

盒马首个仓储式会员店国庆节浦东开业

自有商品占比超过40% 配送范围拓展到20公里

■本报见习记者 张诗欢
本报记者 许素菲

10月1日,全球首个新零售会员店——盒马X会员店将正式开启线上线下一体化运营。与仓储式会员制国际巨头们同场竞技,这个全球仓储式会员制“赛道”里的首个中国品牌优势在哪里?昨天,记者提前探营了正在紧张筹备中的X会员店,据介绍,“本地化”将是盒马X会员店的一大优势。

中国人自己的仓储式会员店

盒马首家X会员店位于浦东森兰商都B1层,占地面积1.8万平方米,门店采用仓储式货架摆放。商品方面,虽然探店当日

价格还未对外公布,但盒马表示,依托全球84个国家的供应链资源,将为会员定制高性价比的商品。

盒马自有品牌“盒马MAX”是店内最大的亮点之一,除了显而易见的“更大”“更多”,盒马还通过精选产地和原料让商品“更好”。以一款1.1千克的自有品牌盐焗混合坚果为例,盒马确保碎果率在15%以下,而普通混合坚果的碎果率为17%-29%。据悉,X会员店自有商品占比超过40%,自有品牌“盒马MAX”占比超过20%。

除此之外,X会员店近10%的商品是盒马直采,从国外工厂直达外高桥保税区,可以快速清关进店。省去了中间批发商、贸易商和进口商的环节,最大程度地降低物流和采购成本。以一箱24瓶装500毫升的依云矿泉水为例,从海外直购至盒马仓

的渠道,能减少4层中间商,最终是售价将比市场价低20%以上。

本地化属性也将是盒马X会员店区别于其他品牌的特点。“我们更懂中国人的胃。”盒马商品采购全国总经理赵家钰说,为了满足中国消费者对活鲜的需求,X会员店也引入了活鲜,盒马因此成为在仓储式会员店业态里第一个卖活鲜的品牌。

值得一提的是,线上线下完全一体化的盒马X会员店,将配送范围从3公里拓展到了20公里,将通过已有门店的分布式仓储,采用汽车直送和配送站接驳两种方式,实现“半日达”。

上海在线新经济再添新员

X会员店是盒马继盒马鲜生、盒马

mini、盒小马之后,在上海孵化的又一个创新业态。

赵家钰说,盒马做仓储式会员店并非突发奇想。早在2018年,盒马就开始在上海率先试水X会员计划,并在2019年推向北京、西安、成都等城市,在目前开通X会员体系的8个城市,仅上海X会员数量就近50万人。

实际上,盒马所有的创新业态都是在上海率先推出,成熟后向全国复制,这与上海高效友好营商环境的政策底蕴密不可分。2016年,盒马首店诞生于浦东金桥,当时上海主动创新监管模式,为这个融合了超市、外卖、物流、餐饮多种模式的新业态,试行“两证合一”;2019年,盒小马新业态试运营,上海又一次在小型餐饮监管模式方面作出创新探索,对于新业态在全市

范围内的进一步发展给予鼓励;本次盒马X会员店项目从选址到开业运营仅4个月,同样离不开浦东新区区委区政府的大力支持。

近年来,山姆会员店和开市客在中国市场动作频频,盒马X会员店落户后,不仅让上海盒区房覆盖范围进一步拓宽,还将实现中国会员店与开市客、山姆会员商店等国际巨头的同场竞技。

盒马总裁侯毅表示:“盒马的目标是成为一家根植上海的世界级企业。不断拓宽中国新零售的边界和想象力。为了这个目标,我们毫不犹豫,也一直努力着。”

盒马X会员店落地有望成为“上海购物”和外高桥新经济、新消费的一张名片,也为保税区区域新贸易、新零售等新型产业业态的集聚发展提供强劲动能。



▲凯迪拉克带来的全新国产CT5,吸引了不少参观者驻足体验。 □本报记者 须双双 摄
▲特斯拉此次携旗下Model 3、Model S、Model X三款主力车型参展。 □特斯拉 供图

浦东车展开幕 主流品牌齐聚

■本报记者 须双双

昨日,2020上海浦东国际汽车展览会在上海新国际博览中心拉开帷幕,以“智驾未来”为主题,打造汽车“嘉年华”。本届展会将持续至10月4日,为广大市民提供长假休闲观展、购车的好去处。

