

光明探觅生态农业新模式

光明米业聚焦儿童这一群体，于近期推出了“瀛丰五斗手工有机大米”，打造“私人鲜米管家”模式，同时邀请光明米业瀛丰五斗忠实粉丝亲子家庭于近日开启了农耕启蒙之旅，见证老牛耕田过程，宣传农耕文化，感受自然生态，共同探寻华夏稻源，这也为消费者搭建起一座连接本地稻米文化与市民餐桌的桥梁。今年4月，光明食品集团董事长是明芳提出光明即将实施持续十年的光明儿童营养食品计划，要求

光明旗下企业致力于发展和创新可持续发展的农业和食品，开发更加尊重自然和生态的生产方式。据悉，瀛丰五斗手工有机大米产自崇明生态岛，成陆早而地势高，有机质含量丰富，同时种植区位于全岛进水上游，水质好，因远离工矿企业而空气清新。除了选择优质的种植环境外，光明米业的广大科技人员还积极探索新型生产经营模式，在反复讨论和充分论证的基础上，决定对瀛丰五斗有机

稻米生产技术标准再次提升，形成手工有机稻米技术标准。本着热爱自然、尊重自然的初心，瀛丰五斗手工有机大米从生产环节上更加倡导去石油化，全面推广自然生态农法，用耕牛替代铁牛，用人工插秧替代机插秧，用紫云英、蚕豆豆粕绿肥和生物有机肥料替代化肥，用自然天敌赤眼蜂、狼蛛等生物和物理防治方法替代农药防治，从而达成环境更生态、土地更肥沃、生物更多样、系统更安全、稻米更健



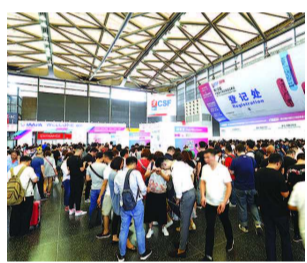
康的终极目标。为了坚守初心，瀛丰五斗手工有机大米种植过程中全程采用全域可视监控，实现大米生产过程全程可追溯。

国内外畅销品牌 齐聚 CSF 文化会

作为全球文化用品企业进入国内市场的重要窗口，中国文化用品商品交易会聚集了众多国内外畅销品牌。近日，由高百赢展览（上海）有限公司主办，中国百货商业协会支持的第113届中国文化用品商品交易会在上海浦东新国际博览中心盛大启幕。据了解，本届展会以“金榜题名”为主题，展出规模、参展方数量均刷新了CSF文化会历史纪录。

本届CSF文化会新增OE10品牌馆，展出面积总计增至50000平方米，远超历届。展品丰富涵盖行业16个品类，覆盖文化消费终端全产业链产品和服务。

较往年相比，此次展会现场除了琳琅满目应接不暇的最新产品外，还邀请了浙江天猫、寅领、中玩恒大大咖带来全新行业资讯，分享实用干货，通过主题论坛，助力企业与从业者升级认知维度，寻找商业破局，更主动地应对大环境的发展趋势。



申城视角

从艺术视角回溯人类探索足迹

乔瓦尼·欧祖拉及杨福东双个展将于6月22日-8月18日亮相上海复星艺术中心。据悉，此次展览是意大利跨媒介艺术家乔瓦尼·欧祖拉在中国的首个机构性特展，同时也是中国当代影像艺术领域的代表人物杨福东首件在海外创作完成的多屏影像装置——“轻轻地推门而进，或站

在原地”的国内首展。乔瓦尼·欧祖拉的作品充满对光和色彩的敏锐感知，以极具视觉美感和冲击力的画面挖掘建筑空间蕴含的能量，赋予观者新的感知和认知体验。本次展览，乔瓦尼·欧祖拉以日与夜的变化和反复为线索，呈现探索、视线和地平线等代表性元素，与上海城市文明历史

呼应，回溯人类探索足迹。这也是继2016年复星艺术中心开幕展“20”后，杨福东再次为观众带来极具个人风格的电影及录像装置作品。艺术家通过在特定时空截取的影像与观者之间的互动，展现人类在面对神秘与为之时的心理状态，并对其进行探讨和反思。

健康、高端、功能饮品冷饮成潮流

据有关数据显示，2018年中国饮料类商品零售额达2040亿元，同比增长9.0%；今年1-4月份，中国软饮料产量为4855.4吨，增长3.9%。行业整体出现了回暖迹象。这是在近日举办的“2019第14届中国（上海）饮品冷饮嘉年华夏季营销暨高层

年会”上传出信息。同期，上海市饮品行业协会还联合东方快消品中心发布了《2019中国饮品冷饮产业年度报告》。随着中国居民收入水平的不断提升，消费分级趋势明显。消费者对健康、高端的饮品冷饮的需求持续增长。各大品牌近年来围绕

着无糖低糖、低脂、益生菌、植物基等关键词推出产品。如农夫山泉今年推出植物酸奶，该产品是由植物蛋白发酵而来的低温酸奶。同时，消费者对于功能的诉求越来越明显。可口可乐今年推出运动饮料品牌爆燃，以补充电解质为特色，广泛应用于多个运动场景。

上海佛罗伦萨小镇点燃夏日购物盛典

近日，佛罗伦萨小镇正式开启夏日“意境”之旅，打造意式时尚派对新体验。来到小镇，流连于浪漫的意式建筑，拥抱夏日阳光，体验一场酣畅淋漓的意式狂欢。即日起至9月1日，众多精彩互动在佛罗伦萨小镇—上海名品奥特莱斯逐一上演。活动期间，每月更有多重夏季礼遇，覆盖不同品类单品，让你每天穿搭不重样！超百家环球名品为你带来更多潮流选择，就等你来嗨翻夏日时尚畅享之旅！



