

上海新品消费力领跑全国

2018年是“上海购物”品牌打响的第一年。这一年，上海提出了“上海购物”三年行动计划，要将上海建设成为全球新品首发地、引领国际消费潮流的风向标和人们向往的“购物天堂”。这一年，“首店、潮店”集中爆发，今年落户上海的首店数量就已超过600家。这一年，上海的新品消费力居全国城市之首，成为当之无愧的中国“新品消费之都”。

近日，来自天猫与阿里研究院联合发布的《2018中国新品消费趋势报告》显示，上海2018年新品消费额超过北京、广州、深圳居全国第一，上海全市有298万重度新品消费者，年均新品消费金额达全国平均水平的3.9倍，夺得中国“新品消费之都”称号。

那么上海人最爱买哪些新品呢？报告显示，上海人最爱买大牌新品，“追新一族”人数最多。其中，在新品消费选择上，上海的消费者格外重视品牌调性和趋势潮流。数码、家电、服饰、美妆、食品、快消、家居、汽车等消费领域的大牌新品，都被

2018年第四季度沪消费者信心指数总体回升

2018年第四季度上海财经大学上海市消费者信心指数总体回升。日前，上海社会调查研究中心上财分中心和上海财经大学应用统计研究中心发布“2018年第四季度上海财经大学上海市社会经济指数系列”，其中包括2018年第四季度上海市消费者信心指数和上海市投资者信心指数。

调查结果显示，2018年第四季度上海财经大学上海市消费者信心指数为119.7点，环比上升了1.9点，而同比下降了4.2点。其中，消费者评价指数为121.4点，与上季度相比上升了1.6点，同比下降3.4点，指数仍处于乐观区域。消费者预期指数为117.9点，环比上升2.2点，同比下降5.0点。各项指数在本季度总体回升，总指数及多项分类指数较上个季度有所上涨，纵观全年各项主要指数在本年度相对较为稳定，波动幅度不大。2018年国内经济形势和国际经济环境都面临了诸多的困难，各项指数依然能够在较高点位持续运行，说明消费者对上海的经济形势和预期都抱有较高的评价和直面挑战的信心。

上海社会调查研究中心上财分中心

高铁票价未来将实现灵活调整

中国铁路总公司总经理陆东福近日表示，今后铁路部门将探索构建灵活可控的高铁票价调整机制，深化“一日一价”“一车一价”可行性研究并择机试点。铁路

悉数收入囊中。

在手机消费方面，苹果iPhone XS Max成为2018年最受上海用户欢迎的机型。华为Mate 20 Pro、美图V7等多款通过天猫首发的新品手机，也受到不少上海消费者青睐。

在数码家电消费领域，上海消费者习惯选择最“顶配”的新品。Blueair空气净化器、Bruno网红锅、Hairmax生发梳、Kindle电子书阅读器、英得尔车载冰箱、科大讯飞智能翻译机等新品，过去一年里频繁出现在上海消费者的购物车里。

此外，在美妆消费上，上海消费者还钟爱高端美容精华。资生堂“红腰子”、娇韵诗双管精华、修丽可紫米精华等刷屏级新品，成为了上海消费者2018年的秘密护肤武器。

值得一提的是，上海人还追求品质休闲生活。星巴克消费位列全国第一。除此之外，迪士尼乐园套票、江浙高端酒店等旅游产品，也成为众多上海消费者网购的最爱。

主任、上海财经大学应用统计研究中心主任徐国祥教授、吴纯杰教授和崔畅副教授分析指出，从本季度上海市消费者预期指数的分类来看，本季度经济形势预期指数143.9点，同比基本持平，环比大幅上升了7.0点，属于调查以来的高点位；本季度收入预期指数128.7点，环比上升1.1点，同比下降7.0点；就业预期指数127.0点，环比上升4.7点，同比下降5.9点，与就业评价指数基本一致，处于较高点位。综合以上指数的表现，说明公众对经济的预期较为稳定乐观。

