

## 2021第十届上海零售风云榜



### One ITC

徐汇区华山路 1901 号

#### 关键词: 高端潮流、网红地标

One ITC 展现一个极致奢华、高端优雅,散发未来感且充满活力的商业形象。

One ITC 地处华山路,其 180 米风景线齐集国际一线高端品牌旗舰店,其精致奢华的店铺设计,将传统城市街景与现代建筑理念完美融合,无不投射出徐汇核心商业区的文化底蕴和现代内涵。One ITC 商场面积逾 3 万平方米,汇聚逾 138 个国际级高端品牌旗舰店及热点网红特色餐饮,其中 1 成品牌首次进驻中国及上海,更有逾 5 成品牌首度进驻徐家汇商圈,集合超全殿堂级的高端时尚服饰

品牌,包括路易威登(Louis Vuitton)、古驰(Gucci)、赛琳(Celine)、圣罗兰(Saint Laurent)、华伦天奴(Valentino)、亚历山大·麦昆(Alexander McQueen);精致奢华珠宝首饰品牌尚美巴黎 Chaumet (中国最大店铺)、蒂芙尼(Tiffany&Co.)、万宝龙(Montblanc)、戴比尔斯(DeBeers)、肖邦(Chopard)、御木本(MIKIMOTO)、劳力士(Rolux)等,超全极奢品牌阵列令 One ITC 立在高端前沿。

另外引入多间特色食肆及超人气网红打卡餐厅,包括中国首家 The Cut Meastery、新加坡黄亚细肉骨茶、京都著名吐司 Grand Marble、花厨(首次进驻上海的网红餐厅明星打卡点)、Kiki noodle (著名影星舒淇代言)、Essentials、凑凑火锅、Manner Coffee 等,让“吃”变得不简单,网红打卡餐厅店 GAGA、法式传统面包店 Pain Chaud、人气餐厅陶陶居,为魔都时尚美食潮咖带来新一次的星饌体验。

#### 获奖寄语

新鸿基地产旗下超重量级商业地标 One ITC,为传统零售商业区徐家汇注入全新活力,引领整个徐家汇商圈迭代升级,并利用得天独厚的地理位置及完善的交通网络,努力打造成为内地乃至全球新新瞩目的地标商厦。

新鸿基地产代理执行董事 冯秀炎



### 上海新世界大丸百货

黄浦区南京东路 228 号

#### 关键词: 更多尝试、不断突破、潮流引领

打造高端精品百货标杆,引领时尚生活品质地标

上海新世界大丸百货是黄浦区国资控股与日本著名老字号百货公司大丸松坂屋合作打造的高端精品百货店,位于南京路步行街东段与河南中路交汇处,毗邻外滩,地理位置得天独厚,于 2015 年 5 月 15 日正式开业。

上海新世界大丸百货拥有十二部升龙旋转电梯,与众不同的开合式玻璃穹顶和巨型 LED 屏幕,超大中庭商业空间及五星级妈咪小屋等各类人性化的服务设施等。商场内云集了众多国内外知名品牌,包括 GUCCI、Bottega Veneta、Salvatore Ferragamo、Burberry 等奢侈品牌。

2018 年新九百货首次明确了自己的化妆品战略——打造成为上海第一的专业化妆品品牌销售场所,占据全国化妆品第一梯队。为此,2019 年商场进行了一次“大升级”,一口气引入新品牌 21 个,增加了海蓝之谜、YSL、朵梵、FRESH 等品牌。在此基础上,2020 年商场又引入了高端护肤品牌“莱珀妮”以及时尚彩妆品牌 NARS,整体化妆品品牌增加到 66 个,一跃成为上海化妆品品牌最多的商场。化妆品在这里集聚,消费也在这里爆发。数据显示,截至今年 9 月新世界大丸百货化妆品类销售额完成 6.47 亿元,预

计今年将实现化妆品销售 10 个亿元;截止今年 9 月商场销售额完成 17.8 亿元,全年销售预计可达 26 亿元,是开业首年的五倍。开业 6 年多的上海新世界大丸百货实现了销售额的倍数递增。

以“打造高端精品百货标杆,引领时尚品质生活地标”的企业愿景为方向,传承和发展“商业为本、文化为魂、互动为带、商文并茂”海派经营文化;以会员制营销为核心,走创新营销之路;秉持“礼仪为先、顾客至上”的服务理念,铸就“环境美、品牌佳、服务好、文化高”的百货新形象。

#### 获奖寄语

透视新九百货六年来每一步的升级,都围绕着更新更潮的方向探索和前行,这与上海购物的发展路径极为吻合。无论是“上海购物”三年行动计划、“国际消费中心城市”建设目标的高屋建瓴,还是南京路东拓、五五购物节的落地有声,都为商场转型提供了最有力的支撑,作为身处于滚滚商业大潮中的新九百货,能极度感受到它的内生动力。

