

麦德龙“极致性价比”商品为消费者全球严选

“麦臻选”与“宜客”是麦德龙的两大自有商品——“麦臻选”定位于中高端市场，致力于为消费者提供全球精选的商品，满足消费者“以划算价格尝新”的消费需求。与之相辅的“宜客”品牌，侧重高端餐饮酒店、国际幼儿园等专业客户，通过大批量订购降低成本，从而为消费者创造性价比。

在当前零售行业竞争日益激烈的市场环境中，麦德龙凭借其自有品牌“麦臻选”和“宜客”围绕消费痛点，不断推动商品创新。据麦德龙官方数据显示，其自有品牌麦臻选和宜客，在2024年第一季度商品销售额同比增长超15%。从这一数字不难看出，即使钱包收紧，但麦德龙还是成为了消费者敢消费、放心消费的地方。为了解决当下外卖市场的乱象，麦德龙自有品牌近日全新推出了一系列一人食的解决方案，首批上市的11款商品涵盖了煎饺、炒饭、炒面和轻食等，提供了快速简便的操作，适量的食物，供应链源头采购，将价格做到极具竞争力，基础款锁定9.9元一份，真正将品质和性价比做到极致。

据麦德龙官方数据显示，自有商品的品类渗透率达到70%，尤其在冻品、零食、超生鲜等品类上形成规模，最大覆盖了消费者的各大消费场景。这也意味着，大部分来麦德龙采买过的消费者，都购买过自有品牌商品，这也为口碑培养了土壤，进一步带动了麦德龙商品的回购率。

除了向内自我研发，麦德龙还联合各大品牌，推出了更具有特色的定制版商品。比如端午节还未来临，麦德龙已经上架和五芳斋的定制款粽子，多种礼盒不止满足各种南北方家庭的



口味需求，也为消费者提供端午节送礼之选。

在上海五五购物节期间，从即日起到6月底，麦德龙将为消费者带来更多惊喜，除了自有品牌的满减折扣活动，每周五、六、日还有“麦德龙疯狂567”活动，商品品类也很丰富，从原切进口牛排、法罗群岛三文鱼到全球名庄红酒，从各种乳品烘焙到各式零食下午茶……更有多款应季爆品提供，其中不乏“A果保4房”的榴莲、“个大肉又厚”的小龙虾、“大桶吃到爽”的冰淇淋等。麦德龙以高品质和高性价比商品为上海消费提振、凝聚上海消费者口碑，相信随着麦德龙和更多城市居民的进一步对话，未来也将在全国进一步掀起麦德龙效应。

BFC开启城市度假模式



5月，BFC外滩金融中心（下称BFC）开启“城市度假”主题节日新篇，打造氛围感十足的城中休闲度假地，掀起都市时髦生活新风尚。以微醺假日特调派对重磅开篇，“你好呀，妈妈”主题亲子展、“101个杯子”慢闪展、江景露台瑜

伽、外滩枫径春日新品市集等活动纷繁上演，为城市假日倾注焕新活力。

春天的第一杯厉害特调来外滩品尝。五一期间，BFC特别邀请到专业葡萄酒沙龙 Connoisseur Club 以及台湾“咖啡教父”林东源，在商场 B2 打造一场春季特调快闪。市度假必打卡目的地 BFC 外滩枫径市集，也将汇集超多品牌，推出春日新品节市集，在休闲春光中，自在融入，放送身心，吃喝玩乐不停歇。

融融春日，来外滩体验一场温馨之旅。BFC Now 空间惊喜呈现“你好呀，妈妈”沉浸式亲子主题展，以法国国宝治愈系绘本《妈妈像一所房子》及《妈妈的肚子》作品为线索，推出妙趣盎然的互动展陈装置及打卡作品墙，为亲子家庭提供度过美好共享时光的节日目的地。BFC 阅外滩也将联动推出“你好呀，妈妈”主题打卡装置和亲子手工坊，在展览之余提供更多手作互动的玩趣体验。与此同时，京都之家将集结来自京都知名匠人工坊的手作作品，举办“101个杯子”慢闪展，将充满手工温度的艺术作品带到大众视野，诉说匠人精神。

老凤祥珠宝珍品展华彩绽放

日前，老凤祥携手南京西路190号珍品私洽中心，带来了一场视觉与心灵的双重盛宴——“悦天然 悦心动—老凤祥钻石珠宝珍品展”。此次珍品展不仅汇聚了百余件由中国工艺美术大师们领衔设计的精品佳作，更展示了老凤祥历年收藏的极品珍藏钻石，以璀璨天成、极致匠心、盛世典藏三大篇章，让参观者领略天然钻石的瑰丽珍稀与闪耀夺目。

此次珍品展不仅是老凤祥近年展期最长、规模最大、展品最为丰富的一次展览，更是老凤祥为全力打响“上海购物”品牌、推动中国珠宝首饰行业繁荣发展的全新探索。

老凤祥是中国最早参与天然钻石设计、加工、制造与销售的品牌之一，伴随着钻石行业的发展已走过了近百年的历程。本次展览汇聚了老凤祥国家级非遗传承人、中国工艺美术大师、上海工艺美术大师多年的匠心力作。