本次调查显示购买预期指数为71.9点，环比和同比分别下降了4.0点和6.9点。其中购房时机预期指数63.8点，比上个季度提高了3.9点，同比下降3.7点；本季度购车时机预期指数为80.0点，环比和同比分别大幅下降了11.9点和10.1点，购车意愿和预期指数都出现了大幅回落。

2018年第四季度上海财经大学上海市投资者信心指数为101.23点，环比基本持平，同比下降12.19点。指数处于近两年的低点，接近中性值100点，投资者心态总体稳定。

内部人士透露，灵活调整意味着不仅是“一日一价”，未来高峰时段和非高峰时段高铁票价也有望“同日不同价”，让票价更加灵活。

科学减重 享“瘦”健康

上海国际医学中心成立沪上首家医学体重管理中心

习近平总书记在2018年全国卫生与健康大会上指出：要让广大人民群众享有公平可及、系统连续的预防、治疗、康复、健康促进等健康服务。随着生活水平的提高和生活方式的改变，超重及肥胖已成为影响我国人民健康的重大社会问题和疾病。研究表明，肥胖本身并不致命，但由肥胖所带来的容易并发的糖尿病、冠心病、高血压、高尿酸、脂肪肝、多囊卵巢综合征等却真正困扰着患者。

昨日，上海国际医学中心正式成立医学体重管理中心。有别于以往传统的减重方式，医学体重管理是对患者进行专业化医学营养干预服务，即“三师共管”模式（由临床医师、营养师、健康管理师共同组

织实施、共同管理患者），针对单纯肥胖、肥胖伴有代谢综合征（糖尿病、高血脂、痛风、脂肪肝）、多囊卵巢综合征、产后修复、呼吸睡眠暂停等患者提供最专业的医学营养治疗方案，以及线上线下的随访系统，针对性管理每位肥胖患者，建立个性化的医学体重管理流程。

医学体重管理强调的是一种健康正确的生活理念和生活方式，注重良好的生活习惯，通过“三师共管”进行综合管理、行为方式调整，用医学手段帮助肥胖患者有效降低体重，同时治疗及预防肥胖相关疾病，培养患者的健康生活意识，创造更优质的健康服务价值。

张宝珍

商标为品牌保驾护航 迈可达防霉产品引领绿色生活

商标是企业竞争和保护企业的有力工具，在当今社会中发挥着重要的作用。当下，越来越多的企业意识到了商标的重要性。如何使用和保护商标，使商标价值最大化，已成为企业日益关注的问题。在此方面，迈可达有限公司（亦称Micro-Pak Limited，下称“迈可达”）为广大企业做出了正确的示范。

据迈可达创始人兼执行董事马丁·柏文（Martin Berman）介绍，迈可达是消费品行业中首屈一指的抗微生物产品供应商，成立于1998年，总部位于中国香港，并在美国、欧洲及中国内地设有办事处。全球授权分销商超过30家，产品销往世界各地。其核心产品为Micro-Pak、MICRO-PAK、迈可达、霉必清牌防霉片和防霉纸（以下统称“迈可达”）。商家或工厂通过在其产品的包装盒或包装袋内使用迈可达的产品，可以在产品周围创造有效抑制霉菌滋生的环境，并消除残余霉菌孢子，以达到防霉功效。

迈可达自成立起便致力于绿色环保，获得了多项相关认证，马丁·柏文表示，迈可达所有产品均荣获“摇篮到摇篮”（Cradle to Cradle）认证制的银级级别，严格接受国际多项监管体系的联合监管，全力保障产品的有效性和环保性。目前，迈可达产品已经在美国环境保护局（EPA）及美国50个州成功注册，并已完成欧盟REACH（化学品注册、评估、许可和限制）法规的预注册。根据欧盟生物杀灭剂法规（BPR）的注册也在进行中。



