

今年前4个月上海新增各类首店375家

## 首发经济诠释上海购物新内涵



首发经济,日益成为城市商业量级的重要参照,是吸引消费的“流量密码”,更是消费创新能力的重要体现。2023上海全球新品首发季暨静安区“五五购物节”启动仪式昨晚举行,市商务委揭晓2022年度上海市首发经济活跃指数,发布全国首份“品牌首店地图”,持续推动首发经济健康发展。

■ 2023上海全球新品首发季暨静安区“五五购物节”启动 本报记者 孙中钦 摄



首店等。

## “品牌首店地图”出炉

为了方便更多消费者探秘首店、打卡消费,2023“上海全球新品首发季”期间,中商数据与腾讯地图携手,汇总了4年来700多个代表性品牌首店,创意开发了全国第一张“品牌首店地图”,以数字化方式呈现上海这座城市各类“首店”的魅力。消费者可以通过腾讯地图App,快速便捷地查看附近的品牌首店,筛选“购物”“美食”“娱乐休闲”等分类标签,查看店铺详细信息,并一键导航前往。

“上海全球新品首发季”也成为了各区全力发展首发经济、探索消费市场新动能的竞技场。静安、黄浦、徐汇、长宁、虹口等“全球新品首发地建设示范区”纷纷围绕品牌在沪首发、落地品牌首店、设立企业总部推出支持措施和政策。

静安区依托第三方专业机构集聚的优势,充分发挥张园、恒隆广场、锦沧文华等高能级载体,积极孵化引进国际新品牌开设首店。特别是首发新地标载体张园,规划近50%的空间,专属为国际新品牌开展品牌新品首发活动。

宝山区今年在“五五购物节”启动仪式上推出针对商业品牌首店的新政策,明确对新引进的国内外知名商业品牌首店且签订租赁协议不低于3年的,经认定后,按照年租金的60%给予补贴,累计扶持金额最多达500万元。在政策+活动的有效机制推动下,首发经济逐渐成为上海这座城市的新名片,诠释“上海购物”的新内涵。

本报记者 张钰芸

## “首发首秀”格外吸睛

为助推首发经济健康发展,上海连续三年发布“本市年度首发经济活跃指数”,从竞争力、成长力和影响力维度开展客观评价。2022年度上海首发经济活跃指数为87.70,其中竞争力指数87.01,成长力指数87.87,影响力指数88.44。

三年来,上海首发经济凸显韧劲,折射消费市场新活力。而在首届“五五购物节”期间首创的“全球新品首发季”活动IP,已经成为国内外品牌推出首发、首店的新秀场和广大消费者认识新品牌、体验新业态的嘉年华。很多品牌有意识地在上海全球新品首发季期间开设首店、首发新品,不断掀起首发

经济的高潮。

记者了解到,2023“上海全球新品首发季”为期1个月,采用“1+4+N+1”架构,即举办1场启动仪式、4场集中首发活动、N场品牌主题活动和1场收官仪式,聚焦创新消费业态模式、创意消费活动场景,全力打造全球新品首发盛宴。

活动期间,欧莱雅、雅诗兰黛、伽蓝集团、资生堂、豫园时尚、BY FAR、沙夫拉特、亿宝珠宝、善宝库、欧陆之星、日内瓦之声、写意空间、弗洛思 FLOS、雅致、己光、泡泡玛特、奈娃家族、美廷 MEJJI、WOO 妮、NINA NINO、优衣库、罗莱、内野、薇姿、永久、林清轩、永璞咖啡等60多个国内外品牌和企业,将在张园和吴江路举办丰富多彩的首发

活动,开设为期1周的限时快闪。

据不完全统计,活动期间,预计300多个国内外品牌将举办首发主题活动。例如,亿宝珠宝通过限时店现场展示128克拉的坦桑石“海洋之心”,带来泰坦尼克号的爱情追忆;保加利亚品牌BY FAR全球首发88件限量款“白日梦香氛奢华礼盒”,中国同步发售18件限量款全部落户上海张园;优衣库联动华东地区超270家门店,将全球新品首发热潮辐射至长三角地区,上海南京西路全球旗舰店更是变身“五五新品专区”打卡点;百年德国高级珠宝品牌沙夫拉特,自去年参加首发季之后,今年在张园亚洲首发高级珠宝“翩跹”PIROUETTE系列,擦出百年品牌与百年地标的首发火花。

## 首店旗舰店抢滩上海

2018年初至2022年底,上海引进国内外品牌首店达到4881家,其中全球首店或亚洲首店77家,全国首店925家,数量和质量稳居全国第一。2023年1至4月,新增各类首店375家,数量规模保持全国城市首位。

据第三方机构预计,2023“上海全球新品首发季”活动期间,逾150家首店旗舰店将抢滩上海消费市场。如欧邦琪打造全球首家护理体验店以及中国首家免税旗舰店;全球首家欧莱雅PRO旗舰店沙龙落户铜仁88;雅诗兰黛手工慢香水品牌勒莱柏首店落户新天地;乐高集团推出上海数字化零售