礼物一份！新会员更有机会获赠50元线上礼品卡一张！

佛罗伦萨男装展重磅登场 近距离感受意式风尚

在刚刚结束的第96届佛罗伦萨男装周Pitti Immagine Uomo，以意大利风情为特色的佛罗伦萨小镇作为本届男装周最重要的合作伙伴之一荣耀加盟，助力10位中国新锐男装设计师迈向国际舞台。佛罗伦萨小镇倾情携手此次中国嘉宾国项目中的5位设计师PRIVATE POLICY、8ON8、THE FLOCKS、PRONOUNCE和DANSHAN及中国新锐导演范庆，于意大利和中国两地，同期发布名为“翡冷翠之旅”的时尚创意合作。每位设计师以佛罗伦萨为灵感，创意全释一款旅行单品。



同时，五位设计师的作品也被带到上海，以创意静态展示的方式，在小镇中央广场进行呈现。即日起至6月30日，单笔消费满1388元，即有机会获赠一款旅行单品；三笔消费累积消费满3888元，即有机会获赠一组旅行套装。设计师静态展示区域旁，还特别设立了“热气球照相馆”互动装置，吸引了众多消费者打卡盖章。这个夏天来上海佛罗伦萨小镇解锁最“in”打卡地，只要将自拍照片发布至社交媒体平台，就有机会获得定制

璀璨仲夏之夜 惊喜升级点燃夏夜购物盛典

盛夏正是意大利激情四溢的时节，想从繁忙躁动的都市快节奏生活中逃离出来？上海佛罗伦萨小镇无疑是你夏夜出游的绝佳选择！7月1日至8月4日活动期间，佛罗伦萨小镇将为消费者带来前所未有的夏夜购物体验，掀起夏日购物消费热潮！活动期间，注册成为佛罗伦萨小镇会员，即有机会获赠50元购物礼金；每晚六点之后，单笔消费满1,888元，即有机会获赠100元礼品卡一张；更有机会在夏夜的小镇偶遇一场快闪音乐酒吧狂欢夜。还在等什么，快来佛罗伦萨小镇，感受迷人的意式夏夜魅力！（广告）



营业时间：10:00-21:00(周一到周五)
09:00-21:00(周末及法定节假日)
小镇地址：上海浦东新区卓耀路58弄（近地铁2号线远东大道站）
官方微信：@上海佛罗伦萨小镇

线上线下并举迎扩张机遇期 山姆会员商店定义智能型全渠道零售

近年来，山姆会员商店的电商业务方面发展抢眼：山姆自营电商平台（samsclub.cn和APP）涵盖品类齐全，订单增速领先市场平均；旗舰店在京东平台上线一年即实现电商整体销售额同比三倍增长。此外，山姆会员商店还通过前置仓模式，深入会员集中区域，为周边3-5公里的用户提供1小时的“极速达”服务。“在保证商品品质的前提下，山姆会继续加速发展智能型全渠道零售战略，如在上海等重点城市通过前置仓和高效末端配送，满足快频、快速送达这一日常消费场景的需求，为会员提供多样化购买渠道。”山姆会员商店高级副总裁陈志宇表示。



发力电商平台获认可

上海，作为全国零售业的风向标，在山姆发展规划中具有重要意义。自浦东的上海首店开业至今，山姆通过不断升级商品结构、购物体验将更多全球高端、前沿的商业和服务理念带入上海。山姆通过分析上海会员的消费数据，甄选了约1千余款高频次购买和高渗透率的商品，几乎涵盖生鲜全品类以及母婴、个护等日常商品，如俄罗斯帝王蟹、泰国黑虎虾等尤其受到青睐；榴莲千层蛋糕、日本进口透明奶茶等爆款商品成了会员下午茶的首选……此外，山姆还选择性地拆包部分商品，满足会员对生鲜和日常商品少量多次购买的需求。这些举措也赢得了上海地区消费者的认可，在近日由新闻晨报周到主办的2019第八届上海零售风云榜上，山姆会员商店摘得“智慧商业创新奖”，深耕中国市场23年的山姆，在坚守会员制商业模式的同时，也在不断创新、探索，只为更好服务中国消费者。今年初，位于浦东的山姆会员商店重装开业，新增了品酒区、山姆厨房等互动区域以及独家礼品卡等高性价比商品。坐落于青浦区的上海二店，将于6月28日与上海市民见面。（文/西恩）

智慧商业创新与消费者零距离

近年来，山姆一直大力发展全渠道业务，让线下与线上业务共同成长。去年底，山姆会员商店在北京、上海、深圳三地的前置仓增加到了三十个，基本完成对这三个城市前置仓的初步布局。同时，山姆前置仓的数据也非常亮眼：运营成熟的云仓坪效已超过13万元/平方米，高出传统超市十几倍，客单价也超过200元，这一业态也实现了对现有门店的有效补充。山姆会员商店的前置仓大约为2百至3百平方米，不大的面积内，SKU在1千个左右，一般选址在会员比较集中的地方，精选会员高频次购买和高渗透率的商品。前置仓的存在能帮助覆盖更多山姆会员，有效地弥补了门店的覆盖范围。

此外，一小时“极速达”和京东到家服务也为会员提供了更多元消费场景，在上海上线已逾一年，而上海作为山姆在华东市场首个推出一小时送达服务的城市，借助京东到家和达达平台的高效线上运营和物流能力，满足了上海地区会员对生鲜和日常商品“便捷购买”和“快速送达”的要求。据悉，山姆在电商平台中还开设有山姆会员商店官方旗舰店和全球购，利用第三方配送网络，将服务覆盖延伸到全国，让更多的山姆会员享受到了更多元化的配送服务。（文/西恩）