迈可达产品用法简便、成本低廉、效果持久，获得了全球各大品牌、零售商和批发商的广泛采购和使用。而当前市面上出现了不少产品外观与迈可达产品非常相似的假冒产品，对此马丁·柏文表示，假冒产品质量差，可能含有毒有害物质，对商品、环境和人体造成严重损害。为维护迈可达的合法权益，保障消费者利益并防止消费者受骗上当购买到假冒的迈可达产品，迈可达对商标进行了全球布局，不仅基于自身现有核心产品及服务在多个国家和地区进行了商标注册，还对自身产品及技术储备申请注册了防御性商标，并在商品及服务类别上尽可能进行全类别商标注册。目前，迈可达申请注册了“迈可达”“邁可達”“MICRO-PAK”“Micro-Pak”及“霉必清”等多个商标，同时，迈可达产品中均加入了先进的显性和隐性防伪特征，并备有防伪验证卡。希望广大消费者通过迈可达官网或是授权分销商购买迈可达产品，切实保障自身利益。

在炸裂的健身运动中感知TNGA“核心力量”

新年伊始，一汽丰田的“YES!亚洲龙·解码DNA”系列沟通品鉴会走进杭州西溪。“YES!亚洲龙·解码DNA”是一场关于“核心力量”的探讨与体验。在健身运动已经成为大都市精英人群喜爱的运动休闲方式的当下，借用人体对“核心力量”的感知，可以更好地去领悟TNGA赋予亚洲龙的力与美。活动现场，健身达人参与深度互动，带领大家完成一系列健身动作，让人在充分感受身体的“核心力量”对人体功用的过程中，领悟到TNGA这个“核心力量”对亚洲龙的重要意义。

TNGA是丰田面向未来打造全系列乘用车的全新思路，它的核心就是帮助用户“打造更好的汽车”，基于TNGA的新产品有四大方面的革新：前所未有的造型设计，前所未有的动力革新，前所未有的驾驶乐趣，前所未有的极致安全。作为TNGA全球旗舰车型的亚洲龙，则集中展现了丰田TNGA的造车哲学。

TNGA强大的“塑造力”，如同Burpee跳



塑造全身70%以上的肌肉群一样，高度还原了亚洲龙大胆前卫的锐利设计，赋予了它“一眼万物”的穿透力，让亚洲龙的造型更前卫。

外彰凌厉刚强，内蕴智慧与锋芒。TNGA赋予亚洲龙的“核心力量”，均能从健身动作中找到对应的感觉，如此，就让人对丰田的全新造车哲学TNGA，有了更直观可感的认知。

“YES!亚洲龙·解码DNA”系列沟通品鉴会还将陆续在大连、深圳、南京、重庆等城市举行，敬请期待。

让汽车成为最可靠的智行伙伴，东风日产第七代天籁ALTIMA震撼上市



近日，主题为“天纵而来，芯动上市”的东风日产第七代天籁区域上市发布会在上海举行。活动现场回顾了天籁车型三十年来的几代发展，并重磅揭秘新车的独特升级。

作为日产智行集大成者，第七代天籁ALTIMA以智能动力、智能驾驶、智能互联三大领域标杆技术，将“驾控基因”与“舒享基因”融为一体。第七代天籁ALTIMA不仅采用V-Motion 2.0日产全球设计语言，带来富于张力的时尚外观，更创新搭载全球首

款量产2.0L VC-TURBO可变压缩比涡轮增压发动机，实现能效卓越且低碳环保的持久动力。

为创造更好的驾驶体验，第七代天籁ALTIMA还搭载了智动控制辅助驾驶系统ProPILOT智控领航，实现0-144km/h车速范围内自适应巡航。多达11项NISSAN i-SAFETY智能主动安全系统，也使得第七代天籁ALTIMA拥有同级最全面的主动安全辅助配置，为用户驾乘带来更多安全保障。

第七代天籁ALTIMA精彩亮相后，活动现场揭晓了上海首位新天籁车主。东风日产华东一区营销中心高级督导肖华先生、上海金丰店总经理柏峰，在现场为其递交钥匙安全交车。值得一提的是，中国女足的功勋大将——浦玮，作为特邀嘉宾出席了活动，热爱、执着并永不放弃的体育精神与东风日产不断革新探索的品牌精神交相呼应，给现场听众以更多启发。