2024.04.24 星期三
编辑 唐舸 张勇
新闻晨报 Shanghai Morning Post

# “五五购物节·百联美好生活季”促消费嘉年华盛大开幕

全城盛事第五届“五五购物节”即将启幕，着眼人气聚起来、消费热起来、氛围浓起来，百联集团按照商务部2024年“消费促进年”的部署，积极承接“五五购物节”全市15大IP活动，于4月24日至6月30日开展“五五购物节·百联美好生活季”整合营销。围绕“商旅文体展联动”“一刻钟生活圈”“新品首发”“特色服务”四个方向，推出五五品牌周、一江一河游、燃动体育秀、社区能量场、境外友好购五大板块超150场主题促消费活动，联合头部品牌商开展千场线上直播，推出百联特色服务品牌，为商圈聚人气、为企业聚流量、为品牌聚销量，持续激活消费市场活力。

五五品牌周

## 首店首发　新品新款凸显“向新力”

为满足消费者对高品质高能级商品和服务的需求，百联集团以首店首发激发商圈活力，新品新款催生消费创新。百联旗下成员企业会同100多家头部品牌商、细分领域优质合作伙伴组织开展百余场全球新品、老字号国潮名品、外省市优品等系列品牌首发，着力构建商业品牌矩阵“向新力”，助力打响“首发上海”品牌。

5月10日，百联集团将携旗下老字号品牌及绿色时尚品牌亮相2024年中国品牌日，围绕经典传承与时尚创新两大主题，全力打造百联专属品牌空间。

百联股份开设多家高级别首店，推出的新品首发及品牌专属活动涵盖化妆品、女装、运动、生活方式四大品类。在南京东路商圈，百联ZX创趣场“animate书店＋咖啡”全国首店即将揭幕；第一八佰伴、第一百货商业中心、东方商厦旗舰店等将开展首届彩香爱意礼遇节，推出普拉达变色唇膏等新品；第一百货商业中心将全国首发哈登8代篮球鞋；the b6 lancing将全国首发并独家销售BLR、Denzil Patrick等品牌2024春夏成衣……而此前，法国香薰品牌店（NOT ONLY）徐汇首店CANDLES落位东方商厦旗舰店，带来超230余款单品。

第一医药携手雅培带来新一代雅培全安素，基于中国老年人群特殊的营养补充需求进行焕新升级，联动汤臣倍健推出健力多氨糖软骨素胶原蛋白肽片新品，联动声望听力推出飞利浦助听器HearLink30平台定制机。抓住“宠物经济”热点，将第一医药陕西南路店打造成宠物友好药房，店内创新引入宠物产品，让“毛孩子”能享受到和主人同等的专业健康服务。

吴良材&DONIEYE联名眼镜，将登陆吴良材门店进行首发，带来时尚与舒适兼顾的全新视界。6月上旬，茂昌第2家一九二三镜界店即将焕新开业。

百联逸刻联合外部专业团队，从世界咖啡大产区超过80种精品生豆中精挑三大产区咖啡豆，从原豆、口味、烘焙等三个维度全新升级，量身定制烘焙曲线，打造出一款以黑巧克力、糖蜜、莓果风味为主的新品咖啡豆。

一江一河游

## 赏百联Showtime　观“第二舞台”

百联旗下“一江一河”沿线四行仓库光三分库、卜内门洋行、百空间香港路、百联时尚中心衍庆里等地标串珠成链，持续推出品牌首秀、露台文化秀、新锐艺术大展等活动，构建百联艺术文化“第二舞台”，点亮“一江一河”、外滩“第二立面”。

**①卜内门洋行（四川中路133号）**

3.9–5.26，2024蓝骑士艺术Bluerider ART上海·外滩推出代理艺术家“威利·希伯：巴洛克珍珠”（Willi Siber：Baroque Pearls）中国首次个展，墙上装置、雕塑等十数件作品首次于亚洲亮相。

4.13–6.15，鹦鹉艺术设计空间The Parrot展出《灵性的存在 II 越过痕迹的光》女性艺术展，联合艺术家黄喆君、黄佩姗、岳柃君、任若溪、李颖颖，呈现女性构建自我光芒的历程。

**②香港路百空间（香港路117号）**

3.30–5.19，上海——艺术门荣幸呈献《回：描绘艺术家不同的传记 / 巴巴吉德·奥拉通吉在艺术门的首次个展》。此次展览是生于尼日利亚，现居伦敦的艺术家巴巴吉德·奥拉通吉在艺术门的首次个展。

