科创产业类、社会民生类四大板块，55个重点项目将陆续在7月开工，总投资约410亿元。

此次重大项目开工系列活动，是青浦区坚持一手抓常态化疫情防控不懈怠、一手抓高速化经济发展不动摇，“两手齐抓、两手都要硬”的重要举措之一。按照“把发展的油门踩下去、速度提上来”的要求，青浦区将进一步放大重大战略红利，在促进有效投资、消费复苏、政策落地、营商环境优化等方面全面发力，以超常规的举措打好经济恢复和重振的组合拳，尽快推动经济回归正常轨道。

青浦区城市基础类重大项目以标志性项目外青松公路(城中东路-新科路)功能提升改造工程举办开工为引领，共计13个新建工程，预计总投资约51亿元；商品住宅类以华新镇安联·虹悦项目举办开工为引领，共计9个项目，预计总投资约221亿元；科创产业类以上海红豆数创园项目举办开工为引领，共计16个项目，预计总投资约105亿元；社会民生类以西岑科创中心水质净化厂项目开工为引领，共计17个项目，预计总投资约33亿元。

“潮涌浦江·智创青浦”重大项目的系列开工，将为上海加快经济恢复与重振做出青浦贡献，为重点项目提速增效、扩大有效投资、加大投资力度，吸引更多重点项目落户青浦，为聚焦虹桥国际开放枢纽、长三角一体化示范区、进博会、新城建设等重大战略任务及青浦“十四五”发展注入新的生机和活力。

想要了解更多资讯，请关注上海企业竞争力研究中心公众微信：

