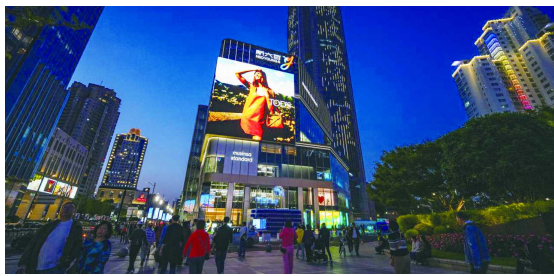


## 新六百 YOUNG 点亮徐家汇

正值“五五购物节”启幕，徐汇区立足服务全市大局，以“创新徐汇、品质城区”建设为抓手，落实扩大内需、深化国际消费中心城市部署，将商业升级作为区域高质量发展引擎，徐家汇商圈迭代焕新成为关键载体。

新六百 YOUNG 承载着区域商业迭代、消费提质与城市形象升级使命。日前，其启幕暨 2026 年徐汇区五五购物节启动活动在商场 1 楼中庭举行，现场气氛热烈。活动开场，儿童与青年舞者活力表演，多元场景展现商圈新貌。徐汇区领导为五位行业专家颁发“品质徐汇·商业发展特邀专家”聘书，专家代表分享前沿观点。随后，商圈载体更新成果发布，载体代表构筑“徐家汇商圈之树”并致辞，品牌代表分享合作愿景，游牧起源、乐高等核心品牌代表集体亮相，共同启动开业装置，标志着新六百 YOUNG 正式启幕，购物节系列活动同步开启。

焕新后的新六百 YOUNG 聚焦四大板块，打造新都市家庭精致生活体验商业，业态重心向体验式、互动式倾斜。以精细化品牌落位构建完整家庭消费生态链，与周边商业错位互补。MUSINSA STANDARD 中国旗舰店与 MUJI 城市旗舰店构成潮流主轴；汤姆猫亲子乐园等构建亲子成长与健康关怀场景；拉蒂娜等品质社交餐饮满足多样需求。泡泡玛特全国首展等 IP 活动强化体



验感，实现一站式家庭消费闭环。“牛马精神便利店”还推出宛平南路 600 号文创产品。

新六百 YOUNG 开业狂欢开启，分阶段发放多业态权益包，投放超万团购券，全场低至 5.5 折起，叠加品牌专属福利。还有消费双倍积分、满额免费停车等礼遇，点燃消费热情。项目还打造泡泡玛特、乐高双 IP 首展，搭配丰富活动，满足潮流打卡、家庭玩乐等需求，打造潮流生活目的地。

从上海国际消费中心城市建设全局看，新六百 YOUNG 开业是中心城区“城市更新 + 商业升级”的典型范例，是徐家汇商圈迈向世界级消费商圈的重要里程碑，为城市消费注入新内涵，搭建新载体。

## Costco 开市客升级 精细化中国会员服务

国内仓储式会员超市竞争持续升温，Costco 开市客于中国大陆正式上线黑钻高级会员体系。该体系在全球已成熟运营，落地国内后升级权益力度，推出全球最高 3% 消费返利，并叠加多场景生活服务权益，标志着开市客在国内迈入会员精细化、多元化运营新阶段。品牌表示，未来将持续完善本土会员服务，深化与消费者的信任联结，打造超预期的会员消费体验。

在核心消费回馈上，国内黑钻会员返利比例达 3%，高于海外市场 2% 的标准，按商品未税金额计算，年度返利上限可达 7200 元，为高频消费用户提供稳定、可预期的消费回报。会员体系升级兼顾新旧用户权益，新用户可直接申办，原有金星会员可根据剩余会籍周期折算费用升级，升级规则透明灵活，保障各类会员权益。

与此同时，黑钻会员专属福利丰富，年度可领取最多 6 张线上购物运费补贴券，有效降低线上采购成本。会员返利支持主卡与亲友卡共享，返利金额可直接用于购物抵扣或缴纳会员费，大幅提升权益实用性与灵活性。

除购物返利外，开市客打破传统零售边界，拓宽会员权益场景。依托优质第三方服务商资源，黑钻会员可享受高铁贵宾室、车辆洗护、家政服务专属优惠，将会员权益从线下商超延伸至出行、家庭生活等多元场景。同时品牌优化升级线上 APP，全面提升会员数字化消费与服务履约体验。

伴随国内高端消费群体持续扩容，消费者对会员制零售的附加服务、体验感要求不断提升。开市客引入成熟黑钻会员体系，精准匹配高客单、高频本土消费者需求，提升核心用户活跃度与消费价值。通过差异化、多维度的会员权益升级，开市客进一步夯实市场竞争力，在行业内卷态势下，以精细化会员运营构筑零售服务新优势。



## 浦东嘉年华释放消费新活力



为提振消费信心、释放潜力，浦东新区借第七届上海“五五购物节”契机，推出“浦东嘉年华—购物狂欢季”系列活动，融合三重优惠、联动全业态资源，打造全民消费盛宴。

本届购物节发放“乐购浦东”消费券，采用“线上抢券 + 线下即领即用”模式，新增机场免税店即碰即用券，联合银行推出银行卡消费补贴，实现“消费券 + 银行补贴”双重优惠。消费券覆盖 1400 余家商户，涵盖服饰、化妆品、黄金珠宝等热门品类，设置四种满减金额，分五轮投放，首轮 4 月 30 日发放，后续每周五发放。招商银行、农业银行推出专属优惠，如农行信用卡在比斯特上海购物村满 1000

元立减 66 元，招行 66 元购 100 元商圈消费券等。针对出入境客群，免税店专属券满 1500 减 120 元，每日定时投放，浦东机场同步推出满额送券、抽奖等活动。

创新推出“乐享世博”票根联动消费券，市民在世博前滩区域内文体活动现场，通过支付宝“碰一下”领取消费券，享受周边商业体及文体场馆折扣或购票补贴，构建文旅商体融合消费新格局。

核心商圈亮点纷呈，第一八佰伴全场 3 折起，陆家嘴中心全品类促销，九六广场 9 积分秒杀券，前滩太古里联动美妆节，世博源周年庆打卡福利。奥特莱斯商圈福利加码，比斯特上海购物村超 200 家品牌春日礼遇，佛罗伦萨小镇满额赠券。社区商场便民惠民，长泰广场 66 团 100 元券，陆悦天地“花花节”满减优惠，新达汇三林团券活动，森兰商圈满减活动。

LU1885 陆里精彩焕新开街，举办“开醺节”，近 30 家酒吧快闪。新嘉中心开业促销，团券、积分、抽奖等多重权益。前滩公园巷、即墨路限时步行街推出主题市集，融合美食、文创、潮流。陆家嘴商圈文商共融，国金中心潮流花艺打卡，正大广场环保艺术活动。前滩世博商圈花漾活动，度假区商圈春日市集，社区商圈邻里生活节，多点齐发延长消费链条。

## 百联奥莱“悦享之旅”启幕 20 周年庆

从崧泽文化的诞生地上海青浦起步，走向全国九城十店，日前，百联奥莱迎来开业二十周年里程碑，一场多元庆生活动正式开启。启动仪式环节，青浦区委书记王平，区委常委、副区长叶靖，副区长陈锡琦，与百联集团党委书记、董事长、总裁濮韶华，百联股份党委书记、董事长张申羽，百联股份党委副书记、总经理曹海伦共同登台，宣告青浦百联奥莱五五购物节暨 20 周年庆活动盛大启幕。

活动当日，2026 上海体育消费季首发式率先举行。百联股份推出“尚嗨运动 5000 万元主题消费券”及“悦享之旅”二十周年庆活动。即日起至 5 月 31 日，5000 万元线上消费券全国同步发放，提前点燃购物热潮，也标志着“巅峰之夜”开启。

“二十载深耕经营、稳扎稳打，实现从行业新锐到业绩标杆的跨越；二十载迭代创新、提质升级，构建从购物场景到生态融合的范式；二十载载誉前行、不负信赖，收获行业与社会广泛认可。”濮韶华以“三个二十载”回顾项目发展历程。2006 年青浦百联奥莱开创国内开放式奥莱先河，率先打造“奥莱 + 微度假”模式，自 2012 年起连续 14 年蝉联全国奥莱单店销售额第一。2025 年销售额达 63 亿元，离境退税销售额突破 5000 万元。目前项目集聚 400 余个品牌，拥有 400 余万会员，年客流超千万级，成为区域消费枢纽。

濮韶华透露，青浦奥莱迭代升级不停步。投资近 10 亿元的二期工程即将竣工，融合崧泽文脉与江南水韵，打造“无界场”复合空间。落成后总建筑面积将突破 20 万平方米，新增品牌逾 100 家、停车位 1500 个。耐克优选店曾创中国单日销售纪录，首发经济、首店经济持续突破。

现场特设品牌颁奖典礼，向“20 周年战略伙伴”等代表授予荣誉。庆典压轴环节，青浦百联奥莱二期预告视频首发，揭晓未来蓝图。从 4 月中旬至 5 月底，百联奥莱 20 周年系列活动覆盖全国门店，打造“艺耀乐动”庆典月。

二十而跃，共赴无界新程。百联奥莱的二十年，与中国消费升级同频共振。如今，融合多元元素的“微度假目的地”正加速走来。



## 正大泰国榴莲嘉年华在沪启幕

一颗金黄的榴莲跨越山海，将泰国风情送抵申城。由正大集团主办的“2026 正大泰国榴莲嘉年华”在上海正大广场启幕，以“榴莲盛宴 泰享狂欢”为主题，融合科技、文化与沉浸式体验，吸引了众多消费者和媒体参与。

正大集团连续多年举办榴莲嘉年华，将“水果之王”与泰国风情融入中国消费者生活。泰国国驻上海总领事馆商务领事陈世光称，泰国榴莲超 98% 出口至中国，此次嘉年华对推广优质榴莲意义重大，有力推动了泰国相关产业发展。

开幕式上，智能科技大放异彩。迎宾机器人完成入场引导、暖场互动，还能“握手”“比心”，成为焦点。在泰国传统舞蹈环节，机器人化身“特别舞伴”与舞者共舞，科技与艺术交织，点燃全场。

嘉年华现场热闹非凡，榴莲香气弥漫。依托正大集团在泰国的自有果园及全产业链优势，现场不仅有金枕榴莲，还汇聚猫山王、托曼尼、黑刺等顶级品种。推出的“榴



莲盲盒”，随机抽取高品质榴莲，惊喜与美味并存。此外，榴莲生椰拿铁、榴莲雪糕等创意制品，让消费者解锁榴莲百变魅力，足不出“沪”畅享泰国风味。

现场还设置了正大食品 iSEE 全球奖产品品鉴区，黑金奖章认证的食品广受好评。泰式菠萝炒饭酸甜开胃，博多风味豚骨拉面浓郁鲜香，低脂腐皮鸡肉卷外酥里嫩。正大食品满早餐、鲜猪肉饺子、港式爆浆流沙包等匠心美食琳琅满目。正大鸡蛋、猪肉作为中国国家队运动员备战保障产品，为运动健儿提供营养保障，也丰富了中国消费者的餐桌。

本次嘉年华为期 12 天（4 月 24 日 - 5 月 5 日），横跨五一黄金周。消费者可在嘉年华现场品味泰风情美食文化，在正大广场 2F、5F 正大食品快闪店、上海卜蜂莲花门店购买全系列正大商品，享受甄选促销活动，还能通过线上小程序“莲花 GO”下单送货到家。