4.29–5.19，“想象是精神的漫游，戏剧是思想的乐园”——百空间将迎来祝娜的个展《奇想之年》。本次展览带来最新大红帽系列绘本《游乐场的开关》《奇想之年》系列作品以及为本次展览主题创作的《梦游骑士》装置作品。

4.22–5.21，《敬你是一个汉字展览》。联袂现象级国潮书法领军人朱敬一，用一场国墨山水，再度演绎中国传统经典，让书法成为年轻人眼中的潮流。

**③Fotografiska影像艺术中心（光复路127号）**

3.29–6.23，《河流的故事》。由Doors门艺联合创始人零零（Victoria Jonathan）策展，展出庄辉、陈秋林、秋麦、塔可、程新皓共5位艺术家的27件作品。

3.1–6.2，《艾略特·厄威特 镜头下的奇遇》。本次展览涵盖精选了传奇摄影大师艾略特·厄威特（1928–2023）在摄影领域七十年间的作品集合。

3.29–6.23，《异花序列》。是塞布丽娜·拉特对未来生态共生的一次大胆设想，将电子垃圾重塑为充满生机的艺术形态。

4.25–8.4，《塞壬之歌》。从女性身体和传统仪式出发，艺术家组合在此基础上重建了一个神话王朝。

“百联美好生活季”将深入申城商圈及社区，百联旗下地标商业体的艺术美陈持续点亮商圈，各大商场、购物中心、超商门店户内外大屏同步露出“五五购物节”主视觉及核心IP标识，全力营造“五五购物节”浓郁氛围。

燃动体育秀

## 赛事精彩纷呈　引爆消费热点

因一场赛，爱一座城。4月16日，结合奥运会上海系列资格赛，上海市体育局在世博源举办了城市体育节启动仪式，赛事氛围与城市商业地标相互映衬，展现了体育与商业联动的别样风采。

百联集团将积极联动奥运会资格系列赛、F1中国大奖赛、上海市市民运动会等体育赛事活动，联动旗下业态打造项目体验、商品促销、打卡传播的多元氛围，用赛事吸引力“助燃”城市消费活力。

5月12日，2024中国坐标·上海城市定向户外挑战赛正式开赛，现场将有超2000组队伍共计10000人参与，多区联动，覆盖全市。联华作为此次赛事的官方合作伙伴，深入推动体育与消费融合，将在定向赛嘉年华区域——上海体育场设置特色展位，提供健康有机的商品供市民选购，全力满足大众多元化健康需求。

百联股份联动品牌商，在各百货、购物中心等商业体，开发各类与赛事关联的商品及活动，拉动体育消费，争取实现“流量变销量”。

4月15日至21日，吴良材眼镜携手Essilor Luxottica，以户外运动为核心，结合日常用眼场景，在徐家汇美罗城开辟“视能量城市公园”展区，开启美罗眼镜节“依起好身材”路演。通过体育与视力健康的活动，带大家一起动起来，助力奥运资格赛。

社区能量场

## 持续赋能15LIFE　打造便民消费新场景

百联集团结合“一刻钟生活圈”建设，推出“两个模式、一个平台”，依托i百联平台整合多点资源，全力打响“百联15LIFE”品牌，旗下联华、第一医药、好美家、三联等成员企业共计将推出2600多场进社区服务活动。

联华推出“社区好生活、联华用心帮”服务主题，开展“百联直通车－悦享银龄好生活”活动，将健康、生活、购物、休闲需求融为一体，打造社区银发人群驿站，让消费者“近”享联华服务，“圈”定美好生活。

第一医药商店携手美团和中国银行，将于5月17日举办第三届百联健康节，南京东路第一医药商店联动合作品牌，为市民提供健康咨询、检测、品鉴等各类服务，持续推出“健康守沪”活动，门店药师深入社区提供百余场健康服务，打造常态化健康惠民活动。

