
“品上生活”浙江首店。

上海生鲜巨头跨省第一站 为何落子宁波？

11月11日，在宁波复悦城B1层，原盒马鲜生铺位换上了全新招牌——清美集团旗下生鲜超市“品上生活”浙江首店正式开业。

这也是该品牌继去年7月在上海开出全国首店后，首度走出上海布局省外。

跨省首站“落子”宁波，背后有哪些考量？

1 开业首日探店
“明厨档口”成客流核心区

当天一早，宁波复悦城的B1层入口处就已人山人海，不少市民专程赶来打卡这家被网友称作“沪版胖东来”的生鲜超市。

当记者抵达“品上生活”宁波首店时，明厨区内的几个热门档口前已经排起了长队——手工油条档口的师傅双手翻飞，刚炸好的油条金黄蓬松；烘焙区刚出炉的可颂、吐司上架10分钟就售出了一半；现包面点的玻璃档口前围了不少人，黑土猪肉包出锅没几分钟就售罄。门店内侧设置的用餐区几乎坐满。

这家超市，像把菜市场、早餐铺和社区食堂叠进一层楼里。

此次新品牌入驻，并非简单的场地重启，而是对“空间逻辑”的重新梳理。

值得一提的是，“品上生活”宁波首店接盘的是原盒马鲜生复悦城店铺位。今年3月，原盒马门店因合作协议到期闭店。

不同于上海部分大店的布局思路，宁波首店面积控制在3000平方米，缩减了非必要的百货陈列面积，更适配宁波本地社区型与区域型商圈的消费特征。

不少人的直观感受是“菜场级性价比”。这种低价并非短期开业促销带来的短期效应，背后依托的是清美集团“自种、自养、自产、自销”的全产业链壁垒。

不同于部分生鲜超市追求SKU（库存保有单位）数量的扩张思路，“品上生活”宁波店把核心资源集中在“鲜”与“现制”两个维度，用高频的餐饮化生鲜品类带动低频标品销售。

这种把“菜市场烟火气”和“明厨现制体验”深度融合的场景模式，也恰好契合了宁波消费者对生鲜消费的高敏感度需求。

2 长三角生鲜竞赛
宁波成异地复制“试验场”

“品上生活”落地宁波，也是该品牌首次走出上海、落地省外市场。

事实上，清美此前已对外确认杭州、宁波、苏州三地同步启动选址，最终宁波成为首个落地的省外城市，这一选择背后有着清晰的市场逻辑。

从山姆会员店、开市客、快乐猴，再到盒马直营门店、小象超市……宁波目前已经集齐会员店、新零售大店、社区折扣超市等几乎所有主流生鲜业态。

各路玩家多年的市场培育，让本地消费者对性价比、服务体验等都形成了成熟判断。

扎实的消费实力、集中的优质客群，加上体验式生鲜大店仍存在的市场空白，让宁波成为外来零售品牌打磨异地门店模型的最优选择。

按照“品上生活”的扩张规划，品牌将以上海为基础打磨出3000平方米社区店、5000平方米标准店、上万平方米旗舰店三套成熟模型，以宁波为“桥头堡”验证异地复制能力，站稳脚跟后再逐步向杭州、苏州等长三角城市推进。

在行业观察人士看来，“品上生活”入甬，标志着长三角生鲜零售的竞争已经从单点门店的场景比拼，转向供应链底盘的长期较量。

作为各路新品牌的“试验场”，宁波或将持续迎来更多差异化业态的落地，本地生鲜消费市场的竞争也将进一步向纵深推进。

记者 史娓超 文/摄

校企合作 让一颗香榧“物尽其用”

鄞州职业高级中学的杜乐飞老师最近收到一个好消息：在与全国216个项目同台路演之后，他们的“‘榧’同寻常”项目闯入了2026“华创之星”全国创新创业大赛的总决赛。

这是由鄞州职高师生团队携手宁波诺丹农林科技公司，历时大半年研究，收获十余项专利的一个农业落地项目，项目核心是实现香榧的全果高值化利用。


师生走进香榧林。

缘起：企业老总带着问题找上门

项目的缘起，是宁波诺丹农林科技有限公司总经理张毅带着需求主动找到鄞州职高杜乐飞老师。对方希望通过校企合作，找到香榧全果利用的方法。

张毅经营香榧多年，公司与人合作在贵州设立了香榧生产基地，5万余亩香榧林、80万棵树已经种植10多年，如今正到了收获期。但张毅也面临一个难题，传统的香榧产业，有价值的仅仅是果仁，而实际上，香榧鲜果去壳、去仁，剩下的那层肉质假种皮，占鲜果重量的四成。贵州基地里，大量的假种皮堆在村口、烂在地里，不仅浪费，甚至还会造成污染。

“我之所以找到杜老师，是无意中了解到杜老师推进了多个校企合作项目，且在专利申请方面很有经验。我们之前也调研过，香榧的假种皮、黑衣都可以开发利用，前者可以做成精油，并继续生产洗护产品，后者含有药用单体。我们找到鄞州职高，希望通过校企合作进行开发，申请专利。”张毅介绍。

双方一拍即合，诸丹农林带来了真实的生产工况、原料、难题和经费，杜乐飞及学校师生团队邀请了浙江科技大学、中国计量大学的教授专家一起，开展技术研究与产品设计、专利申请。

根据方案，一颗香榧被拆成四份：果皮提取精油和黄酮，提完油的残渣再磨成粉，压制成天然卫生香、蚊香；香榧仁40℃以下低温冷榨；黑衣提取香榧酯与海松二烯酸；渣和壳做发酵饲料、活性炭。从青皮到黑衣再到最后一点残渣，每一层都有去处，从而实现全果利用。

目前，团队已完成11款产品打样，横跨精油、护肤、日化、食品等方向，并注册“贵榧”等商标5件。

专利：从真问题里“长”出来

杜乐飞向记者展示了团队已提交的发明专利申请6项、实用新型与外观设计专利12项，这些专利形成了“工艺—装备—产品”的知识产权组合。其中的核心发明包括：假种皮连续联产提取精油与黄酮、黑衣同步提取香榧酯与海松二烯酸、红豆杉协同改良低温冷榨香榧油等。

“专利不是坐在办公室想出来的。”团队中的另一名指导教师杨剑说，为了把精油得率从0.6%提高到1.2%，团队在蒸馏温度、压力曲线、破壁方式上试了上百组参数。

目前，这套工艺还没有上产线，按双方规划，下一步先建起50公斤/批次的中试线，用真实生产原料连续验证精油得率、单体纯度与全果利用率。再往后，双方想把实验室直接搬进学校——企业出设备、出课题，学校出场地、出师生，让学生在校园里就能接触真实的产业问题，教师也不必两头跑。

这个项目里，学生不是“参观者”。参与的学生跨生物工程、精细化工、数控技术、计算机应用、市场营销5个专业，他们在学校老师、校外专家的带领下，辅助AI技术，将以前没有碰到过的问题一点点去学习、攻克。

“学生更多参与的，还是外包装的设计，和专利文书的撰写。”杜乐飞介绍。因为有事情做了，学生的变化肉眼可见，过去，他们等老师讲，现在，自己找问题，提方案。

在鄞州职高，这样的项目不是孤例。近年来，学校把专利研发嵌入日常教学，推动教师扎根企业一线，把真实的企业难题变成课堂课题；专利权人主体也呈多元化趋势——既有学校自主持有的，也有代合作企业申请、权属归企业所有的。

记者 王伟 通讯员 俞巧波