


 55 上海购物节
SHANGHAI SHOPPING FESTIVAL

愚园路起点 将崛起又又中心



涵盖了原上海巴黎春天新世界酒店、贝尔特酒店、巴黎春天购物中心（新宁店）的上海华美达广场，将变身为长宁区的又一商业地标——又又中心。

作为愚园路的起点，这里将原来的酒店+购物中心“变身”为集酒店、商业、办公于一体的精品综合体，以存量物业的形式打造中山公园商圈的新市场和新生态。商场预计将在2023年底开业。

坐落于长宁路定西路愚园路三街交汇处的又又中心工程进度一直备受关注。白色大理石、弧形的拱顶，新古典主义风格的外立面成为过往一道不可不看风景。

又又中心前身为上海华美达广场，总改造面积约10万平方米，位于中山公园2号线8号口上盖。改造后的商业部分总面积约为2万平方米，从B3-3F，将集新锐品牌、美食空间、娱乐休闲、自在生活于一体，致力于打造成为时尚氛围浓厚的、具有独特社交属性的第三空间。

除了坐落于长宁路823号的商场外，定西路的沿街商铺也在本次改造范围内，更加灵活的营业时间将极大丰富定西路的夜生活，与商场优势互补。

未来，写字楼的商业精英、凯悦尚萃、凯悦嘉荟国内外高端的旅客，驻在LIV' N833公寓的稳定优质租户，以及大量本地居民及地铁过境消费者将构成又又中心的多层客群。优质而元的消费客群将为又又中心带来持续、可观的消费力。

百联新场景 刷新“五一”业绩

当“五一”假期遇上五五购物节，消费持续回暖。恰逢百联集团20周年庆，百联集团旗下百货、购物中心、奥特莱斯三大业态总体营业规模与客流逐日攀升，“五一”当天客流同比2021年增长逾两成，同比2019年增长逾五成，线上百联云店直播近百场，同比增长26%。

百联股份在节日期间，结合运动、美食、公益、夜生活等维度，推出Let's Joy系列活动，叠加旗下各门店的特色活动，聚焦新世代年轻客群，合力引爆客流新增长，可比口径更恢复至2019年同期的145%。

南京路、淮海路、徐家汇等核心商圈门店的客流呈两位数增长。百联ZX创趣场在节日前夕亮相B1新空间，品牌阵容进一步扩大，节日期间ZX还策划了一系列二次元超级活动，日均客流从2万猛升到5万，单日最高客流直冲8万；第一百货全新打造的“星空间”和“绮丽次元街区”吸引潮玩客群聚集，90后消费者增长3倍；五角场商圈百联又一城带来“趣生活”系列活动，倡导绿色低碳生活方式，推动发展绿色消费，实现客流和销售均增长超20%；青浦百联奥莱在17周年庆之际，推出400多家品牌限时折扣优惠、100+品牌超值福袋，举办乌龙剧团巡游、想听你说声音邮局、趣玩扭蛋、奥莱文旅微度假等沉浸式体验活动，“五一”单日销售规模近4500万元，打破开业17年的销售额历史纪录。

特色活动构筑爆款消费场景，点燃“五一”消费新活力。百联中环携手逾20家主流汽车品牌举办创意车展，融入了露营、咖啡、美食元素，假日期间汽车销售超过1.2亿，同比增长10倍；世博源9周年生活节现场推出“咖啡美食”、“超嗨音乐”、“亲子气氛”等不同组合；此外，百联曲阳揭幕“邻家好市”，社企联动打造“一刻钟便民生活圈”。淮海755、百联嘉定、东方商厦青浦店举办漂流图书馆、咖啡香薰、燃烧吧！单身缘宇宙等活动，深受消费者青睐，销售和客流均增长逾两成。

来福公园打造 城市中放空自我的“自然地”



日前，北外滩来福士L4“来福公园 RAFFLES PARK”活力开园。全新“来福公园”升级定位，在繁华都市中心以“轻山系”理念打造了一片能让时间变慢的心灵绿洲，在这里，消费者可以以新社交、新模式、新体验疗愈身心，点亮生活灵感，释放繁重压力。随着“来福公园”的开启，全新引入的“引力新星、极致露营”等新租户，也将与原有租户梦幻联动，合力打造新生代社交场。

北外滩来福士“来福公园”，在钢筋水泥与北外滩来福士双子塔之间打造了一处“轻山系”风格的绿洲栖息地，成为都市人的上佳新选择。这座毗邻外滩、地铁上盖的天台花园，使得周边的白领和居民只需5-10分钟即可抵达绿色天地。

全新升级开幕的“来福公园”作为新生代社交场，本次专注于推广新潮、好玩运动的「引力新星」全新加盟“来福公园”，板式网球、飞盘、腰旗橄榄，用先锋的方式，聚合各路潮人，打破圈层社交。还有「MZ极致露营」在“来福公园”打造了一个便利且充满格调的都市露营地。

在全新升级的“来福公园”，无论运动、休闲，都能找到舒适的区域和方式，适合暂歇、充电。北外滩来福士也将继续通过自身丰富的运营经验、优秀的合作资源，呈现潮流生活方式，为区域发展注入更多新鲜活力。

徐汇消费季 聚焦本土消费和全球新品



日前，徐汇区“第四届五五购物节—2023徐汇区消费季”拉开帷幕。以“爱潮牌，汇享购”为主题的“2023徐汇区消费季”系列活动，聚焦“本土消费品牌”和“全球新品首发”两大板块，在为期2个多月的时间内推出百余场系列整体性及特色营销活动，打造大徐家汇商圈商旅文体融合消费目的地、衡复风貌区知名本土品牌集聚区、徐汇滨江独具魅力和活力的时尚消费地标，全面打响徐汇消费品牌和购物品牌。

作为“2023徐汇区消费季”的重磅活动，“2023徐家汇消费季”将延续至7月9日。其中，备受年轻人关注的米哈游新游戏《崩坏：星穹铁道》，以主题首展“银河交汇”的形式，叠加带来周边首发、打卡互动等沉浸式体验活动。后续还将陆续推出“徐家汇夜生活节”、“漫步衡复”等一批年轻消费者感兴趣的的活动。在徐家汇商圈的多个商场内，不少市民正在使用“i购徐家汇”电子消费券购物。还有徐汇文旅消费券优惠活动，通过银联云闪付平台抢券，预计发放消费券1—3轮。商圈各主要商场也将在活动期间推出精彩纷呈的商旅文营销活动，提升标志性活动IP能级。除了夜生活节和艺术节，还将开展首届西岸国际咖啡文化生活节、首届徐家汇足球嘉年华。

本次“第四届五五购物节—2023徐汇区消费季”期间，徐汇将紧紧围绕本市建设国际消费中心城市的发展目标，积极响应上海市第四届“五五购物节”总体要求，推出一大批模式新、体验好、力度大的商旅文体促消费活动，邀市民共享消费盛宴。

上海 ifc 商场 打造春日浪漫绮想花园



春花烂漫的五月弥漫着温暖和煦的气氛，上海 ifc 商场以甜蜜浪漫为主题打造一座“春日浪漫绮想花园”，诚邀亚洲知名花艺艺术家山田泰范特别独家创作及设计大型花艺装置艺术，将烂漫花海融入充满幸福的装饰之中，为商场增添别具一格的浪漫氛围，缔造充满春意唯美梦幻的节日气氛，共赴一场春天的约会。

新鸿基地产代理执行董事冯秀炎表示：“上海 ifc 商场一直不间断地举办引领潮流的艺术活动，为追求高端生活品质的顾客营造多元化的时尚购物体验。”

上海 ifc 商场一楼的星光大道，一座长达20米，高达3米春日浪漫绮想花园缓缓铺开，璀璨夺目的巨型钻戒装饰首先映入眼帘。在花园的中间，被鲜花围绕的拱门连廊将法式浪漫尊贵延续。另一侧坐落着一座象征着幸福甜蜜的巨型蛋糕，优雅璀璨的皇冠以及典雅秀丽的珍珠项链闪烁着恣意旖丽的气息。穿过馥郁浪漫的拱门连廊，就可以步入特别增设“绚烂花海创意摄影”互动装置。在商场的五楼露天平台，上海 ifc 商场特别打造一座由千姿百态的繁花构成的纯净浪漫空间，透明的玻璃下铺满浪漫花朵，营造温柔甜美的纯净氛围。

在黄金五月，顾客莅临商场除了可以享受幸福绚丽的艺术装置外，同时更可观赏DJ演出、创意十足的水管打击乐队表演、参与塔罗牌工作坊，体验艺术带来的无限创意之愉悦。



藏寶金

【翎秀】

张心一大师作品


 55 上海


 20th anniversary
