

老庙黄金获评全市首批五星级 ODR 企业 消费维权联络点



在 3·15 国际消费者权益日之际，在黄浦区市场监管局组织“诚信促消费 共筑满意消费环境”座谈会上，老庙黄金成功获评全市首批五星级 ODR 企业消费维权联络点。

Online Dispute Resolution (以下简称“ODR”) 意为在线纠纷解决机制，ODR 企业特指在市场监管部门的指导监督下，依托全国 12315 平台 ODR 系统开展业务的企业。此类企业通过数字化平台与消费者实现全流程在线协商，能够在市场监管介入

前自主完成投诉受理、纠纷调解及和解协议达成，有效提升消费争议解决效率，助力构建和谐的消费关系。

豫园珠宝时尚集团(以下简称“集团”)ODR 项目首创客户投诉项目化管理模式，通过建立跨部门组织协同机制，明确处理时限与责任分工；构建分级分类处置体系，依据客诉重要等级实施差异化响应策略；完善闭环管理机制，通过定期调研回访强化服务改进实效。



近日，由上海市市场监督管理局投诉中心副主任彭蕾带队，消保处、徐汇、黄浦、静安、长宁等区市场监督管理局消保科，豫园市场监管所一行 8 人莅临集团开展首批五星级 ODR 企业消费维权联络点走访调研，集团相关业务部门负责人参加座谈。

调研组重点听取了集团在消费维权工作机制创新方面的专题汇报，对集团 ODR 工作成效予以高度评价，对全市首批“五星级 ODR 企业消费维权联络点”称号的创新实践给予重点表扬，认为该荣誉充分体现了集团在消费维权领域的标杆作用。此次调研标志着政企协同共建消费维权新格局进入深化阶段，集团将切实履行 ODR 企业主体责任，为营造安全放心的消费环境作出更大贡献。

集团十分重视质量管理，老庙品牌在 00 年代就通过了 ISO 质量管理体系认证，贯彻全员质量意识。3 月 6 日，公司邀请南码头路市场监管所深入企业，开展“广告宣传、价格合规、反不正当

竞争、电子商务”四大专题培训，集团相关部门负责人及业务骨干通过线上+线下方式共计 50 余人参会。南码头路市场监管所所长肖益群、副所长罗超伟带队，通过法规与真实案例解读，围绕以上核心议题进行专业培训，同时解析《消费者权益保护法》要点，强调企业需完善售后服务机制，保障消费者知情权与维权渠道畅通，确保员工能精准把握法规要求，不断提升专业素养，为消费者提供合规、高效的服务，推动公司整体质量管理体系提升。现场参训人员就日常工作中的疑难问题与专家展开交流，通过理论与案例结合的讲解，进一步强化了企业合规经营意识与服务能力。集团党委书记俞琳在会上对专家团队的指导表示感谢，并强调将以此次培训为契机，全面梳理业务流程，完善消保与质量管理体系，切实提升客户满意度，共同营造安全放心的市场环境。



激发医药零售新动能 助推中医药焕发新活力

童涵春堂与益丰大药房达成战略合作

文 | 朱俐伶

2 月 25 日，上海百年国药老字号童涵春堂与中国医药零售领军企业益丰大药房正式签署战略合作协议。双方将围绕中医药产品供应链、健康服务升级及精细化运营等领域展开深度合作，共同推动中医药产业现代化发展，助力“健康中国”战略落地。

连锁零售品牌 和中医药老字号品牌强强联合

童涵春堂创立于 1783 年，是上海历史最悠久的国药品牌之一。242 年来童涵春堂始终恪守“名医、名药、名方、名法”的理念，坚持“道地药材，遵古炮制”，在道地核心产区建立四大参茸直供基地，从源头把控药材品质；与上海中医药大学共建实验室和博士后工作站，并联合发布了行业首本《人参及野



山参与国民健康》研究白皮书；近年来，更是遵循“古方新创”的理念，开发了多款符合年轻消费者多样化需求的药食同源类创新产品，同时跨界联名推广中医药文化，成为国潮养生引领者。益丰大药房作为国内首家沪市主板上市的连锁药房，门店数量超 15000 家，会员突破 1 亿人次，凭借数字化供应链、全域经营模式及专业药事服务稳居行业龙头地位。

童涵春堂总经理贾晓薇表示，童涵春堂与益丰大药房的战略合作，不单单是两个企业的合作，更开创了一种创新的商业模式。我们希望这样的模式可以得到更多加盟商的青睐，童涵春堂借助益丰的供应链和运营体系，益丰借势童涵春堂品牌和产品的实力，共同为医药零售行业的发展注入新的机会点，助力中医药事业焕发新的活力。

本次盛会，童涵春堂携一众明星产品亮相现场，引得 600 位加盟商争相下单，打造现象级火爆场景。

优势互补 多领域深化合作

据悉，双方将充分发挥各自的优势在中医药产品供应链、数字化健康服务升级及品牌创新传播等多个领域展开深度合作。

产品供应方面，童涵春堂将为益丰大药房提供一系列高品质的道地参茸、中药饮片、药食同源



等多个品类丰富中医药产品矩阵，通过益丰大药房的“线上购药+1 小时送达”服务，提升消费体验。同时，结合当下年轻化养生热潮，童涵春堂将推出一系列养生保健品，如涵春再造人参系列、四季养生茶、便捷养生粉等，通过益丰大药房的渠道优势推向市场，以满足消费者多样性的养生需求。

健康管理方面，将结合益丰大药房的会员数据与童涵春堂的健康管理方案，推出个性化中医养生订阅服务，利用 AI 技术为会员定制中医五季调理计划，并通过企业微信、小程序等渠道实现精准触达。

品牌创新传播方面，童涵春堂与益丰大药房将共同制定全方位的营销策略，包括线下活动、线上推广、联合品牌活动等，共同打造中医药健康生活的新模式，提升品牌影响力和产品知名度。此外，双方还将定期组织健康科普活动，普及中医药养生知识，提升消费者的健康素养，引导消费者形成健康的生活方式。

此次合作不仅是商业上的强强联合，更是中医药传承与创新的重要契机。双方将携手探索中医药在现代医疗健康领域的应用，为消费者提供更加优质、便捷的健康服务。

AHAVA 联袂独立艺术家共启「拆一个礼物」

绘画疗愈沙龙

文 | 杨赞

近日，在春意初绽时，AHAVA 携手独立艺术家，于上海 BFC 外滩金融中心开启「拆一个礼物」绘画疗愈沙龙。本次活动以产品体验融汇艺术疗愈。活动现场，讲解师向大家讲解了 AHAVA 品牌历史并细节展示了产品外观，邀请宾客试用体验，最后借礼盒抽奖活动与私享护理深化品牌联结，开启三月美肌与心灵焕新之旅