好美家“百家集荟”便民服务市集将家居、健康、生活、购物需求融为一体，走进中国科学院上海高等研究院，为科研人员提供“一站式”家装便利服务。

吴良材眼镜、茂昌眼镜将搭载“百联直通车”走进社区、服务市民，提供免费眼镜清洗、小修小配、眼镜整形等服务。

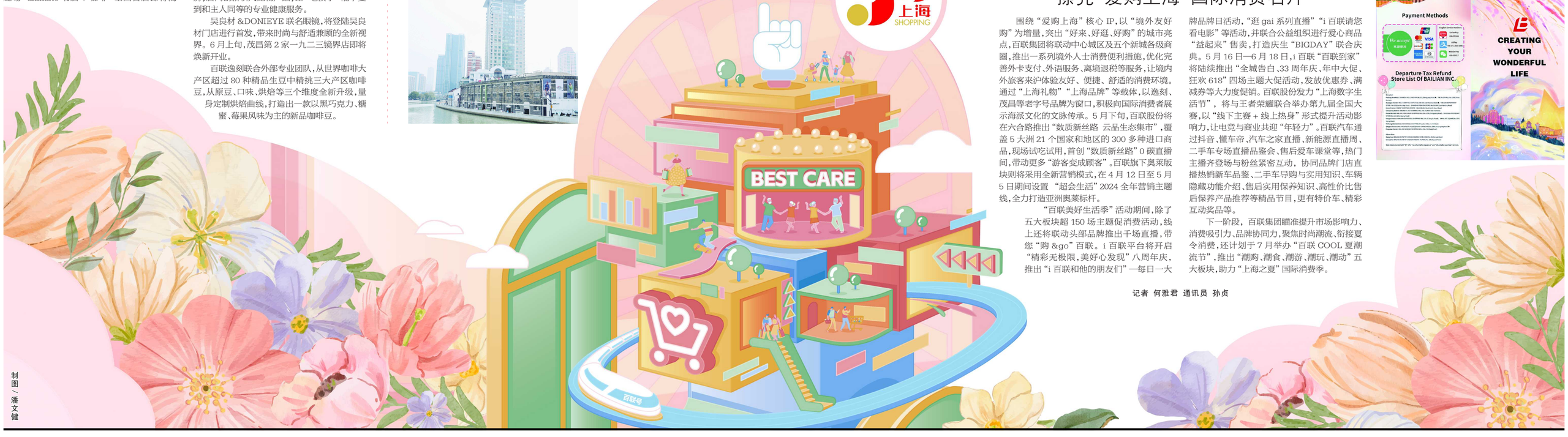
境外友好购

## 擦亮“爱购上海”国际消费名片

围绕“爱购上海”核心IP，以“境外友好购”为增量，突出“好来、好逛、好购”的城市亮点，百联集团将联动中心城区及五个新城各级商圈，推出一系列境外人士消费便利措施，优化完善外卡支付、外语服务、离境退税等服务，让境内外旅客来沪体验友好、便捷、舒适的消费环境。通过“上海礼物”“上海品牌”等载体，以逸刻、茂昌等老字号品牌为窗口，积极向国际消费者展示海派文化的文脉传承。5月下旬，百联股份将在六合路推出“数质新丝路 云品生态集市”，覆盖5大洲21个国家和地区的300多种进口商品，现场试吃试用，首创“数质新丝路”0碳直播间，带动更多“游客变成顾客”。百联旗下奥莱版块则将采用全新营销模式，在4月12日至5月5日期间设置“超会生活”2024全年营销主题线，全力打造亚洲奥莱标杆。

“百联美好生活季”活动期间，除了五大板块超150场主题促消费活动，线上还将联动头部品牌推出千场直播，带您“购&go”百联。i百联平台将开启“精彩无极限，美好心发现”八周年庆，推出“i百联和他的朋友们”一每日一大牌品牌日活动，“逛gai系列直播”“i百联请您看电影”等活动，并联合公益组织进行爱心商品“益起来”售卖，打造庆生“BIGDAY”联合庆典。5月16日—6月18日，i百联“百联到家”将陆续推出“全城告白、33周年庆、年中大促、狂欢618”四场主题大促活动，发放优惠券、满减券等大力度促销。百联股份发力“上海数字生活节”，将与王者荣耀联合举办第九届全国大赛，以“线下主赛＋线上热身”形式提升活动影响力，让电竞与商业共迎“年轻力”。百联汽车通过抖音、懂车帝、汽车之家直播、新能源直播周、二手车专场直播品鉴会、售后爱车课堂等，热门主播齐登场与粉丝紧密互动，协同品牌门店直播热销新车品鉴、二手车导购与实用知识、车辆隐藏功能介绍、售后实用保养知识、高性价比售后保养产品推荐等精品节目，更有特价车、精彩互动奖品等。

下一阶段，百联集团瞄准提升市场影响力、消费吸引力、品牌协同力，聚焦时尚潮流、衔接夏令消费，还计划于7月举办“百联COOL夏潮流节”，推出“潮购、潮食、潮游、潮玩、潮动”五大板块，助力“上海之夏”国际消费季。




制图／潘文健

记者 何雅君 通讯员 孙贞