本报讯(记者 张钰芸)聚焦当代健康需求,推出首发新品和惠民商品;传播健康养生话题,倡导健康生活新主张。昨天下午,第四届“五五购物节”特色主题活动——第三届健康消费节在第一医药南京东路店启动,为上海市民带来一场大健康的盛宴。

本届健康消费节以节日、节气、产品为主线,打造5大核心主题,分别为:免疫大作战、“咳”不容缓、拯救特“困”生、“头”等大事和“晴”彩一季,活动时间从4月下旬

## 第三届健康消费节横跨春夏两季 为上海市民带来“健康盛宴”

持续至6月,横跨春夏两季。

作为活动主办方,上海医药商业行业协会组织了全市30家主要连锁零售药房和国际知名健康品牌方,推出了数十项活动,包括名品特惠、新品首发推广、免费健康检测、智能设备体验、健康公益讲

座等;通过大型线下路演、养生产品让利、进社区便民检测等形式,营造“全城动员、全城参与、全媒宣传、全民受惠”的健康消费氛围。

“今后一个多月,本市数千家医药零售连锁门店将参与活动,推出特色商品参与各阶段主题活

动。”上海医药商业行业协会常务副会长、秘书长蒋金琪表示,上海人的健康消费支出在全国名列前茅,养生补品受到青睐,保健养生器材的热度也在上升。

本次活动的承办方第一医药联合国际知名大健康品牌强生消费者

健康推出健康消费新品种——健康护理包,涵盖多品类健康产品,满足市民集成式定制化消费需求,为上海市民的健康保驾护航。

上海首家MMC健康便利店也在第一医药南东店2楼启用,第一医药携手欧姆龙健康医疗启动MMC项目,为市民提供慢病管理服务,主要包括“体重指数BMI测试”“智慧血压管理”“动脉硬化预警”“眼底病变预警”“肺功能分析”“养肺SPA”等一站式健康管理及便捷咨询服务。

手术机器人布局全球 无人物流车远销海外

## 中国品牌在世界舞台绽放创新魅力

几天前,一台国产骨科手术机器人辅助全膝关节置换手术在西藏昌都市人民医院顺利完成。早在去年底,这款机器人就已在美国新罕布什尔州霍利斯灯塔专科医院完成首例全膝关节置换手术。一款中国制造的无人集卡产品落地泰国、阿联酋、英国、马来西亚、墨西哥等国,在全球商业交付超过数百套规模。

在即将开幕的中国品牌日上,上海本土科创力量聚焦新赛道、新动能、新消费、新场景,助力中国品牌在世界舞台上绽放创新魅力。

## 手术机器人在多地获证

骨科手术机器人由来自张江的微创医疗机器人集团研发。在品牌日现场,国产图迈四臂手术机器人将亮相,这是国内首款由中国企业自主研发的四臂腹腔镜手术机器人。

微创机器人集团常务副总裁及首席商务官刘雨介绍说,“图迈”不仅能让主刀医生有身临其境的“沉浸式环境”,还能过滤掉手部颤抖动作,确保医生拥有高质量的可见度、精确度和操控能力。今年2月,通

过5G网络,浙江的医师向距离5000公里的新疆一家手术室内机械臂发出手术指令,与当地医生配合,成功为一名当地患者实施了胆囊切除术,实现了我国5G超远程机器人人体肝胆手术零的突破。

“图迈”已在全国16个省及直辖市的37家医院累计完成近800例机器人辅助临床验证手术,覆盖胸腔、腹腔、盆腔的高难度复杂术式。团队研发的鸿鹄骨科手术机器人也连续在中国、美国、欧盟、巴西四地获证,加速全球化战略布局。

## 新能源无人卡车出海

2023年春节档电影《流浪地球2》中的特殊演员——被称为“大Q”的无人驾驶卡车将在本届品牌日现场亮相。它的缔造者是藏在上海一条弄堂的创新企业——西井科技。

这家年轻团队已成长为首家在全球范围商业交付无人驾驶车辆及系统超过数百套规模的公司,应用场景覆盖了海港、陆港、制造工厂等货运物流,其产品及服务已落地全球16个国家与地区,拳头产品是全

球首款新能源无人驾驶量产商用车Q-Truck。

“它颠覆性地取消了人类驾驶室,让车辆拥有更富裕的空间来装置更多智能设备,并拥有充电与换电两个版本,5分钟即可完成无人化电池补能,实现可充、可换、可能源升级。即便在气候恶劣、路况复杂的作业环境下,Q-Truck也能精确无误、7x24小时不停歇地为人类完成运输任务。”西井科技战略发展中心副总经理胡鸿远透露。

在西井,一些经验丰富的集卡司机转变为无人驾驶测试工程师,帮助无人集卡不断升级迭代。“在商用车无人驾驶领域,中国企业走在最前列。我们希望能带动一整条产业链上的中国企业,共同在全球树立更好的中国品牌形象。”

本报记者 叶薇