



作为上海商业的航母，百联集团旗下商业版图遍布全市，商业创新引领时代变革。第一八佰伴是浦东新区商业地标，1995年开业当天迎来107万人次客流，创下吉尼斯世界纪录，其开业本身也是中国商贸业对外开放史上的一个里程碑。

百联集团始终与城市同频共振，成为时代的见证者、受益者和引领者

持续为上海经济发展和贸易投资注入新动力

2013年9月，中国（上海）自由贸易试验区挂牌运作。过去10年，上海充分发挥自贸区高水平改革开放“试验田”作用，深化集成改革和制度型开放，更深层次、更高质量融入全球经济。

2003年4月，百联集团挂牌成立，今年迎来20岁生日。值得一提的是，百联集团的注册地址正落于上海自贸试验区内，过去20年来，百联集团见证了奋进、变革、创新的辉煌篇章，完成了从量变到质变的飞跃。

更高质量的发展，更大胆的改革步子，更前瞻的全球视野……这些基因都已深深融入上海，融入自贸试验区，融入每一家自贸区企业。站在贯彻落实“实施自贸区提升战略”的新坐标上，站在新一轮发展起点上，百联集团始终与城市共振，勇立潮头、勇挑重担，持续为上海经济发展和贸易投资注入新动力、提供新经验。

跑出高质量发展之路

上海自开埠以来，商业与贸易往来就一直是中国最受瞩目的国际消费中心城市，更有其他城市无法比拟的商业文明。百年来，人往人来的南京路与淮海路，见证了多少“全国第一”“全国首创”诞生，新的商业模式、新的服务理念……推动中国商业如飞轮般快速转动。

中国商业的高质量发展，看上海。上海商业的高质量发展，则看百联集团。

作为上海商业的航母，百联集团旗下的商业版图遍布全市，商业创新引领着时代变革。在浦东新区，第一八佰伴商业地标，1995年开业当天迎来107万人次客流，创下吉尼斯世界纪录，其开业本身，也是中国商贸业对外开放史上的一个里程碑。

第一八佰伴在全国首创的“岁末嘉年华”营销，去年已度过它的第20个年头。但如果换一个角度看这场消费盛宴，消费者构成的意涵更深。第一八佰伴的“忠粉”张郁洁并非土生土长的上海人，原本在海外工作的她2016年举家搬到上海，“上海自贸试验区挂牌成立后，我所在的金融机构在陆家嘴增设了分公司，业务发展很快，这让我下决心搬到浦东并扎根下来。”

入驻第一八佰伴的众多品牌，更是切切实实享受到了“自贸区待遇”。上海自贸试验区在“进口非特殊用途化妆品实行备案管理注册”流程上大胆创新，欧莱雅就成了第一家“非特备案”企业，对于品牌而言，这大大缩短了产品在中国上市的时间，让更多新品能够第一时间摆上第一八佰伴的柜台。

是的，每一家商场的运营、商场的每一个

品牌，以及进入商场的每一个人，看似松散无序，实则都与改革开放、自贸区创新发展的宏大叙事交织，并最终成为时代的见证者和获益者。

时代大潮滚滚向前。今年是商务部确立的“消费提振年”，《2023年上海建设国际消费中心城市工作要点》提出打造“东西”两片国际级消费集聚区。在“东片区”，百联集团将推进浦东第一八佰伴分阶段提升，在临港新片区建立社区商业网络，研究高能级商业项目在浦东引领区的布局。

开出新动能创新之“花”

如果把20岁的百联集团比喻成一棵参天大树，那么，每一条枝干都在源源不断地为根系输送着能量。过去几年来，这棵大树上长出不少新枝，点燃发展的新动力——创新发展，这本就是百联集团的“显性基因”。

数字化发展，是近年来商贸集团的新课题。2015年，百联集团全面启动数字化战略，成立百联全渠道电子商务有限公司，以科技服务企业的身份，负责集团业务中台和数据中台的搭建、管理和运营。2016年，i百联全渠道电商平台上线，也搭建起百联集团的“数字底座”。

同一年，百联全渠道开始筹备跨境业务，并于2017年成立百联全球购贸易有限公司，注册在上海自贸试验区内，正式启动跨境业务。得益于自贸试验区管委会的多方指导和支持，目前，百联全球购已在中国香港建立海外仓，同时在内地设立保税仓，通过自贸区的贸易便利化政策，引进上万个海外SKU（最小零售单位），与300个海外品牌合作，与30家海外供应商、8家海外零售商开展深度合作，实现销售规模1亿元。

