

世界制造业大会
项目硕果累累惠民生

编者按

2018年世界制造业大会，全球制造业精英翘楚云集，各界参会嘉宾超过4000位，达成坚持开放发展、携手拥抱新工业革命的新共识，集中签约项目436个，投资总额4471亿元；2019年世界制造业大会集中签约项目638个，投资总额7351亿元，项目数、投资总额分别较2018年增长46%和64%。

不断升级，不停增长，借助世界制造业大会这个舞台，安徽持续打造最优投资环境。世界制造业大会已进入第三个年头，由安徽省商务厅牵头的2020年大会项目筹备工作最早启动，项目合作部全面开启“5+2”“白+黑”工作模式。世界制造业大会给安徽带来了什么？给产业发展带来了什么？给民众生活带来了什么？民生福祉、产业结构、经济结构正在悄然发生着变化。市场星报关注世界制造业大会落地的项目个案，一个个鲜活案例的背后，是崛起的安徽、是腾飞的安徽、是向小康社会征途上迈进的安徽。

从5家到50家：世界制造业大会集中签约项目——罗森便利店背后的“民生故事”

为深入了解世界制造业大会项目工作幕后的故事，市场星报记者走进大会项目合作部所在地——省商务厅开发区处。

当记者提及做好项目工作的意义时，省商务厅处长卢宏世的观点让记者耳目一新。他强调，世界制造业大会的重中之重就是抓好项目，项目是衡量大会成果实效的关键标志和关系大会成功举办的集中体现。同时，项目工作与百姓生活息息相关，更是一项民生工程。比如2018年大会集中签约的罗森便利店项目，以24小时贴心服务和独特的消费体验，提升了广大市民的消费需求，深受消费者欢迎。罗森落地安徽并获得良好发展，正是安徽举办世界制造业大会的成果体现。

□ 记者 赵汗青/文 黄洋洋/图



市民在中商罗森便利店挑选商品



位于合肥1912街区的中商罗森便利店

最大便利。

从项目考察到项目落地，整个项目洽谈只用了不到两个月时间。

从5家到50家，罗森速度也是“安徽速度”

中商罗森管理团队如是说：“合肥近几年发展很快，罗森能够作为重点项目引进来，当时确实引起轰动。”

所谓的“轰动”，是消费者层面的轰动，作为日本第二大品牌便利店进入安徽，成为安徽省首家外资品牌便利店。当时的罗森便利店还主要集中在北京、上海、南京、武汉一线城市，作为附带效益，安徽合肥城市品牌竞争力也随即加分。

2018年，罗森合肥首批五家店分别落户蜀山、包河、庐阳、政务、瑶海五个区。

按照罗森安徽的规划——第一年开二十家直营店，练好内功，做好便利店，扩大影响力；2019年开发加盟商，让加盟商更好地服务顾客；2020年的计划是拓展布局合肥市周边邻近2个城市。

中商罗森管理团队告诉记者：“目前合肥已经有50家店，我们的计划开2000家店，一个便利店覆盖一个小区，1500人，合肥有800万人口，未来拓展空间很大。”

零售服务业变革 “便利店+”助推安徽经济深层迈进

今年1月，商务部等13部门印发《关于推动品牌连锁便利店加快发展的指导意见》，合肥已经走在前列。

疫情发生以来，包河区政府给予罗森许多帮扶——协调办理物流车辆通行证，赠送口罩、测温枪、酒精、消毒液，创新实行“一址多照”模式降低加盟店再次办理营业执照。

“我认为最关键还是领导重视。”中商罗森管理团队说，“这同时也是城市管理者战略眼光的体现，对经济可能没有很快的成效，会对于第三产服务业、消费转型和服务业的整体布局产生影响。”

“便利店”行业只有当人口聚集到一定程度，经济发展到一定阶段才会出现。随着安徽经济的发展，便利店的功能也逐渐升级，从“小卖部”夫妻店到集约式的商超，再到深层专业化的便利店，深入社区“毛细血管”24小时不间断服务当地居民，不仅不受电商冲击，而且可以利用互联网平台和消费者互动。

随着便利店的升级，今后会承担更多的功能——为政府、药店甚至其他行业的终端需求提供场地和便利，那么，“便利店+”会带来更多改变。

“谁能抓住未来，谁才能在竞争中获胜。”中商罗森团队说。

民生项目惠及你我他

省商务厅开发区处一直承担了世界制造业大会项目合作部的具体工作。为了促进世界制造业大会集中签约项目更快落地、投产、见效，项目启动最早、结束最迟，全年跟踪、永不落幕，创新“六大机制”——项目报送机制、项目会商机制、项目审核机制、项目监督机制、项目考核机制、项目激励机制，从制度上保障了签约项目落地生根、早日见效、惠及民生。

提及大会项目工作的细致程度，项目合作部的未魏深有感悟。2018、2019两年的世界制造业大会的集中签约项目超过1000个，仅仅为了跟踪每个项目进展情况这一项，项目合作部的每位工作人员就要负责上百个项目，一年365天，不分节假日，几乎每天都在做项目工作。仅仅项目的各类统计表格，就有几十种。有时为了跟踪或协调一个项目，电话都要打上十几个。

合肥市投资促进局的负责人感叹，做好世界制造业大会项目工作真的太不容易了，能像项目合作部那样把工作做到细之又细，就更加不容易，需要投入巨大的精力。

考察到落地

罗森项目仅用了两个月

2020年3月，安徽合肥，鲜花满街，绿叶动影。

细心的市民会发现，名为“罗森”的日系便利店似乎越来越多。

与其他小型超市和便利店不同的是，罗森24小时营业，并且只做食品零售——精选的零食、迷你版红酒白酒、

寿司和便当，不但货品独特，“鲜食”产品也被网友戏称“网红美食制造机”，更令年轻的消费者们着迷。

新冠肺炎疫情发生以来，罗森作为重点民生保障供应单位，为市民提供了特有的新鲜食品，而且增加了生鲜配送，甚至提供送货上门服务。

这是安徽首家外资品牌便利店，作为2018年世界制造业大会的项目之一，罗森落户合肥已进入第三个年头。

世界制造业大会是安徽致力于长期发展的一个战略性工程，对项目要求严格。罗森作为日本第二大便利店品牌，是如何落地安徽的？

“罗森”作为日本知名品牌便利店，发展已非常成熟。中商罗森首批店落地南京，日均销售额破中国罗森历史记录。这一“罗森现象”不仅引起新零售业的关注，更是引起日本罗森的高度关注。中商罗森的大股东是安徽人，他有着很深的“安徽情结”，正是世界制造业大会这样的机会，“徽商回归”的项目落地安徽，助推安徽经济向前迈进。

合肥市招商部门在发现罗森便利店项目信息后，认为罗森便利店如果能够引进安徽，有着重要的战略意义——不仅仅能够促进内需拉动消费，更重要的是对安徽整体消费业态结构、物流配送甚至零售行业起到变革性作用。

合肥市招商部门到罗森考察后，当即和罗森方面负责人拿出招商的框架性协议，希望项目落地合肥，在政策、服务等方面给予最大便利。

“合肥市的真诚态度打动了高层，因此第二轮整体会谈后，双方很快达成一致意见。”中商罗森工作人员告诉记者，合肥市给予门店落地的各项扶持及证件办理予以