

2022年8月9日

星期二

第1699期/共1699期

ECS DAILY INFORMATION

企 竞 中 心 每 日 资 讯

【参考信息】

Lavazza 拉瓦萨新品上市 罗马·花之广场咖啡豆专为中国消费者定制……p2

1亿资金促消费，核心商圈再升级！第三届五五购物节-2022 徐汇区消费季火热启幕……p4

阿里巴巴“88碳账户”发布：首个覆盖10亿人的消费者碳账户体系……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】

Lavazza 拉瓦萨新品上市 罗马·花之广场咖啡豆专为中国消费者定制



2022年8月8日，Lavazza 拉瓦萨最新拼配咖啡豆：“罗马·花之广场”咖啡豆正式上市。与此同时，以这款定制拼配豆为基底出品的两款咖啡新品：水牛乳清甜拿铁和山楂气泡美式也同步在 Lavazza 咖啡店与消费者见面。

“啡尝上海、不负热爱”，Lavazza 拉瓦萨用这款历时大半年时间精心研发和筹备的咖啡豆和咖啡新品，作为对刚刚开幕的上海咖啡文化周的献礼。

2020年初，中国最大的餐饮企业百胜中国携手世界著名的意大利家族企业 Lavazza 集团成立了合资公司，并在上海开出了意大利以外的首家咖啡旗舰店。凭借高品质的咖啡，创新的美食以及沉浸式的意式文化氛围，Lavazza 咖啡店在中国很快得到业界和消费者的青睐。

作为咖啡豆拼配技艺的鼻祖，Lavazza 进入中国的两年多时间里，一直致力于让中国消费者喝到经典意大利咖啡，并不断探索尝试更符合中国消费者口味的咖啡产品。此次专为中国消费者定制的拼配咖啡豆上市，又一次诠释了品牌的匠心精神和满满诚意。

罗马·花之广场咖啡豆，经典的味道仅为中国

罗马·花之广场咖啡豆，灵感来自意大利罗马，意在特为中国呈现最经典的意大利咖啡风味。此款咖啡豆臻选巴西 Cerrado Mojana 地区出产的日晒阿拉比卡，带来自然甜感的巧克力风味及醇厚口感。来自哥伦比亚安第斯山脉的高海拔地区的水洗阿拉比卡，平添花果芳香，更独特是，其中加入了东南亚产区的限量高品质水洗罗布斯塔，不仅释放出浓郁、醇厚的口感及丰富的油脂，还令独特的巧克力可可风味更加丰富多样。这样低酸、平衡饱满的坚果巧克力风味很符合中国消费者的口味。

值得强调的是，为保证高品质和风味，此款咖啡豆选用全手工采摘的高品质豆，在 Lavazza 拉瓦萨高端咖啡豆工厂，用特有的柔火慢烘技术进行小批量烘焙，最大限度的保留咖啡豆的风味和口感。整个拼配和烘焙的过程均在意大利完成，每一颗咖啡豆都代表着 Lavazza 拉瓦萨的匠心与用心

全新新品，颠覆往日风味

罗马·花之广场咖啡豆不管从醇度、顺滑度还是香气上都进行了全面升级，围绕这样的高品质豆，两款新品在保留咖啡香醇的同时减少酸涩口感，无论是美式或是奶咖爱好者都能在 Lavazza 拉瓦萨品尝到惊艳之作。

水牛乳清甜拿铁采用 Ristretto(意式浓缩的一种方式)与自带甜感的珍稀水牛乳以黄金比例调和，入口有厚重扎实的奶油触感，而罗马·花之广场豆的坚果巧克力风味在这里淋漓凸显，每一口都恰到好处。

山楂气泡美式则采用地道意式浓缩融入山楂的丝丝清甜，以冰块震摇锁留咖啡醇香，用气泡水带来更加立体的口感层次，是黑咖啡爱好者不容错过的沁爽冰咖啡选择。

为了本次罗马·花之广场系列新品上市，Lavazza 拉瓦萨在北京、上海、广州、深圳、杭州、南京等城市的餐厅还特意安排意大利风景主题店：巨型意式窗贴、创意风情打卡区域，让大家足不出户，也能用一杯咖啡的时间神游意大利度假。夜幕降临，到店客人还能点上一杯阿佩罗琥珀橙光鸡尾酒，一口开启自在假日。