上海浦东车展由中国机械工业联合会和浦东新区人民政府特别支持,中国国际贸易促进委员会汽车行业分会、中国国际商会汽车行业商会和中国国际贸易促进委员会上海浦东分会共同

主办,已成功举办四届,今年是第五届。作为疫情以来华东地区展会规模最大、展商参展规格最高的国际化专业汽车展览会,将为行业从业者提供一个后疫情时代交流合作的优质平台,更是汽车消费者和爱好者了解世界最新汽车技术和成果的绝佳窗口。

记者在现场看到,本次展会品牌云集,参展企业几乎涵盖了所有跨国车企和主流厂家的汽车品牌。自主品牌包括北京汽车、上汽荣威等都将各自携旗下主力车型与观众见面。国际品牌方面,宝马、梅赛德斯-奔驰、一汽-大众

奥迪等也悉数亮相。保时捷、玛莎拉蒂、宾利、兰博基尼、阿斯顿·马丁等豪华品牌展位前,吸引不少车迷驻足。

新能源汽车方面,特斯拉此次携旗下Model 3、Model S、Model X三款主力车型参展。

据悉,本届车展被列为商务部举办的2020全国“消费促进月”上海重点活动,上海市将推出多项促进汽车消费政策,车展组委会也将联合多家品牌推出“汽车后备箱经济”等活动。展会期间,车展方将与汽车经销商、浦东各大商圈联动,推出“庆双节”购物活动。

再鼎医药昨在港交所二次上市

本报讯(记者 杨珍莹)昨日,浦东企业再鼎医药宣布,正式在香港联合交易所有限公司主板挂牌上市(股票代码:9688)。再鼎医药本次全球发售共10564050股,预计全球发售所得款项净额约59.4亿港元。

2014年,再鼎医药在浦东张江设立,并于2017年在美国纳斯达克上市,成为中国医药行业第一家在未产生销售收入前便以超过10亿美元市值上市的企业。如今,再鼎医药又成为了首个在香港二次上市的生物制药公司。

再鼎医药创始人、董事长兼首席执行官杜莹表示,公司的快速发展与“内部研发+外部合作”双轮驱动模式密不可分。

与大部分国内创新药企业以自研的核心产品来搭建产品管线不同,再鼎医药创立后,在外部合作方面采取了药物授权模式(License-in)来建立产品管线。

所谓License-in模式,产品可以做到与国外先进产品几乎同步的产品周期,这就意味着全球新药能够第一时间进入中国市场,建立先发优势。同时,相较于以进口模式进入中国的国外其他竞争对手,引进方企业可以充分利用本土优势,更快地取得上市许可。

凭借这一模式及成熟的研发、商业体系,再鼎医药落地浦东后,顺利进入全面收获期,助力了多款全球新药更快进入中国;目前再鼎产品管线中包括16种具有潜在全球同类最佳/同类首创潜力的产品及候选药物。其中,卵巢癌创新药则乐、肿瘤电场治疗产品爱普盾已在中国内地和港澳地区上市,另外,管线中还有9款产品处于关键或潜在注册临床研究阶段。

在彰显中国创新药企整体实力的同时,海外寻求与再鼎医药合作的伙伴也在不断增加。杜莹说:“我们引入创新药的速度会加快,引进来的每一款产品必须是全球同类最佳,海外新药企业也希望我们能帮助他们加速在华上市的进程。”

据了解,此次上市募集的资金,再鼎医药将主要用于加强产品管线相关的临床开发和内部研发工作,推进正在进行中和计划中的临床试验,提升包括则乐和爱普盾在内的商业化能力,以及探索新的全球授权及合作机会,此外还将用于在全球招聘及培训高端人才等,支持再鼎医药在中国和全球各地发现、开发、生产并商业化创新药物。

“未来十年,我们每年至少要推出一款新药。”杜莹表示。

运去哪与新加坡港务共推智慧航运

本报讯(记者 杨珍莹 实习生 曹亦菁)昨日,浦东航运互联网企业运去哪与知名港口运营商新加坡国际港务集团签署战略合作签约,双方将重点围绕数字化国际物流、供应链资源共享、海外服务网络建设等多个方面,开展深度合作,合力推动数字化技术的深度应用。

新冠疫情为国际物流行业带来挑战的同时,也推动了行业数字化的发展。作为浦东航运互联网的领军企业,运去哪联合创始人、COO徐杨对记者透露,其服务网络已覆盖国内80%的港口,帮助外贸企业提升30%的效率,未来效率还将不断提升。