展览上的作品创意独特、工艺精湛，体现了老凤祥作为“中国工艺美术大师摇篮”坚持“传承创新”，为百年民族品牌蓄力前进的雄厚实力。

作为拥有百年荣耀的老凤祥品牌，拥有众多经典藏品，也



是品牌的沉淀和积累：亿元级典藏粉钻璀璨耀世；老凤祥175周年华诞纪念版天然钻石沙漏，以190克拉钻石将时光流逝生动展现。本次展览不仅突出钻石之美，老凤祥的名师匠人通过妙手巧思与慧眼巧手，精选优质钻石，通过精湛的切割和镶嵌技术，将其与翡翠、有色宝石和贵金属完美融合，打造出令人叹为观止的钻石珠宝艺术珍品。

展览期间，老凤祥上海地区近两百家门店同时推出了众多优惠让利支持消费的新举措，如：为老凤祥会员发放价值壹亿的“五五欢购”消费券；响应国家“以旧换新促销费”政策为顾客首饰焕新提供“本牌免添金”；美团点评1元抵100元工费的“限时双享特惠”等丰富多彩的促销活动，为黄浦区和上海市进一步推进消费升级、打造国际消费中心城市添砖加瓦。

徐汇潮游汇带来消费乐趣

徐家汇商圈作为本次“第五届五五购物节—2024徐汇区消费季”重要活动区域之一，将以“潮游汇·超优惠”为主题，聚焦国漫文化、首发经济、数字购物、体育经济、夜间经济等核心消费板块。在为期2个多月的活动时间内，分阶段推出多档商旅文体融合主题活动及一系列促消费内容，为消费者带来全新体验感与消费乐趣，进一步打造“大徐家汇”假期消费目的地。

首创“徐家汇国漫游戏节”，联动米哈游旗下人气游戏推出“星梦借游”主题展活动，通过徐汇海派文化与现代风格的结合。5月14日玫瑰情人节在徐家汇商圈推出第二阶段活动——“在人海收获爱”。现场可参与拍照打卡、集章互动等一系列内容，为广大玩家带来一场打破“次元壁”的美妙玩乐体验。作为“2024全球新品首发季”集中快闪活动之一，2024首届“行味x美罗城首届烘焙生活节”也将如期举行。以“烘焙+”为关键词，推出“烘焙+”生活市集等主题活动，超30余款限定首发新品将在本次烘焙生活节首次亮相。

2024徐家汇消费季期间，上海港汇恒隆广场将与音乐剧《爱情神话》特别合作，为消费者呈现一场视听盛宴；百脑汇围绕年轻消费，推出消费抽演唱会门票、演唱会上线观影、线下电竞游戏赛等主题活动；南洋1931推出“五月告白季”，打卡拍照、吃喝玩乐，尽享浪漫盛宴；One ITC 欢度长假，开展巡游表演、定制LEGO 领导小人仔、春天认领计划。

作为徐家汇商圈最重要的品牌活动之一，“2024徐家汇消费季”始终推动“大徐家汇”商旅文体协同发展，为消费者精心打造品质消费与文化体验的购物盛宴。后续，商圈将继续发挥丰厚的优质商品及文旅资源，持续升级“暑期消费季”、“潮玩艺术节”等一系列品牌活动，打造符合新时代消费者需求的购物商圈，为建设成为“闻名遐迩的消费商圈”作出积极贡献。



在上海苏河湾万象天地来一场大熊猫文化之旅

日前，上海苏河湾万象天地携手四川省大熊猫国家公园文化创意创新联盟、成都大熊猫旅游文化产业促进会及杭州文博会共同打造的“RUA RUA PANDA”大熊猫主题全球巡展正式亮相，展览以国宝级IP“大熊猫”为核心元素，集合海量熊猫文创作品，包括数字艺术雕塑、熊猫珍贵影像、文创手办快闪等，为上海市民游客提供独一无二的熊猫文化体验，提升公众对大熊猫保护的关注度，同时促进文商旅的消费信心，撬动文商旅的经济新突破。

本次展览亮点纷呈，大熊猫全球推广大使、知名大熊猫摄影艺术家周孟棋带来《不止黑白》限时公益展；艺术家段森创作的“巨型数字熊猫”雕塑与“外滩三件套”同框亮相；30余家来自四川省大熊猫国家公园文化创意创新联盟、成都大熊猫旅游文化产业促进会的大熊猫文创机构联合打造的POP UP 熊猫文创市集，展示500余种大熊猫文创产品，熊猫顶流“花花”的1:1仿真大熊猫首次来沪。

上海苏河湾万象天地作为上海新晋城市活力中心，五一假期为消费者呈现“Living in the park”自在公园季系列活动，同时作为2024静安现代戏剧节及静安音乐节的重要点位，将上演30余场文艺活动，包括音乐演出、戏剧巡游、电影放映、夜间音乐派对、熊猫人偶巡游、毛孩子聚会爱宠市集。

随着“五五购物节”的重磅来袭，上海苏河湾万象天地推出《寻“宝”苏河湾》打卡活动，即日起至5月31日期间至一点万象APP分享与寻“宝”苏河湾打卡点位的合影，参与话题互动，即可免费获得熊猫限定礼品。

上海苏河湾万象天地发挥公园商业的空间优势，通过聚焦音乐、戏剧、电影等多元化的文艺体验，释放城市人文的无限魅力，把城市公共空间变成假日生活的舞台，带领消费者一同体验苏州河畔的自在生活，从而激发商旅文融合发展的新活力。