持续创新，只为奉上一杯好咖啡

将真正的意式咖啡体验带到中国，为中国消费者打造“沉浸式”的意式咖啡体验，努力研发适合“中国口味”的咖啡产品，始终是 Lavazza 拉瓦萨追求并付诸实践的。Lavazza 拉瓦萨每到一个新城市都会为当地特别研发一款拥有城市特色的限定饮品，如杭州的西子龙井拿铁咖啡，北京的局气冷萃咖啡，广州的广式龟苓膏拿铁等，这些本土化的诚意之作都受到了当地消费者的热捧。

【参考信息】

1 亿资金促消费，核心商圈再升级！

第三届五五购物节—2022 徐汇区消费季火热启幕



8月8日上午，“第三届五五购物节—2022 徐汇区消费季”暨“徐家汇放心商圈创建行动发布”启动仪式在徐家汇创意空间“T站”拉开帷幕。启动仪式上，徐汇发布了多项消费季重点活动以及创建“放心商圈”行动方案，努力实现疫情防控和经济发展两手抓、两手赢。上海市商务委党组书记、主任顾军，徐汇区委书记曹立强，区委副书记、区长钟晓咏，市商务委副主任刘敏，区委常委、副区长俞林伟等出席活动。

据悉，以“汇全球新品首发 创国际品质商圈”为主题的“2022 徐汇区消费季”系列活动将在8—10月期间轮番上演。为办好2022第三届五五购物节，徐汇区加大资金投入力度，全区各方将投入1亿元资金促消费，其中徐家汇商圈将投入资金超5000万元。这些投入既有政策引导资金，也有合作机构平台的消费券等补贴，还有各大商业体的营销投入，更有广大品牌商户的让利折扣。通过“活动+政策”的双轮驱动，释放消费潜力，从而加快徐汇建设国际消费中心城市引领示范区，奋力开拓“建设新徐汇、再造新徐汇”的新征程。

作为此次“2022 徐汇区消费季”的三大核心板块，徐家汇商圈将围绕“品牌经济、体育消费、文化消费、夜间经济、数字消费”等五大主题，开展16项精彩纷呈的主题活动，激发消费新活力。徐汇滨江将举办2022上海全球新品首发季活动，轮番上演多场国际国内知名品牌首发首秀首展活动。徐汇衡复将举办魅力衡复夜生活节等整体营销活动，唤燃风貌区街坊和海派特色小店独特的商业魅力。

首店新店齐聚，吹响首发集结号

启动仪式上，徐家汇商圈、徐汇滨江、徐汇衡复近期聚集的一批高能级首店新店齐亮相，包括国誉文具中国首店“Campus STYLE”、全球首店 Playmobil 体验中心、全国首店 Aesop、Ralph Lauren 上海首家 pop-up 咖啡店 Ralph's Coffee、全国首店三体沉浸式体验店等，为消费者掀起商圈首发盛宴。下半年，全国首店“新档集”、全国首店“喵们 PARK”沉浸演绎喵乐园等 50 余家首店概念店正在蓄势待发登陆徐汇，徐汇首经济与徐汇强商贸相互催发、相得益彰。

商旅文体融合，多元形式促消费

作为商业、文化、旅游、体育等资源最丰富最集聚市级核心功能活动区，徐家汇商圈购物节营销将进一步提质升级。商圈将携手长三角咖啡行业协会、上海汽车销售行业协会、上海市足球协会等行业协会，陆续推出“上海元宇宙咖啡消费文化节徐家汇商圈专场活动”“汽车品质消费嘉年华”及“足球嘉年华”等活动，彰显商圈多元消费特色。各商场围绕“大宗消费”“体验经济”“夜经济”等组织开展各类系列特色活动，如港汇恒隆广场“ALSO ALSO 兜兜逛逛”主题活动、美罗城“五番 YES！”主题活动等，为消费者带来丰富的消费体验。此外，徐汇“汇文艺惠生活 2022 徐家汇文旅消费季”也把徐家汇作为主战场，将于 8 月下旬推出直播活动，精选区内特色企业、特色商户为消费者送上文旅消费惠民大餐。

