

前滩公园巷点亮温暖街巷

用一条“钱家滩路”串联起生态、商业和生活,前滩公园巷以适宜的尺度在匹配浦东规划的同时,营造出浦东少有的弱距离亲切感,让街巷的生活气息由此成为可能。一条“温暖街巷”,它的日常由休闲咖啡、轻户外运动等多种潮流业态组合而成;各类主题活动期间,则可以在街头充分接触多元文化与生活方式的魅力。

一条宽 12 米的马路,合理规划出自行车停靠点、宠物友好设施、游客休憩区和精美的店铺外摆空间。漫步其中,不论是温馨休闲的沿街商户,还是灵动俏皮的美陈,抑或是积木般随意拼接的休闲座椅,都传递出一种美好松弛的氛围,感染每个行经此处的人,带给他们久违的放松与惬意。而当人们的视线焦点移至街道上方的连廊空间时,又会被项目内的地标性公共艺术装置“无尽之旋”牢牢吸引。它的灵感来自于纽带和莫比乌斯环,大气灵动的红色线条向外延伸,延伸到路面和街道,甚至是小小的宠物友好标志,赋予街道温暖与活力的同时,似乎城市街巷与商业空间的无限可能也正随着这抹红色徐徐展开。

由于城区规划和历史文化发展的原因,富于生活感的项目



与品牌一直较少进驻浦东区域。随着此次前滩公园巷的开巷,多家上海、全国首店纷纷进驻浦东,他们携带不同的文化与经营理念,与前滩公园巷的街巷场景碰撞出全新的商业面貌。让穿街走巷的生活故事,在这里经营起来。

未来,前滩公园巷也会联合更多商铺策划主题活动,通过深度精细化运营、新客拓展与社群互通,合力形成资源互配,实现社群文化与街巷文化的生长共建。

联华将成为阿拉的“社区生活家”

让市民能以实惠的价格买到高性价比商品……日前,联华超市上海惠南店经过调改后重装开业,门店从商品效率、展示陈列、专业能力及优质服务,紧贴周边居民的日常需求。除了惠南店外,联华大沽店和威宁店作为样板模型门店也已完成焕新。通过对商品结构、陈列布局、服务体验等多方面的梳理优化,联华超市已成功精细化区分出这 3 种更加符合市场需求和消费者偏好的新型门店模型。

作为此次焕新启程的样板店,世纪联华中环店在筹备期间就备受瞩目,其在商品结构、购物环境和服务水准、智能化等凸显了多元化呈现,以满足不同消费者对品质生活的全新体验。店内首次启用的智能购物车,更是通过数字化手段,带给消费者更多交互式体验,为大众提供了更加便捷、智能的购物环境。此外,中环店还推出 3 公里商圈内“买贵退差”等多项无忧服务,让消费者买得更放心。

自 1991 年进入上海以来,联华目前在全国共有 3300 多家门店,联华凭借亲民的品牌形象和对消费者需求的深刻理解,联华正逐步建立起一套全新的零售体系,为消费者提供更加便捷、高效、优质的购物体验。



联华在其迎来 33 岁生日之际,将会迎来全新焕新:联华标准超市业态以社区型大店、社区型小店、流量型门店为 3 个基础模型进行焕新;世纪联华大卖场业态则以中环样板店焕新为出发,到今年年底,将对上海 20 多家世纪联华进行焕新切换。此次联华的焕新计划,不仅是一次对联华门店的全面焕新升级,更是一次对零售模式的创新探索。

根据社区居民的日常需求,主打“天天低价”,重点推出粮油、生鲜等品类,店内 3000 多款商品的价格直降 10%-20%,

上海吃货博览会汇聚本土特产

来自 9 个涉农区的两百余种特产齐聚上海展览中心,在上海糖酒集团 x 2024 年上海吃货博览会上,共同打造上海特产新系列,为本土美食打造展现舞台。



这些来自全市机关企事业单位的年轻干部,自去年 7 月驻扎到上海各郊区农村后,挖掘、发现出大量本地好物,而其中很多都没有打开市场。通过本次展会,还促成了与集采平台的长期合作,光明商业供应链与村书记代表们签署了战略合作协议,同时打开线上线下的市场渠道。不仅如此,本次展会还引入各省市尤其是对口支援省市的地产好物进上海,助力乡村振兴。在为期三天的吃货盛会中,大家还能接触到上海餐饮行业领军人物的创新产品。今年的吃博会,将世界技能博物馆请到了现场。西餐、烘焙、糖艺西点三大项目,不仅能近距离看到现场演示,还能第一排试吃到匠人作品,一饱口福。吃博会期间的另一大亮点——咖啡行业盛会同步进行。云南农业大学副校长、云南省咖啡产业技术体系首席科学家李宏,制造中国人自己的咖啡机——咖爷科技董事长、总经理吴鹏,印尼 Tomoro 咖啡总顾问龙杰,3 位咖啡行业领军人物,从“源头”、“设备”、“未来”分享干货,帮助快速了解咖啡行业内幕,与中国连锁经营协会行业政策研究专家楚东、金拱门高级总经理罗伟共襄圆桌会议,围绕“”的主题,分享行业前沿信息、资深观点。

本次活动助力乡村振兴,集聚上海郊区农村的好物,增加新场景,新业态,新品牌,培育具有全球吸引力的高能级流量型消费类展会,提升国潮品牌的影响力,助力上海消费升级,促进经济内循环。同时聚焦咖啡产业发展,助力咖啡行业培养技能人才,为上海咖啡文化营造良好氛围,助推上海咖啡产业高品质发展。



前滩太古里“Let's Art Well”艺术季正式启幕

以多元之美洞见都市奇想之旅

2024 年 10 月 16 日至 11 月 17 日,前滩太古里“Let's Art Well 艺游好生活”艺术季再度闪亮回归。伴随着中国上海国际艺术节的热烈氛围,前滩太古里携手 Meta Media 超媒体集团举办第二届超媒体艺术节 (Meta Media Art Festival),深度链接前滩商圈,并联动浦东美术馆、前滩城市音乐季等多方资源和活动,于都市公共空间的不同点位生动呈现众多国内外艺术作品与演出。前滩太古里综合艺术、数字、科技、竞技等元素创新迸发多元艺术形式,将奇妙雅致的艺术奇想融入消费体验生活之中,让商场内的公共空间成为文化交流的舞台,为消费者构建在游逛间感受世界艺术纷呈的美妙体验。



围与沉浸艺旅体验。

法国艺术家洛朗·佩博斯 (Laurent Perbos) 以著名的古希腊雕塑《米洛的维纳斯》(Vé nus de Milo) 为灵感,为六座维纳斯雕像的复制品衔接手臂。每座雕像都持有象征着不同奥运会项目的运动器材。艺术家通过极具生命力的艺术创作形式,对经典艺术与运动姿态进行当代诠释,使其成为体现坚韧、驱动力、自我超越精神的化身。展览期间,消费者穿梭在交错伫立的雕塑之间,犹如游逛于艺术场馆之中,洞见国际文化友好交流的艺术盛景,感受艺术与竞技交融的消费体验氛围。

作为本次艺术节首席合作伙伴,梅赛德斯-AMG 对速度的追求和对极致的热爱,与巴黎奥运传递的竞技精神交相呼应。在梅赛德斯-AMG 艺术空间中,建筑设计师张朔炯以“极速流光” (Motion Blur) 为灵感,为空间造型赋予时空的流动连续性、静止与动态的张力,打造一个融合极致速度与动态美感的超现实时空;艺术家吕思斯结合梅赛德斯-奔驰参加汽车赛事运动 130 周年的历史,呈现声音、视觉和空间多媒体作品,以特效视觉影像与声效设计打造丰富的视听体验,与艺术空间中央的全新梅赛德斯-AMG CLE 53 4MATIC+ 轿跑车形成一个和谐共生的有机体。

在此次艺术节中,前滩太古里不仅展示了

洛朗·佩博斯的雕塑作品和霓虹灯特别版,还邀请了十余位国内外先锋艺术家,通过多元媒介形式,聚焦当代社会议题,拓展艺术实践的边界。其中,陈英杰在前滩太古里现场即兴创作的巨作画幅《天满意色》、武子杨和马克·拉莫斯 (Mark Ramos) 的实时模拟 + 集体创世网络游戏《未来_预报》、施政的影像装置《停悬于汇集处》和善良的装置作品《Zeele 非人类补充计划》等多个形态各异的作品,展现了科技与艺术深度融合的无限可能。

前滩太古里以文化艺术赋能消费体验为内核,致力于将都市公共空间打造成多元文化交流对话的舞台,通过将艺术和文化融入城市空间的创新变革,构建文艺氛围浓郁的消费场景,让更多消费者在畅游漫步间收获美好生活灵感、享受沉浸式文化消费体验。

多方资源汇聚 多元艺文活动迸发“艺游好生活”

在艺术季期间,前滩太古里不仅将艺术展品呈现于商场公共空间的不同点位,更联动浦东美术馆、前滩城市音乐季等多方资源,举办艺术展览、文化论坛、文艺演出等丰富多样的活动,为消费者提供与艺术亲密接触的机会。深度联动“音为你·2024 前滩城市音乐季”,于商场中呈现更多音乐文化演出,以歌舞文化为媒介,提升空间视听体验和消费体验。

前滩太古里将继续秉持“Wellness 用心好生活”的理念,以利他精神为核心价值观,在都市公共空间内不断探索艺术呈现的可能性与多元性,推动浦东新区文旅体展深度融合,将艺术作为链接消费者的重要媒介,落地更多文化与零售深度融合的文化消费场景。与此同时,前滩太古里还将不断提升服务质量,构建更加国际化、高品质、有调性的消费体验场景,塑造“国际友好”消费名片,为浦东品质生活的发展持续助力。

(梦欣)

