

潘拉多博物馆开启科技与艺术的沉浸式奇幻之旅

在全球多个一线城市已经拥有 15 家体验中心的潘拉多博物馆 (Paradox Museum) 已在上海华狮广场拉开帷幕。

潘拉多博物馆专注于打造一个充满悖论的世界,将看似矛盾的现象与观念巧妙地融合在一起,借助科技与艺术的力量,创造出超越常规认知的沉浸式体验。目标不仅仅是展示令人惊叹的视觉效果,更是要激发每一位体验者,尤其是孩子们,去质疑、去思考、去创新,从而在享受乐趣的同时,拓宽视野、激活思维、深化理解。

亚洲首馆的设计充分融入了中国传统的五行哲学——“金”、“木”、“水”、“火”、“土”。将 1300 平方米的空间划分为五个主题鲜明的区域,每个区域都围绕其对应的元素展开,这样的布局不仅赋予空间深厚的本土文化底蕴,更让体验者在跨越时空的对话中领略科技与艺术交融的独特魅力。全球首次亮相的全新展品也正式与公众见面。“水与激光悖论”展区将颠覆对水与光的认知,呈现一场科技与艺术交织的视觉奇观。而在“蝴蝶与 RGB 壁画室”,将被带入一个生动逼真的数字生态系统,与翩翩起舞的虚拟蝴蝶共度梦幻时光。但最引人瞩目的无疑是“零重力空间”,让每位体验者都有机会体验在太空中才能感受到的失重状态。



值此龙年之际,潘拉多博物馆特设了“龙年纪念室”,以此向这一富有象征意义与生命力的符号致敬。

这座集教育、娱乐、创新于一体的沉浸式体验馆,将成为亚洲乃至全球文化地标之一,吸引无数人前来探索、学习、享受科技与艺术碰撞产生的无尽可能,体验这场科技与艺术交织的奇幻之旅。

布鲁可公布全新积木人发展战略

日前,以“聚世界知名 IP 绘积木人蓝图”为主题的布鲁可合作伙伴大会在上海中心推出。在会上,布鲁可创始人兼 CEO——朱伟松公布了全新积木人战略,揭晓全新 IP,亮相了全新产品,并表明将持续创新品类,特别是角色类玩具做全人群、全价位、全球化的多元市场,努力创造全球领先的好玩产品。

自创立以来,布鲁可可持续投入、坚持创新,已累计 500+ 专利。布鲁可积木人以原创的“骨肉皮”拼搭体系为核心,在神韵还原 IP 形象的同时,实现了精致的设计美感,流畅的用户体验,更高品质且极具性价比,满足了玩家对“好而不贵”的追求。作为积木人品类的开创者,布鲁可坚持原创拼搭体系的同时,与多个知名 IP 展开合作,不断丰富多价位的矩阵,满足各年龄段粉丝的需求。同时,布鲁可积木人也在积极布局海外市场,以变形金刚系列为例,授权范围已覆盖全球多个国家。未来,布鲁可将持续发力,贯彻全人群、全价位、全球化的多元布局战略。

此次大会还体现了布鲁可对用户的重视。布鲁可积木人的玩家们自发形成了一个颇具特色的圈子——BFC (Blokees Figures Creator - 布鲁可积木人创作者),这是用户创造力与品牌理念相结合的产物。在这个圈子中,用户不仅是单纯购买积木人产品,还通过涂装、改造等方式,赋予积木人新的生命。同时,布鲁可不断吸收用户反馈,满足用户期待,构建了独特的布鲁可用户生态圈。这种以用户为中心的品牌策略,给布鲁可注入了强大的生命力。

今后,布鲁可将持续发挥原创设计、IP 矩阵等多方面的优势,积极布局渠道,拓展品牌全球影响力。与众多合作伙伴和广大用户一路同行,传递“拼的快乐”,创造全球领先的好玩产品。

五云间首次亮相上海时装周



五云间——中式美学生活品牌日前受邀首次亮相上海时装周“东方·新中式”时尚展,成为这场时尚盛事“年轻”又闪耀的最新成员之一,带来“心生欢喜,常得自在”的自在美学。

从 2024 年 3 月起,在上海时装周首次设立“东方·新

中式”全新板块,通过与时俱进的创新演绎,展现当代中国人热情追求具有鲜明文化特色和高品质美好生活的风貌。作为创立仅三年多的年轻品牌,五云间受邀参与“东方·新中式”发布,与国内外高水平代表性品牌同台亮相。品牌旨在用当代审美演绎东方古典美学的精神气韵,从日常生活的微物之美中感受涓滴欢喜,探寻怡然自得的生活哲学。为准备本次沉浸艺术发布会,品牌创始人西华自去年就开始酝酿,并与团队密集讨论,最终确立了“兰·蝶”这一主题。

作为中国文化标志性符号象征的兰,亦是五云间的品牌精神所寄。兰以素为贵,以清为本,发布会服饰便以月牙白等具有鲜明中国文化特色的颜色为主调,凸显兰花“素心自芳洁”的本质。蝶,既是代表美的精灵,又可指代纯粹的精神体验。而兰、蝶之间的梦化,乍醒之际物我界限被模糊的恍惚一瞬,是中国哲学里“天人合一”的思想,寓意人与自然的和谐。

本次展出的一款重磅创作——《蝶恋花》,创意源自现收藏于上海博物馆的宋代女画家艳艳女史唯一的传世佳作《草虫花蝶图卷》。绣娘采用了包含十几种绣法技艺,以及自创的新针法,耗去近千工时,静好的时光与纯良的丝线缠绵悱恻,脱胎而出五云间的“镇店之宝”。五云间以艺术展的规格和品质为指导原则,调动幽兰、蝴蝶、纱幔、特制香氛、微风、音乐、雾霭、光影等众多元素,立体打造一个充满东方美学的意境空间。

创智天地推出
2024年首场大学路市集

当今商业零售的多元化浪潮下,打造出彩的市集日趋重要。创智天地以大学路限时步行街为依托,融合精彩的市集理念、创新的场景营造和独特的消费者互动体验,联动多方品牌打造不同主题内容,吸引更多城市跨区域人群到访。日前,创智天地在大学路限时步行街举办了 2024 年首场市集——“春日·归雅集”,并在大学路中心广场联动多个品牌打造别具一格的赏樱体验。

“春日·归雅集”打造东方美学花市,以「花物集」为名,以「周末花市」为核心,打造大学路专属的鲜花绿植及生活方式融合市集,让每个人在大学路市集找到无限治愈。市集特别联合野有花道花艺展,与艺术家野有一起感受花艺魅力,奔赴春之约。更有众多独特创意小众生活方式品牌:UNI FORCE 乌赋力、山茶艺术工坊、石泽研究所,打造大学路一道靓丽风景线。现场更有互动体验,太极表演,壁画临摹体验,悠哉疗愈,花篮插花体验,解锁创意玩法。

未来,创智天地将为大学路带来不同主题的市集,为上海开启 2024 一整年的美好想象,焕新无数种生活灵感。草长莺飞,春暖花开,绚丽花市、生活方式、文化体验、艺术原创、潮玩二次元等不同主题的市集,大学路市集的灵感通道继续开启。更多精彩内容持续酝酿中,每月纷呈上演,开启 2024 年的美好想象。



虹桥天地“循循有新”艺术季解锁可持续生活方式

即日起至 5 月 26 日,虹桥天地开启“JOIN SHANGHAI 循循有新”可持续艺术季,以废旧物品和环保材质打造妙趣横生的艺术装置展,用艺术的力量,诠释对可持续生活的思考。期间还将举办一系列精彩纷呈的假日活动,与上海及长三角消费者一起融入自然,向绿而生,共同探寻春日的美好与生机。

“循循有新——环保艺术装置展”作为此次艺术季的重头戏,由虹桥天地携手同济大学珠宝首饰实验室副主任赵世笺老师、闲下来合作社、电波 STUDIO、奇想 STUDIO 等 8 家艺术工作室及新锐艺术家,联动多抓鱼、全棉时代、ICICLE、只二透明仓、H&M 等 16 家场内品牌,以旧衣物、塑料瓶、废旧电池等废弃物品为原材料共同创作 12 件艺术作品,将艺术、可持续理念和品牌进行跨界融合,打造了一场创意十足的环保艺术装置展。



此次可持续艺术季期间,虹桥天地还将推出一系列社群活动,将环保融入生活的方方面面。例如,在清明假期举办二手市集,为消费者带来与众不同的循环再造体验;五一小长假计划举办“不累劳动节”,联动场内运动品牌,为年轻人打造创意无限的户外运动社交场景;并配合五五购物节推出一系列互动游戏与促销活动,为西上海及长三角消费者带来更丰富的购物体验。

一直以来,虹桥天地也将“可持续力”作为品牌升级的重要一环,在定位焕新的进程中,将“文化力、社交力、可持续力”贯穿始终。