数字赋能消费，大力度惠民惠企

为加速国际品质商圈建设，徐汇区依托“一网统管”大数据平台，在徐家汇商圈范围内开展“放心商圈”创建行动，建立“放心指数”和“繁荣指数”两大核心指标体系，与美团合作上线数字名片，推进“一码共治”应用场景建设，落实“四方责任”。同时，围绕数字消费、邻里消费，徐家汇商圈通过“建行生活”“大众点评”“饿了么”“高德打车”等多家平台，发放超千万消费券和本地生活消费补贴，叠加商场周年庆、消费满减、免费停车等优惠，福利满满，惠民惠企。

本次“第三届五五购物节—2022 徐汇区消费季”期间，徐汇将紧紧围绕本市建设国际消费中心城市的发展目标，积极响应上海市第三届“五五购物节”总体要求，聚焦“引领时尚，定义潮流”为核心，在做好疫情防控的前提下，推出一大批模式新、体验好、力度大的商旅文体促消费活动，邀市民共享盛夏消费盛宴。

【参考信息】

阿里巴巴“88 碳账户”发布：首个覆盖 10 亿人的消费者碳账户体系



碳账户是包含碳排放数据采集、碳核算、碳排放等级评价和场景应用等功能在内的碳减排支持体系。通过建立个人碳账户对个人碳减排赋予价值，能够提高公众对碳排放的认知与参与度，通过普遍的绿色低碳生活实践助力“双碳”目标实现。

据国家气候中心主办的《气候变化研究进展》学术期刊文章，我国家庭生活消费所引发的二氧化碳等温室气体排放占我国温室气体排放总量的 52%。但对于用户而言，如何有效记录生活中的减碳量并真正开展减碳行为一直是个难题。

此前，广州等城市已针对个人碳账户进行探索或试点；中信银行、浦发银行、昆仑银行、日照银行等多家银行尝试搭建“个人碳账户”场景，面向个人用户推出“碳账户”特色产品。

8 月 8 日，阿里巴巴正式发布“88 碳账户”。据了解，这是国内第一个多场景、覆盖超 10 亿人的消费者碳账户体系。

阿里巴巴集团 ESG 和双碳业务部总经理杨灵叶介绍，“88 碳账户”是阿里巴巴用产品设计方式“助力生态 15 年减碳 15 亿吨”的重要实践，有利于引导和激励用户在日常生活中随手减碳，推动低碳生活成为一种自觉。

多种激励鼓励用户减碳

减碳，已成为社会共识，但如何将其融入人们的日常生活是主要难点。88 碳账户以“1+N”母子账户的形式呈现，汇集了用户在饿了么、菜鸟、闲鱼、天猫等平台上产生的减碳量，同时以激励方式鼓励用户践行低碳生活方式。

目前，88 碳账户已接入菜鸟、闲鱼、饿了么、天猫等 app 的碳积分，涵盖用户吃、穿、用等生活场景，帮助用户更清晰地记录并了解自己的碳足迹地图及减碳成果。用户点餐时不选用一次性餐具、

在菜鸟驿站回收快递纸箱等低碳减排行为将生成碳积分,在各 app 端子账户进行沉淀并汇集到母账户,实现低碳行为可知可感。

同时,用户积累的碳积分具有后续的实用价值,如用户可在 88 碳账户上捐赠相应碳积分以兑换无门槛现金红包,也可以兑换由低碳友好商家提供的低碳商品折扣,或在各子账户的商城兑换专属服务。此外,88 碳账户结合“碳宝”虚拟形象打造了荣誉体系,用户可通过积累碳积分解锁拟人化数字勋章,获得减碳成就。

继续放大“参与者经济”力量

88 碳账户为用户端减碳提供了清晰的计量工具,将进一步在“参与者经济”概念下围绕平台助力更大规模的减碳,是阿里巴巴加速推进“范围 3+”减碳的又一重要载体。

发布会上,阿里巴巴与中环联合认证中心联合发布《范围 3+减排:超越价值链的企业气候行动方法学》报告,明晰“范围 3+”的概念、原则与方法,进一步确保范围 3+减排量贡献的统一性、准确性和合理性。据悉,此套方法学的运行基于“OPEN C+”底层技术系统,该技术未来也将向社会开放,帮助更多生态伙伴科学计量、推进减碳。

此外,88 碳账户同广州碳排放权交易中心、北京绿色交易所共同发起“一起践行低碳生活理念”联合倡议,将于 8 月 8 日至 8 月 18 日期间针对广东、北京和浙江三地启动“88 减碳周-减碳达人排行榜”活动,进一步激励用户践行低碳生活。

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:

