

2018 CBME 中国孕婴童展在沪开幕

新生代父母促婴童产业需求升级

7月25日,第18届中国孕婴童展、童装展(2018 CBME 中国)在沪开幕。据悉,此次展会面积增至266548平方米,展商达到3065家,包括惠氏、Swiss、小皮、贝亲、爱提力Laitap、尤妮佳、等在內的4332个全品类孕婴童品牌,携前沿产品与理念集中亮相,推动产业创新,力图满足宝宝家庭生活方式新需求。

青年报 王娟



■ 资讯

InnoSpace 开启新零售实验室

7月26日,InnoSpace 在上海开启了“InnoSpace 新零售实验室”的开幕仪式与“2018夏季联合路演”,两个项目活动的举办,标志着InnoSpace 在发展创新型孵化器战略布局的进一步完善。

据了解,此次InnoSpace 整合冯氏集团旗下的利程坊与母公司瑞安集团的资源,在上海利程坊打造了总面积约1000平米的新零售实验室,将目光聚焦在新零售和供应链两个新兴产业方向,实验室内配备专业工具车间和研发孵化空间等“硬科技”,为新零售时代的创业者与创客提供全方位硬件支持。利程坊作为供应链与零售行业的创新中枢,为新零售实验室的初创企业提供应用场景,帮助其测试与验证新想法;通过与国内外优质的加速器、孵化器与风险投资机构合作,利程坊建立了连接众多创新企业、资本及供应商的平台,为初创企业提供全面而切合所需的支援。

青年报 王娟

创新和国际化成趋势

据了解,今年的展会呈现出“新”的特点。在消费升级的推动下,宝宝家庭的生活方式发生了改变,85后、90后已成为新生代父母的主力,孕产妇美容美体、宝宝早教、亲子户外、智能家居等非传统母婴场景带来消费新需求。爱婴岛商贸连

锁有限公司副总裁高勤认为:“非传统母婴商品是对传统母婴商品的补充和延展,我们需要满足新生代父母的新需求。”

此外,更多国际品牌也在本次展会上集中亮相。仅在国际展区,就有来自美国、英国、法国、澳大利亚、西班牙、日本、

韩国、新加坡等国家和地区的展团集体亮相。在Cool Kids Fashion 上海时尚童装展上,17个国家和地区的105个时尚童装品牌,力求满足新时代潮爸辣妈对童装产品的设计感、时尚感、个性化新需求。

Kidsland 凯知乐中国董事

总经理仲梅认为:“年轻一代父母对母婴产品与玩具的要求更加多元化,对产品品质、功能性、设计感、社交性等个性化的要求更高。今年展会我们也全新引进了多款国际儿童玩具品牌及产品,满足中国宝宝家庭的新需求。”

湖南旅游来沪推介

7月25日,湖南旅游推介会在上海举行。推介会着重推介了长株潭、张吉怀以及衡阳7市州的旅游资源。

据介绍,湖南是旅游资源大省,近年来,湖南以锦绣潇湘、伟人故里为品牌,以全域旅游基地建设为抓手,着力优化产业配套,大力提质品牌景区,全面开发新业态、新产品,旅游产业发展取得了显著的成效。在旅游产品供给方面,湘西矮寨大桥,张家界大峡谷,桃花源等一大批新景区、天门狐仙等一大批新业态崭露头角。湖南交通便捷,到达上海、南京等长三角主要城市都有飞机、高铁、公路等多种交通方式可供选择。而沪昆高铁的开通,让湖南与长三角的时空距离再次拉近。

青年报 王娟

母婴营养健康获行业关注

据悉,本次展会有多个婴幼儿营养新品亮相,洪龙科技是其中之一。7月25日,洪龙科技携爱提力Laitap 幼生乐液态活性蛋白新品暨全球营养新品亮相展会,展示了爱提力Laitap 液态新品的顶尖技术,获得业界一致好评。

洪龙CEO陈光永指出,在当今时代背景下,营养品领域正面临着全新的发展机遇,爱提力活性蛋白目前作为中国婴幼儿免疫力市场领导品牌之一,已经荣获了三项世界专利,并获得2018年新西兰天然健康产品至高奖,未来,也将持续为中国消费者提供优质

的膳食营养品,让中国消费者增强体质、提升免疫力、拥有强壮身体。

爱提力发现者Rod Claycomb 博士向与会者阐述了爱提力所具备的对提高人体免疫力、抗感染、分解RNA等方面的强大功效,详细介绍了爱提力液态新品的全新突破之处。据介绍,妈适宝孕妇活性调制乳,采用新西兰南岛独特的黄苜奇异果和黑加仑活性提取物,对解决孕妇情绪和营养需求有独特效果。