对于百联集团而言，全渠道不仅仅是贸易数字化的载体，更是一个科技底座，与自贸区共成长。企业相关负责人介绍，2016至2017年，百联全球购跨境电子商务项目得到自贸区2017年度专项发展资金的支持；2016至2019年，公司参与“高成长性总部经济政策”项目及“高成长性新兴服务业企业”项目，也得到自贸区管委会的多方指导。2021年，百联全渠道被认定为“高新技术企业”，去年获得“专精特新企业”称号，根据自贸区相关政策，还可以申请专项资金奖励。

百联集团不少业务的新发展，都与自贸区相关。2015年2月，上海自贸试验区首批“平行进口汽车”试点企业名单出炉，百联集团下属百联汽车服务贸易有限公司名列其中，成为第一批“平行进口汽车”试点企业，为百联汽车做强做大汽车市场打开了一条新的通道。

《工作要点》提出，上海将支持浦东新区依托化妆品产业创新发展相关政策，推进化妆品进口样品便利化和个性化定制消费；开展保税区域内外贸一体化试点；助力进口新能源车与海外同步发售……一批集成创新制度成果将在今年形成，百联集团也将迎来并力争取发展新机遇。

拼出乐享美好生活新图景

20年前，百联集团肩负市委、市政府赋予的重任，开启了在完全市场化竞争中确立巩固行业地位的奋斗征程。

二十载奋楫笃行。今天的百联集团，不断创新，硕果累累。2019年开业的百联逸刻，如今已经立足上海，深耕长三角地区；今年1月开业的百联ZX创趣场，成为百联探索商业新物种的又一创新之作，成为南京路步行街的“源代码”；还有茂昌一九二二镜界概念店、第一医药南京路旗舰店焕新归来……与上海城市经济、市民生活同频共振。

二十载春华秋实。今天的百联，已基本构建起“商业零售为核心，商业金融、商业资产、商业投资为支柱”的“一核三柱”新产业体系，形成“核心业务立足上海、发展长三角，优势业务布局全国”的战略格局，确立线上线下融合发展的新零售模式。

百联集团党委书记、董事长叶永明表示，百联提出“一核三柱”发展战略，主要基于“三个势”：融入大势，这是百联主动顺应新时代、开启新征程，贯彻高质量发展的要求，也是做强做优大型商业产业集团的战略考量；因势利导，这是百联拉长短板、补齐短板的需要；聚势而强，这是百联构建商业核心主业可持续发展能力的需要，有利于形成新的产业格局。“过去，百联的商业零售只有一份现金流，而通过‘一核三柱’产业体系的构建，百联就能更好发挥企业优势，积极探索商业模式，推动商业新科技的应用，实现企业价值最大化，与城市发展同频共振。”

当前，全球贸易正从商品贸易向服务贸易转变，从实体经济向数字经济转变，而探索贸易、投资、金融等一体化的高质量发展，高水平开放，是改革的方向。百联集团的变化，顺应的正是这个时代的需求。

“十三五”时期，百联集团确定了“改革转型创新发展”的工作主线；“十四五”时期，主线调整为“深化改革增长创新发展”，通过深化改革逐步建立市场化机制，来解决从有质量增长到高质量增长的问题。站在新的起点上逐梦而行，百联集团将把握好包括自贸试验区建设在内的重大战略契机，在国际消费中心城市建设中更好发挥“主力军”作用。

第一医药跨境业务运营两年交出亮眼成绩单，业务还将持续升级——

一罐奶粉的“自贸区之旅”

8月18日，第一医药徐汇旗舰店在徐汇百联商业中心开业，500平方米的商业空间被重新设计布局。走入其中，有不少让人眼前一亮的细节，比如，它开启了“咖啡+健康空间”的全新跨界尝试；还比如，这里出现了“跨境GO”的全新业务场景，奶粉、保健品可以通过线上小程序一键预订，货品则从保税仓直抵家门口。

第一医药变了！用总经理姚军的话来说，无论是改造后的南京东路店，还是全新开业的徐汇旗舰店，都解决了以往单一店型的潜在业务痛点，升级为满足全人群、全生命周期需求的复合型门店。

百联集团旗下有不少从历史中走来的企业，在改革开放中不断蜕变成长，第一医药就是一个典型。70年前，它是“新中国成立后上海第一家国营医药零售商店”，70年后，它蜕变成“复合型门店”，这背后是从未停歇的探索升级之路。而如果仔细观察它的业务升级，一罐奶粉、一盒保健品、一盒药品……自贸区贸易便利化的制度创新如同一颗颗种子，帮助企业持续不断开花结果。

跨境购新业务今年将破亿元

第一医药徐汇旗舰店里，“跨境GO”的主力产品是母婴产品，不少产品价格诱人。如佰澳朗德婴幼儿DHA海藻油胶囊，特价99元；雅培港版心美力母乳低聚糖益生菌婴幼儿配方奶粉，买2罐、4罐、6罐都有好礼相赠。

“对面就是国妇婴，婴幼儿产品的需求很大。”工作人员介绍，门店主要围绕母婴产品线，围绕生命早期100天来做需求对接，跨境购产品主要包括奶粉、尿片、孕妇营养素等。开业一个多月来，门店每日营业额在4万元左右，有不少跨境购的订单，还有不少新手妈妈在离开医院后，通过小程序复购，成了“忠粉”。

在南京路步行街，去年9月重装开业的上海第一医药商店二楼，一面墙上摆放着跨境GO的商品，还区分益生菌、基础维矿等品类，这里大约有100多个SKU。通过小程序下单，商品两天就能从保税仓送到消费者家中。

一个“跨境GO”小程序，扫出长长的跨境贸易链条，更是第一医药发力跨境购创新业务的新探索。“百联集团高度重视拓展创新业务，我们认为，保健品、母婴用品甚至药品的下一个风口一定是跨境商品。”第一医药相关负责人介绍，第一医药从2020年起就开始筹建相关业务，并于2021年在香港全资新设第一医药（香港）有限公司，将更多优质的海外大健康产品带给消费者。

目前，这一业务发展迅速。2021年9月走通第一单之后，2022年的销售额已达8500多万元，今年1到6月，跨境购业务的同比销售提升49%，今年有望超亿元。

贸易便利化拓展新场景

第一医药“跨境GO”的新业务得益于自

贸试验区10年来在贸易便利化上的制度创新，新业务得以拓展新场景，第一医药也成为上海第一家做跨境业务的零售药方企业。

消费者扫描下单的2C业务，是成熟的跨境电商模式，十年来的发展“一日千里”。如今，通过新型“保税备货模式”，商品可以先行运送到自贸区仓库内分拣、打包，消费者下单后即可高效通关，大大缩短物流时间和成本。

“走通跨境电商模式后，新场景也跟着来了。”第一医药相关负责人介绍，目前，第一医药香港公司已拿到DHC在抖音和快手渠道的独家运营，并在平台上开设两家海外旗舰店，搭建起从线上运营到线下发货的数字新零售矩阵，抓住年轻人的“流量”。第六届进博会期间，第一医药香港公司还计划和一批海外保健品品牌进行签约，通过跨境电商模式拿到更多跨境业务的运营权。

不仅如此，第一医药的2B业务也踩下油门。“目前我们已与天猫国际、京东健康、得物等众多电商平台签约合作，随着企业自身资质的完善，今年将正式涉足跨境药品这个热点行业。”相关负责人告诉记者，“百联速度”生效，一方面得益于七十年来第一医药品牌在行业内深耕细作，有很高的知名度和美誉度，另一方面也是自贸试验区制度创新给企业带来新场景、新机遇。

自贸区新政为业务升级打开想象力

一盒奶粉、一盒保健品只是第一医药跨境业务的起点，下一步，企业瞄准的是跨境药品零售业务，“如今，自贸区的制度创新越来越多，开放的脚步越来越快，我们要利用好各项红利，让它变成企业发展的动力。”

说这话，是有底气的。今年3月，《上海市促进外贸稳增长提质量的若干政策措施》发布，在推动跨境电商创新发展方面，明确提出“支持上海自贸试验区内企业开展跨境电商零售进口部分非处方药品及家庭常用医疗器械业务”。今年7月底，《洋山特殊综合保税区跨境电商销售药品和医疗器械试点工作机制实施方案》出炉，为这一跨境业务试水指明了方向。

“第一医药跨境购OTC药品和医疗器械拟申请入驻洋山特殊综合保税区，并同步申请线下门店空盒陈列展示跨境购OTC药品和医疗器械。”相关负责人畅想，企业将通过洋山特殊综合保税区试点企业，向境内销售跨境购OTC药品和医疗器械至个人消费者，同时，第一医药所有满足要求的跨境OTC药品和医疗器械均在上海口岸清关，具备追溯体系，满足境内最小包装单元可追溯、可核查，全力做好国货跨境电商业务。

第一医药商店前身是新中国成立后上海第一家开业的国营医药零售商店，如今公司正持续探索升级，迸发出源源不断的活力。

