

打造商旅文奥特莱斯新地标

日前,进博吉祥物“进宝”首个裸眼 3D 视频在首位奥特莱斯全球首发。据悉,“首位 SHOWAY” 是距离进博会举办地国家会展中心最近、体量最大的地标项目。今年 9 月,140 万平方米的文化商业融合平台“首位 SHOWAY” 奥特莱斯被评为上海市 15 个重点消费新地标之一, 这里将构筑一个集旅游、文化、艺术、购物、餐饮、社交六大功能于一体的“一站式”购物天堂,充分承接进博会

溢出效应,长三角城市群交汇点,成为上海的全新的商旅文新地标。随着虹桥国际开放枢纽建设的加速推进,青浦区聚焦枢纽门户功能,正积极打造引领示范区辐射长三角的消费中心城。“首位 showay” 一期创新奥特莱斯,正以时尚新鲜的品牌元素、折扣名品荟聚、精致舒适的消费体验,打造“会展 + 商业”的新业态。据悉,首位 SHOWAY 项目将打造成世

界一流标杆商业综合体,项目共分为三期,分别为一期奥特莱斯、二期商业及办公楼和三期百老汇剧院及酒店。今年九月,地处虹桥国际中央商务区核心位置,背靠虹桥国际开放枢纽,140 万方的文化商业融合平台“首位 SHOWAY”被评为上海市 15 个重点消费新地标之一。其中,首位百老汇剧院群 1 号地块即将开工,落成后将是青浦区首个符合百老汇国际



首位奥特莱斯

巡演要求的世界一流等级专业大剧院。首位百老汇剧院群总座位数超过一万个,将成为亚洲最大的多元化现场演艺娱乐中心。

以多元生活场景对话社群文化

引进了欧洲高端酒店品牌美仑美奂 MAXX by Steigenberger 中国首店、注重精致生活方式西餐吧 Wolf Reality、上海首家老鹰室内高尔夫、深受国内年轻人喜爱的小米之家、百联集团与阿里集团合作的新零售便利店逸刻、生活折扣馆生活哲学等国内外知名品牌。以多样性的生态布局,打造一个小而美的多元化社交空间,涵盖了零售,办公,酒店等多项功能,成为集零售、时尚、餐饮、娱乐、艺术为一体的一站式潮流生活聚集

地。近日,融信集团与上坤集团宣布,双方携手打造的商业综合体融信·上坤中心 先番城正式开业。融信·上坤中心 先番城位于七宝商务园区第一站,地铁 10 号线轨交直连,聚焦 Z 世代社群,聚力社群运营,秉持着新社群、新文化、新商业模式,致力于打造 Z 世代的在工作之外回归内心所需要的社交空间。同时还打造两大主题空间——中庭互动体验乐园、下沉星空夜宴广场,营造沉浸式氛

围,四大特色场景——水舞、云梦、风谷、光影,提供打卡与休闲空间。以社群商业概念为主线的先番城,创新打造精致的空间场景,在新市场的生态下刷新运营思维,传承和挖掘传统底蕴的同时创新经营手法,满足大家对美好生活的想象。并从客群、场景、主题、空间、内容和服务六大维度出发,构建商业价值闭环。让商业和情感汇聚于此,用匠心构筑包括消费、社交在内的需求释放地和体验中心。

与大师共鉴名品钢琴

音乐是一种国际通用的语言,全世界的人能通过音乐进行交流和沟通,是非常正能量引导。同时,音乐是一种文化,对人的个性、品质、修养方面具有不可忽视的潜移默化的作用,不能作为追逐名利的工具。小孩子尽早接触钢琴虽然是好事,但是应该以培养兴趣为主,不能过早的为他们限定目标和发现方向,也不能一味的追求快、高、难。在近日举办的 2021 柏斯名琴品鉴会(华东区)暨李名强大师见面会上,钢琴界的“泰斗级宗师”李

名强教授在谈及“幼儿园钢琴热”时表达了自己的独到见解。活动现场,李名强教授还与柏斯音乐集团华东区总经理吴福海先生、高天 Grotrian 钢琴艺术家杨东瑾、以及上海地区众多爱乐者相聚一堂,共鉴了共鉴。品鉴会当天,更有 Grotrian 高天钢琴艺术家杨东瑾博士惊喜现身,为大家介绍了高天钢琴。源自德国的高天钢琴近两百年的历史沉淀与工匠传承,不仅获得了权威名家的

青睐,更收获了广大音乐爱好者们的喜爱,成为许多音乐盛会的不二之选。杨东瑾博士从事钢琴演奏及音乐教学多年,演奏足迹遍及世界各地,对钢琴音色和弹奏手感更敏感。许多琴童家长慕名而来,想要了解从钢琴演奏技巧和系统教学方面,该如何选择合适的钢琴。杨东瑾博士也耐心的为他们一一解答,通过自己多年来丰富的经验,为大家带来了许多选琴背后的干货小贴士,来临现场的朋友可谓是收获满满。

