

民以食为天 来伊份聚焦食品问题

近日,作为全国政协委员、松江区委政协副主席、区工商联主席,上海来伊份股份有限公司总裁郁瑞芬特别关注食品问题。

郁瑞芬委员表示,将标准化融入并渗透到农业生产的全过程、各环节,还需要以合作方式实现产业发展模式,鼓励龙头企业、产业带头人,通过“合作社+农户”“公司+合作社”等方式,构建风险共担、利益共享的机制。日前,来伊份通过“上海市场+当地产品”“上海企业+当地资源”创新协作模式,打造“百县百品”,让更多中西部土特产进入主流市场渠道。

来伊份在2017年成立了专门的公益基金会,其中“童食健康”是核心项目之一,期望通过教育,帮助孩子和家长更清楚地知道吃什么更健康。更重要的是希望推动整个行业和社会,从产业高质量发展角度,把儿童食品提升到更高的水准,让天下妈妈更放心,让孩子们健康成长。来伊份公益基金会成立五年来,持续关注儿童食品安全健康教育,通过线上、线下课程,与中国儿基会、上海儿基会等机构的合作,开发了儿童喜闻乐见的课件、工具,服务多所学校,让更多的少年儿童受益。



宝龙商业在影院用“新四季”唤醒春天



日前,宝龙商业2023年营销策略发布会——“宝龙四季”,在上海宝杨宝龙广场CGV影城推出。当天恰逢惊蛰,但这并不是偶然,选择在万物苏醒的这一天发布全年营销策略,是宝龙商业进行今年首次正式对外发声的同时,唤醒行业,向阳而行。

不同于以往传统模式的发布会,此次宝龙商业用“创意”贯穿全场,从发布场地、环节、内容上均体现了:宝龙商业,真的很会玩。以影票为邀请函,择影院为发布场地,“宝龙四季”的发布会,用一则汇百部经典电影中四季百态的短片开场,将人带入四季的氛围。同时,宝龙商业在短片的最后融入了自身对四季的理解,以及宝龙商业所承

载的四季故事,表达“与你走过的四季,才是完整的美丽”。

本次发布会上,宝龙商业基于商业运营规律,结合节气和节日,对四季做了新的定义。将百花盛放、新品频现的3-5月定义为春季;包含暑期、充斥着活力与热情的6-8月为夏季;消费力旺盛、新项目登场的9-11月为秋季;节日密集、风味浓厚的12-2月为冬季。基于全新的四季划分,宝龙商业围绕“颜色、声音、味道、温度”四个维度,详细解读了2023年宝龙商业对于四季的营销策略。

“在别人的故事里开始四季,用自己的故事演绎四季。”宝龙商业将记录下这四季中,在宝龙发生的故事,制作成片,于年底和大家见面。

林清轩和王老吉跨界推CP组合

两个宝藏的国货品牌,日前因“中国山茶花”而结缘:林清轩核心明星单品——山茶花精油携手王老吉年度新品——山茶花风味凉茶,在林清轩山茶花溯源之旅上,联手推出了林清轩×王老吉山茶花联名礼盒。两大国货品牌携手共创,共同探索中国草本植萃力量,以中国的品牌自信,传承中国文化。



山茶花是中国十大传统名花之一,我国自古就有使用山茶籽油护肤的历史,有古诗“花开美人面,油润后容颜;驿马三千里,青丝六十年。”为证。随着山茶花护肤的理念逐渐深入人心,“山茶花”成为了众多品牌创新营销、新品研发的切入点,山茶花美容赛道成为了美丽产业的风口。伴随年轻一代的精细化消费趋向,以及在林清轩等国内外护肤品牌的研发及创新推动下,香奈儿、王老吉、星巴克等国内外知名品牌都先后推出相关产品。

林清轩开启美容产业也是缘起山茶花。在浙江青田、江西婺源等的海拔800米的高山丛林中,林清轩种植了数十万亩红山茶花;作为传承传统秘方而成的中国凉茶标杆品牌,王老吉对中国草本同样情有独钟。广州王老吉大健康产业有限公司品牌部负责人黄良水表示,近年来山茶花作为花香调中的“新锐”,其在食品饮料行业市场拥有较大潜力。因此,王老吉瞄准准山茶花赛道,推出王老吉山茶花风味凉茶。

手国民植物饮料品牌王老吉,正式发布林清轩×王老吉山茶花联名礼盒,呈献林清轩第四代山茶花精油、王老吉山茶花风味凉茶两大宝藏单品。此次双方联名,以“山茶花”为核心搭建起互相认知的桥梁,既完成了两大国民品牌在品牌势能上与声量上的互相借势,打破消费者圈层传唱,更是聚焦中国山茶花构建起中国传承的新语境,是对各自品牌内涵的丰富,也是中国千年山茶花文化向年轻人人群的创意输出。

