

01 “链全球”严选全球好物

日前,OI精品超市对外宣布,将全新推出14款OI自有品牌系列新品。OI公司负责人吴杰先生表示,OI将依托其在全球布局的资源,以“链全球”的经营模式构建更具韧性的产业链体系,为中国消费者严选全球好物。今后,OI的自有品牌将占到总体销售额的25%。

前有OI、山姆会员店、Costco、city'super,之后盒马黑标店、京东线下旗舰店也将入市,上海高端精品超市的内卷日趋白热化。为了能吸引消费者到店,除了价格战、会员战、线上战,毫无疑问,高性价比的商品将成为核心利器,而自有品牌无疑是一个有效的切入口。

这次OI新推出的14款自有产品,作为来自全球多个优质海域的可持续海产品,从北极圈内的挪威巴伦湾,跨过阿拉斯加纯净水域,到南极圈FAO58小鳞南极犬牙鱼生长的南极冰川。

据悉,OI自有品牌以“Goods,For Good 美好生活源于品质”为理念,从OMLVE三个字母分别延伸出自然健康、精致生活和简单自在3个系列。Original系列选择负责任、可循环的生产模式,倡导健康自然的生活方式;Leading系列的诞生则来自于OI全球买手关注细分市场的变化和革新,集中开发红酒、奶酪等专业品类;Every Day系列是简单而又轻松的日常好物,从小食、家清到简单个护,目前已涉及18个品类。

2010年,当上海第一家OI在徐家汇港汇恒隆亮相时,其特别的店招尤其引人注目,OI取自西班牙语,意为快乐、兴奋,OI展现的也是自然、健康、品质的生活方式。目前,OI在上海门店超过10家。吴杰介绍说,OI有数百个专业买手,他们将利用母公司华润在全球的资源,从全世界引入全球好物,运用情景化的专业陈列,为顾客打开触摸世界的窗口。



前,OI持续通过优化品类结构,沉淀选品能力以满足核心客群的消费需求,实现商品竞争力最大化,并不断挖掘国内外供应链资源,为追求国际化品质生活方式的消费者提供全方位的解决方案,以“链全球”的经营模式构建更具韧性的产业链体系。目前,已引进了全球近80个国家与地区的万余种优质商品,为消费者呈现与众不同的品质生活方式。

据悉,OI自有品牌以“Goods,For Good 美好生活源于品质”为理念,从OMLVE三个字母分别延伸出自然健康、精致生活和简单自在3个系列。Original系列选择负责任、可循环的生产模式,倡导健康自然的生活方式;Leading系列的诞生则来自于OI全球买手关注细分市场的变化和革新,集中开发红酒、奶酪等专业品类;Every Day系列是简单而又轻松的日常好物,从小食、家清到简单个护,目前已涉及18个品类。

「萌兽大熊猫」大型主题公益科普展 在上海虹桥丽宝乐园推出



由上海市科学技术委员会指导,上海科技馆和虹桥丽宝乐园联合主办的「萌兽大熊猫」大型主题公益科普展在上海虹桥丽宝乐园推出。本次活动从权威科普、氛围营造、互动打卡、暑期大促等多方面立体式打造暑期档熊猫主题活动盛宴。

本次「萌兽大熊猫」大型主题公益科普展由多部分构成,上海科技馆倾力打造权威科普展区,搭配了寓教于乐的科普互动装置及权威知识讲座;内外围绕熊猫主题进行美陈装置打造,超出片的萌趣氛围感将吸引年轻人前来打卡;虹桥丽宝乐园配合本次展览还进行了超前的线上活动策划,比如熊猫线上互动游戏和AR熊猫地图打卡等活动;还有丰富的线下活动,比如熊猫快闪店、消费好礼赠、熊猫定制餐饮等,逛展的同时也能约上三五好友轻松享受周末的休闲时光。

由上海科技馆独家策展的科普展区现场以竹林造景,沉浸式将科普展区划分为“演化”、“生态”、“保护”、“文化”四大板块。本次主题展空间设计上重点打造多处爆款置景。走进虹桥丽宝乐园,一只憨态可掬手抱竹笋的大熊猫映入眼帘;不远处一只体型巨大的“三角饭团”映入眼帘,身高6米矗立在一楼广场。一步一景,非常适合创意合影。除此之外,虹桥丽宝乐园还联动场内品牌商户,开展熊猫打卡、消费满赠和熊猫主题的定制餐饮等活动。更多精彩活动信息,敬请关注「虹桥丽宝广场」公众号。

本次「萌兽大熊猫」大型主题公益科普展的开展,是一次了解熊猫、关爱熊猫的重要契机。当年轻潮流的生活方式与寓教于乐的教育体验相互融合,这个夏天虹桥丽宝乐园将会成为全龄客群的首选社交场所和网红打卡地,希望身处其中的大家感受到虹桥丽宝乐园的满满诚意,拥有一次愉悦又有意义的逛玩体验。

来伊份助力对口地区好物“飞入寻常百姓家”



以“深化消费帮扶、助力乡村振兴、促进共同富裕”为主题的2023年上海市对口地区特色商品展销会,日前在上海展览中心开幕。

此前,上海市政府合作交流办已牵头建立“线上线下联动”的帮扶阵地,促成20家直营店、20家生活馆和174家专营店专柜布局。通过店、馆、柜,推动百余款“百县百品”入列商