汇聚全球资源呵护中国宝宝成长 蒙牛雅士利连续四年亮相进博会

11月5日,第四届中国国际进口博览会在上海国家会展中心正式开幕,蒙牛雅士利连续四年参与该项盛会。此次进博会,蒙牛雅士利携旗下瑞哺恩、朵拉小羊,及战略合作品牌 Arla 宝贝与我共三个婴幼儿配方奶粉品牌同台亮相,展台设计及展品内容以科技研发、创新工艺、纯净奶源等为卖点,向前来参会的国内外客户、同行行业者、政府机构、新闻媒体集中推介优质产品,展示企业“出海”成就。

蒙牛集团旗下两家奶粉企业雅士利、贝拉米与战略合作企业阿拉福兹(Arla Foods)联合参与此次展会,展台总面积达 552 平米。其中,蒙牛雅士利展台面积 216 平米,展台设计以白色色调为主,代表着牛奶的纯净。各品牌主题色作为区域划分,色调清新自然。展台还设置了多处观众互动区域。整体视觉及陈列彰显了“汇聚全球资源”的硬核实力。蒙牛雅士利旗下新西兰

原装进口的瑞哺恩奶粉、原装进口羊奶粉朵拉小羊、丹麦原装进口的有机奶粉 Arla 宝贝与我分设三个独立区域,各个区域分别凸显所属品牌调性、科技元素、产品卖点,让参观者体验雅士利集团产品优质原产地的同时感受强大的研发实力和创新成果。在蒙牛瑞哺恩展区,展示了品牌的愿景——“民族科技 世界品质”,体现出品牌对于新科技的



不断探索以及高品质的不懈追求。瑞哺恩菁珀系列(跨境版)婴幼儿配方奶粉中,率先应用了由蒙牛×江南大学团队脂质研究院研发的新型脂肪组合 UPU。瑞哺恩此次在产品上对该模拟脂肪新技术的应用,让旗下婴幼儿配方奶粉成功迈入 UPU 时代。此外,瑞哺恩除了是蒙牛雅士利旗下的新一代配方奶粉品牌,也是获得新西兰国家级品质认证——银蕨叶认证的奶粉品牌。瑞哺恩菁珀甄选新西兰纯净奶源,采用 MSD 工艺(多阶段低温干燥工艺),锁住奶粉新鲜度的同时,使乳清蛋白等营养物质热变性降至最低,最大程度地保留营养成分的活性,为宝宝带来更多营养。羊奶一直被称为是“奶中之王”,其中含有丰富的营养物质,其



中蛋白质、钙、维生素 A、维生素 B6、钾等营养素相较牛奶中的含量更具优势。2018 年,朵拉小羊以雅士利国际集团旗下首款婴幼儿配方羊奶粉品牌的身份,正式登陆中国市场。源自南半球的朵拉小羊坚持原装原罐进口,以纯净奶源为始,优质产品为终,为中国宝宝提供优质羊奶粉。100%纯羊乳蛋白配方,易消化好吸收。在朵拉小羊的海外牧场,全年日照达到 260 天,每只小羊平均拥

有 40 公顷的活动和进食草场,饮水水源是饮用级的天然矿泉水。如此洁净、纯粹的天然优质牧场保证了乳羊的健康和羊奶的优异品质,进而保障了朵拉小羊奶粉的出品质量。此次展会,蒙牛雅士利战略合作品牌 Arla 宝贝与我的展示区域打造了有机牧场的场景,融合高科技 Phoenix 纳米薄膜技术及全新有机 A2 婴儿配方奶粉首发,透过体现了 Arla 品牌在有机领域革新领导者地位。Arla 宝贝与我有机奶粉的奶源都来自全球优质的欧盟有机认证牧场,而每一个牧场都是 Arla 的自有牧场。环顾整个行业,目前尚无第二家有机奶粉品牌能够拥有如此规模、持续稳定的有机奶源供应。雅士利相关负责人表示,目前中国已经是全球第一大贸易国、全球第二大消费市场,也是新冠肺炎全球爆发以来,疫情控制最有成效,经济恢复最迅速的国家。作为率先启动国际化战略的中国奶粉企业,蒙牛雅士利在全球各地甄选优质奶源、引入创新配方和工艺、携手一流品牌,为中国宝宝带来安全可靠、营养健康、亲和体质的日常“口粮”。进博会是全球优质资源对接中国消费市场的快捷通道,更是国际优质品牌联国内客户的重要纽带,这也是蒙牛雅士利连续四年参加进博会的根本原因。(张怡薇)