上海新世界大丸百货总经理 章懿



### 上海世茂广场

黄浦区南京东路 829 号

#### 关键词: 潮流、体验、购物、美食

沪上人气潮流地标

上海世茂广场位于南京路步行街起点位置,定位“魔都潮流枢纽”,自 2018 年焕新开业以来,洞察“Z 世代”核心人群的多重诉求,从内容升级、场景优化、运营创新等多方面持续优化。

作为囊括全球品牌旗舰店最多的购物中心之一,上海世茂广场汇聚了 NIKE 全球旗舰店、m 豆巧克力世界亚洲唯一旗舰店、乐高亚洲首家城市中心旗舰店、Dior 迪奥香水化妆品全国首家精品旗舰店、SEPHORA 丝芙兰

亚洲首家概念店、星巴克臻选店、全球美妆集合店 PRAYTY 朴荔、阿里巴巴大文娱旗下生活方式品牌“另物 KOILAND”全国首店、全国首家第三代沉浸式剧场博物馆“凡尔纳魔幻公馆”等;网罗了炙手可热的品牌主题概念店及潮牌店铺:Champion 上海首家旗舰店、西西弗中国首家旅行主题书店、中国首家 MOUSSY VINTAGE、上海首家 INXX 标杆店、Sprayground 中国首家形象店、潮流品牌 tokidoki 潮牌概念店、避风塘首

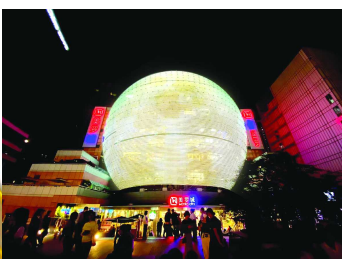
家国潮店等。开业以来,多家品牌屡次冲顶全国月度销冠,多家餐饮品牌月销售额超过 100 万。

上海世茂广场在市场活动上不断创新,今年举办多个潮流 IP 展,诸如:敦煌博物馆“飞天潮禧”主题展、首届 CCG 潮玩手办设计大赛、FARMER BOBxRICO 全国联名首展、ROY6 “造乐源动力”华东首展、泡泡玛特 SKULLPANDA 人生如戏全国首展等,都是时下年轻潮人热衷的潮流互动体验。

#### 获奖寄语

世界“潮”这看,上海世茂广场将本土文化认同与世界潮流相结合,持续引领南京东路年轻化,为消费者带来“消费品牌最新潮”、“市场活动最创新最前沿”的购物体验,构建年轻、潮流的社交空间。

上海世茂广场项目负责人 陈晨



### 美罗城

徐汇区肇嘉浜路 1111 号

#### 关键词: 休闲娱乐,乐在美罗

美罗城,集文化娱乐、潮流购物、休闲美食为一体的都市型 SHOPPING MALL,不同风格的特色主题街让人流连忘返。

美罗城定位于“年轻、文艺、潮流、活力”,是集文化娱乐、潮流购物、休闲美食为一体的都市型 SHOPPING MALL,晶莹剔透的巨型“水晶球”成为魔都潮流的地标。

开业至今,美罗城坚持自己“文化娱乐,休闲体验”的市场定位,通过把不同品牌、不同业态有机组合,破界、立新、联名,形成潮流时尚的策源地。

作为上海潮创文化的商业地标,美罗城坚持“文化引领商业创新,潮流

助力品牌求新”的发展之路。在自身的平台上,透过文化主题,附加人文价值;创新文化概念,引领改“潮”换代;形态上构建适应差异化个性化、沉浸体验的消费趋势。“街、道、廊、坊、庭、院、里”立体化街区式购物中心的打造,使逛街多了乐趣;而业态上推进与徐家汇商圈内各商厦的错位竞争,形成“吃、喝、玩、乐、逛”都市型一站式体验性消费结构,让卖点更加精准聚焦;在内涵上开掘商业文化的深度。传承文化基因,注入潮流元素,把 Z 世代

的目光定格在时尚潮流的美罗城。

同时持续推进优质服务,坚持满意消费在美罗,营造一流营商环境。近期我们与上海久事集团联手,打造“屋顶商业+体育业态”跨领域布局,在顶楼打造了一座“空中足球场——艺星球”,绿茵场和蓝天相辅相成,让球迷们于空中尽享踢球趣味。届时将有更多体育界大咖和 IP 项目刷爆社交圈的潮流地标。

美罗城希望能够与大家携手,探索未来的潮流风向,定义潮流新地标!

#### 获奖寄语

感谢主办方颁发给美罗城文艺潮地奖,同时感谢一直以来支持和关爱美罗发展的广大消费者!面向未来,美罗城正不断培育新品牌,规划新空间,把握新经济,提升新能级,保持战略定力,坚持迎难而上,打造潮流消费标杆地、新兴消费引领地、多元文艺集聚地,全力打响“上海购物”品牌,助力上海建设国际消费中心城市。

美罗城董事/常务副总经理 徐明