据林清轩创始人孙来春介绍,

在溯源之旅仪式上,林清轩携

仲盛世界商城 郁金香世界闪耀“她力量”



日前,仲盛世界商城变身为一个美丽的郁金香大花园。一场「她在场 自在由我」女性主题论坛会在此举行,当代都市女性在此分享她们的女性心事,绽放“她力量”的故事。

仲盛世界商城常务副总经理孙琳介绍说:“我们顾客群里面其实是有60%的女性群体,也是希望这次活动以“花漾”为关键词,以“郁金香”为一个主要的元素来匠心打造了这样一个活动场景。希望让每一位来到仲盛世界商城的顾客能够感受到,我们为她们量身定制的特别仪式感,也希望更多的女性消费者在节日里,感受到仲盛给她们的关注,让都市女性能够更好的愉悦自己、发现自己、关爱自己,在这样的

一个“花漾世界”里感受到与众不同的、闪耀自己的态度……”

在仲盛世界商城打造了“花漾世界 自在由我”的郁金香世界,诠释当代都市女性追求心身心愉悦的自在生活态度,在“花漾世界”中活出自我,遵从内心热爱生活,自由做自己。

作为上海西南区的商业地标,30万平方米的仲盛世界商城云集了近300家实力品牌。仲盛世界商城定位于年轻白领家庭,始终贯彻“一城一世界”的理念,以多元化的业态、丰富的主题活动、愉悦的购物环境和仲盛SKY家族会员特享,为消费者打造国际、时尚、快乐、温馨的社区家庭一站式购物平台,为顾客带来“世界就在这里”的购物体验。

百联股份开启花漾“美力”的探索之旅



身处被标签化、定义化的大数据时代,爱自己、相信自己是美好生活的开始。恰逢暖春时节,美丽已悄然而至。日前,百联股份以独有IP春季美妆节启幕为起点,意在让消费者借由春日美妆好物遇见多元之美。

依托其强大的品牌资源整合能力,百联股份春季美妆节联合希思黎、CPB、兰蔻、赫莲娜、雅诗兰黛、资生堂、阿玛尼等国际知名美妆品牌,为消费者呈递蜜享盒、折扣满减、积分抽免单盲盒等节日礼遇,助力每一种美都能在这个春日如愿盛开。今年,百联通会员专属蜜享盒活动涵盖的品牌数量再次升级,其中资生堂、赫莲娜、雅诗兰黛等百联独享加赠福利。

活动期间,第一八佰伴限时举

办迪奥小姐爱花园大型路演打卡;第一百货和永安百货联合RE调香室打造沉浸式调香沙龙;百联又一城发起“花YOUNG绽放”粉色运动百人瑜伽快闪;世博源携手Shanghai WOW、BMYBYOGA打造瑜伽&尊巴沙龙;百联又一城举办的“循环FUN市”,以公益传递温暖;百联股份携手青年艺术家

王香蕉,联名发起“春日狗粮无限”活动,八拿拿客厅、[狗粮无限]美术馆、西瓜山度假、百变发屋四大主题场景亮相第一八佰伴、东方商厦(旗舰店)、永安百货、东方商厦(青浦店)等4家百联股份旗下商场,彰显率真洒脱、明亮而自由的潮流个性。

百联股份邂逅她宇宙“美力”探寻之旅,通过一系列有格调、有温度,同时又贴近消费者日常生活的创意活动,为消费者创造一次特殊的消费购物体验,而百联股份将商业空间与时尚艺术、文化娱乐等内容融合迸发出的多元之美,也引发了消费者的审美愉悦和美学享受。百联股份作为美的创造者、支持者、传递者,正与消费者一起携手抵达美好生活的栖息地。



物资回收

高价收旧书画银元家具
大正堂高价收旧瓷器、玉器佛像、香炉、印章、砚台、旧扇子、竹木牙雕、古纸、旧箱子、像章、小人书、旧旗袍、旧被面、布料、文学书籍等免费上门估价
南昌路611号近襄阳南路
52733361 13564330778

物资回收

为民调剂

本店以雄厚的实力,收购旧红(白)木家具,新旧字画,名人信札,旧书碑帖,连环画,邮票,钱币,像章,旧瓷,旧玉,紫砂,竹木牙雕,文房用品,及其它古玩杂件,名贵酒类,阿胶,工艺品等。
徐汇区宛平路1号(近淮海中路)
63232582 13701722984 沙先生

(新闻晨报)综合分类、遗失、注销各类声明广告
投放热线:22895373