品及各色生鲜农特产品入市销售,使更多对口地区特色商品直通申城千家万户。

据来伊份总裁郁瑞芬介绍,作为消费帮扶阵地成员之一,来伊份41家“消费帮扶”专营店专柜入选“百县百品”。此次展销会,其更是将“消费帮扶专柜”搬到了现场,醇厚甘鲜的普洱茶、绵软细腻的百花蜜、软糯可口的小土豆、香嫩脆鲜的笋竹笋……多种多样的“土特产”,实现让大家足不出“沪”感受了一把别样的滇情风味。

为做好“土特产”文章,将云南好茶带到千家万户,2020年12月,来益普正式诞生,甄选云南西双版纳高山乔木大树大叶种晒青毛茶为原料,内含物质丰富。来益普茶通过线下门店、电商和社群的联结,既帮助当地农户实现有尊严、可持续的增收,又满足广大消费者购买茶叶时对安全、健康、美学的需求。用户消费的每一份来益普茶产品,都将录入国家消费扶贫工作系统。

另外,来伊份在此次展销会上首发了“云南百花蜜”产品。相比于单花蜜,百花蜜的营养价值更高,花蜜活性酶含量非常丰富。“云南百花蜜”从乡村落户城市,标志着“消费帮扶”品类版图在云南地图上的不断扩大,要把“上海所需”与“当地所能”紧密结合起来,实现让更多对口地区的优质产品进入更大市场、真正打响品牌。

“大厨小点”主题市集 拉开瑞虹天地暑期生活提案



优选上海本地的优选好物——练塘茭白、青浦茭子、崇明乳鸽等9种本地应季金奖食材,由5家沪上米其林一星中餐厅,联手推出了“大厨小点”主题市集,市集内还有展销数十种农优食材如水果、蔬菜、肉类、河鲜等……“大厨小点”主题市集由此拉开了瑞虹天地【Life Shines at Summer Time 乐享好时光】7-8月特别活动季。深挖暑期消费市场潜力,优选“饕餮”“畅玩”“嗨购”三大主题,为魔都亲子家庭和年轻一族,量身打造了为期近两个月的暑期生活方式提案——这是瑞虹天地继今春在太阳宫5楼推出主题市集IP【太阳吉市】以来,持续在美食领域打造内容特色的进一步探索。

本帮饮食文化、金奖农优食材与奢享米其林风味交汇、碰撞、融合,为魔都食客带来全新体验的美食探索旅程。活动期间,三号黄浦会行政总厨万国雄师傅还将惊喜现身,畅谈传统饮食文化、本帮烹饪方式、新鲜食材挑选等话题,揭秘米其林摘星餐厅背后的故事。目前,上海、杭州多家米其林、黑珍珠餐厅已经表达了对上海优质食材的采购意向。青浦练塘茭白作为一大“宠儿”,成为大厨小点出场率最高的选手。经大厨们的精心烹制,推出了泡菜汁脆甜青浦练塘茭白、乌鱼籽练塘茭白、虾籽酱油青浦练塘茭白等菜品。上海市农业技术推广服务中心高级农艺师孔令娟认为,通过这一系列优质农产品推广活动,可以为市民现场采摘等提供更多选择,第一时间享受地产美味。

7-8月暑假期间,瑞虹天地特别推出适合暑期遛娃的优质家庭娱乐体验,充实整个缤纷盛夏;瑞虹天地月亮湾也为年轻消费者提供了“运动生活站”,集结了“燃脂热练、清晨冥想、落日瑜伽”等丰富的夏日动感体验;“宠物联萌”社群活动则基于月亮湾开放“宠物友好”进行了全面升级,让宠物和主人可以一同享受有爱有趣的城市生活。

大宁国际开启盛夏狂欢副本

趁着假期出去玩,逛夜市,消酷暑,在大宁夜文化节体会多元夜生活;仲夏礼,有惊喜,携众多商户轮番送好礼;品节气,玩即兴,带上萌娃一起夏日不EMO。

夏天不仅有露营、房车、沙滩椅,还有满足吃喝玩乐的大宁夜文化节,清凉夜派对打卡户外松弛感,在露天街区中享受片刻惬意与治愈,更携手多家美食休闲娱乐租户推出限时礼遇。另外,2座2楼NOVO礼坊内也有一片仲夏小天地,即日起至8月31日众多纳凉神器上新,轮番点亮今夏潮流趋势,赶快带上你的闺蜜好友一起寻找低碳宝物,打卡快乐多巴胺生活。

7月的每周二,白金卡会员可获赠福利商户礼券1张;7月15日-7月30日逢周末,会员至广场积分商户单笔消费满188元即可获赠商户礼券1张;会员至广场积分商户单笔



消费满888元,凭有效凭证至2座1楼礼宾中心,即可领取上影CGV电影观摩券1张;7月每逢周末,会员消费可享双倍积分。此外,针对白金卡会员,还特别推出限定惊喜。凡7月来大宁消费的会员即可直接获得2张1小时停车券……更多活动请见商场公告。

欢暑假就要敞开来玩,多彩7月拥有无限乐趣,来大宁将所有不开心抛到脑后。N+个趣味亲子活动,一同激活缤纷盛夏。中国风瓷盘画、大暑之竹编文化体验、国学文化小小汉服设计师、暑期欢乐体验夜面小厨神等等,欢迎带上萌娃宝贝们于此找寻属于自己的夏日奇趣。



广告