此外,在CBME 展会期间,“脑科学与婴幼儿脑营养”2018中国母婴脑健康主题论

坛召开。本次论坛聚焦婴幼儿脑营养和健康发育课题,众多业内权威专家围绕婴幼儿脑营养研究共议未来发展趋势,呼吁行业重视婴幼儿脑营养并联合签署倡议书促进行业发展。

作为国内婴幼儿营养行业的领军人,本次主题论坛发起人之一,富诺健康总经理程彦在现场提到——脑部作为人体发育的枢纽,母婴营养的补充应当着力于脑营养的涉入,在其成长的关键时期提供充足且全面的营养,将为其未来的发育奠定坚实的基础。在会议现场,“婴幼儿脑营养补充从脑开

始”论点获现场一众专家们的大力支持。

中国保健协会母婴保健分会秘书长罗术寒,以《中国婴幼儿脑健康概况》为题向现场众多行业专家深入阐述了我国婴幼儿脑营养现状以及需迫切面对的诸多问题,在行业角度剖析了目前的发展现状,他指出脑营养应当从娃娃抓起,从孕期甚至从备孕开始,全面提高母婴家庭营养与健康素养。对于整个行业而言,企业应当利用自身优势,动员更多社会力量共同参与、共同促进婴幼儿营养行业的健康发展。

美团外卖推动平台商家落地团标餐盒

青年报 王霞

为进一加快团标餐盒落地,近日,上海市长宁区市场监督管理局与美团外卖共同召开“美团外卖上海团标餐盒商家推广座谈会”。现场200余位商家听取团标餐盒试点使用情况。

据悉,外卖餐盒团体标准由美团外卖、饿了么、百度外卖3大网络订餐服务平台联合行业协会、专家学者、餐盒生产商共同研讨发布,旨在推动外卖行业环境保护问题的解决。前期试点工作中,试点商家采用

生产技术较为成熟的淋膜纸碗代替塑料送餐盒,在保证送餐盒质量安全的基础上,约可减少75%以上的塑料垃圾。

“标准发布后,我们立即组织业务人员,进行培训和宣导。”美团外卖社会责任委员会秘书长杨碧聪现场表示,目前,美团外卖已经在上海长宁区投放超过20万个团标餐盒,并将逐步扩大试点至全市范围,计划今年将免费投放100万个。

作为试点商家代表,云海肴和丰收日两位商家代表在对目前团标餐盒使用情况进行介绍时表示,团标餐盒投入使用

后,提升了店铺餐盒品质和视觉形象,也收获了消费者的好评。但是,“中餐品类多样,团标餐盒规格单一,部分餐品不适用,建议未来制作不同规格的餐盒;此外,纸质餐盒在盛放汤类菜品时,容易变软,密封性有待提升。”

针对商家提出的问题及建议,美团外卖表示,在商家走访、调研过程中也发现了类似情况,已初步拟定下一步工作计划,加强团标餐盒的投放效果。

“我们相信,餐盒环保化是餐饮行业的发展趋势。”众多商

家一致表示,非常愿意带头参与、配合,共同推动行业的绿色发展。

据介绍,美团外卖已沟通供应商生产更多不同规格的餐盒以促进适配性能改进,预计8月投放使用,同时将维护更新团标产品供应商名录,并面向商家公开推荐。此外,美团点评自有商家进货平台“快驴进货”已开通团标产品购买渠道,让价格公开、透明化,加强团标供应商和商家的双向管理;8月美团外卖将试点扩大至长宁、浦东两区,并加强团标餐盒科普宣传,倡导商家主动替换。

刺猬平台做公益

7月28日,在上海市奉贤区碧海金沙海滩,知名国际青年兴趣&实践平台刺猬与仁渡海洋公益机构携手多家环保组织、企业机构以及社会志愿者联合发起的一场名为“把呼吸还给海洋”的公益事件。沙滩海洋垃圾清理、默哀仪式、海洋保护宣言等等海边实践行动,使得本次海洋环保公益活动达到了高潮,并赢得众多志愿者的呼吁和支持。

据悉,本次海洋环保公益活动也并非只限于本海滩活动,而是在全国17座沿海城市、27个海洋海滩监测点全面展开的全国性海洋保护公益活动。

青年报 王娟