运去哪与新加坡国际港务集团的本次合作,就率先围绕数字化国际物流开展深度合作,包括在线上海铁联运、国际拼箱、

化工物流、在线订舱、物流追踪、口岸服务等开展实质性业务与合作,推动传统航运向智能化转型。

据透露,运去哪已确定在新加坡建立区域总部,通过这一关键的国际供应链节点,进一步串联起全球的业务网络。“这也宣告运去哪开启了海外新篇章,加快由‘中国-全球’向‘全球-全球’的服务网络延伸。”徐杨说。

记者了解到,这也是浦东首家开启国际化征程的互联网航运企业,除现有的墨西哥、巴西、日本等海外分支机构外,今年“运去哪”还将在美国、菲律宾、越南、泰国等十余个国家或地区设立分支机构。

徐杨表示,运去哪平台未来将有一系列的项目在浦东落地,助力浦东打造成为国内国际双循环的物流服务重要节点。

花车集市国庆期间将亮相浦东机场

本报讯(记者 陈烁 通讯员 杨旭华 俞雪冰)随着国庆、中秋假期出行高峰来临,浦东机场商业也随之开启全面促销。昨日,上海机场(集团)有限公司与上海市消费者权益保护委员会在浦东机场2号航站楼签署战略合作框架协议,并同步启动“上海有好礼”主题营销活动,提升旅客出行消费体验,也助力消费提振上海经济发展。

“上海有好礼”主题营销活动是上海机场集团与上海市消保委进行战略合作后开启的第一个机场消费文化主题活动,将持续到10月8日。活动共有260余家商业零售店铺和110余家餐饮店铺参与,包括阿玛尼、美拉、万宝龙等国际知名品牌,将在“双节”期间推出多重优惠活动,进一步提振机场消费热度。

在二楼国内出发区域,浦东机场引入海派国潮IP,设立了3个互动会场。在T2国内混流层主会场内,旅客可以在“20、30

国货之光年代屋”“70、80集体回忆烟纸店”以及“飞行带来美好生活”的活动区参与拍照打卡、跳格子等游戏互动,还能现场参观老字号产品,进一步走进和了解海派文化。

同时,在原有T1、T2航站楼集市区的基础上,沿旅客动线,在S1、S2卫星厅国内出发禁区增设花车集市,丰富旅客购物方式。花车产品也以上海特产为主,有大白兔奶糖、西区老大房鲜肉月饼等伴手礼。

结合“双节”期间出行旅客需求,除了全家便利店、星巴克等24小时营业店铺外,浦东机场各区域均有“守航”餐饮店铺或便利店营业,以保障不同时段出行旅客的餐食需求。

根据协议,上海机场集团和市消保委未来将共同在上海机场内倡导和推广“光盘行动”,围绕“上海特色伴手礼”开展系列营销活动,促进线上线下消费深度融合,持续推动商业模式创新,助推消费热潮。

国风长存 国潮再袭

长泰广场国庆中秋“穿越时空”

9月30日-10月8日,长泰广场打造的“国潮再袭”主题中秋国庆活动“穿越时空”将精彩亮相。当国风 and 时尚碰撞,长泰广场“变身”潮人打卡天地,不用跨越人山人海,来长泰就能畅玩整个假期。

现场,长泰广场精心准备了中秋灯笼艺术通道、潮月宫殿、国潮赏月台等独具魅力的艺术造景,以月圆嫦娥为灵感,带你感受现代艺术和传统文化擦出的新火花。除此之外,趣味满满的互动体验、创意十足的国潮表演都在“十一”期间悉心奉上。

潮月宫殿里彩灯高悬,“月色”正好,助你晒照稳坐朋友圈C位;国潮大力士、捕捉夜光兔等小游戏邀你互动赢好礼。

民俗游园会里节日气息正浓。那些只保留在儿时记忆里的面人、棉花糖、香包、糖画现场限量赠送;手工小课堂上,朋友们可以跟着匠人现场制作可爱的兔子灯。

除了传统的民俗活动,国潮系列精彩表演也带给你绝对的视听盛宴。清歌曼妙的国潮巡游,燃动全场的国潮街舞,全程高能的小丑互动,邀你零距离见证所有的快乐魔法。

观赏完“国潮再袭”主题活动,长泰广场还有很多潮玩打卡地等你来探,拉上家人朋友一起乘坐望德微城主题复古小火车,一览长泰广场风光吧。(拉风)

