

新消费时代，传统老字号 如何续写“不老传奇”？

——来看看百联老字号品牌的“国潮新质”

上海第一百货商店、上海妇女用品商店、上海时装商店、上海第一医药商店、吴良材、茂昌……百联集团旗下诸多老字号商业品牌，是上海近现代工商业发展历史中孕育出的“金字招牌”，承载着几代申城市民的儿时记忆。

在2024百联金秋购物季之际，百联老字号品牌以“国潮新质”的鲜明主题，探索新国潮、新世代、新体验、新场景融合，让传统商业空间焕发新的生机活力，海派商业老字号组团“破圈”、引领消费。



“via”意为“经由”，“1719”是吴良材品牌创立的年份，昭示着吴良材这个悠久历史的眼镜老字号品牌在当下穿越一场百年时空的艺术旅行。这既是老字号品牌与百年老建筑交汇的生动体现，也是城市历史记忆与现代商业文明交融的全新实践。

百年淮海路 68 岁的上海妇女用品商店 女性社群品牌“LADY 淮海”启幕在即

龙年春节过后，上海妇女用品商店启动了 1992 年 10 月以来最大规模的装修。作为一家 68 年历史的老字号和国内创建最早的女士用品专业特色商店，阔别许久的上海妇女用品商店在将于国庆前夕焕新回归，推出女性社群品牌 LADY 淮海。

基于项目百年建筑培文公寓的历史风貌以及空间特色，此次上海妇女用品商店秉承修旧如旧的理念，同时探索对于传统零售空间的创意性超越。这也是百联集团旗下百联股份，在继定位年轻力中心的“百联 TX 淮海”、定位新意思中心的“淮海 755”、定位可持续理念的“HAI550”之后，为“高雅淮海路”商圈打造的另一细分标签鲜明的全新商业空间。

据悉，“LADY 淮海”引进了七大品牌：全国首家女性沙龙艺术空间——联合主理沙龙区域首店、意大利家居品牌 SELETTI 亚太首家品牌旗舰店、精品融合概念空间 OK²（OKFULL CHOCOLATE OK-PLEASE）全国首家可可饮品概念店、美国户外品牌 GRAMICCI 中国首店、香氛品牌 tiny wave 全国首家咖啡氛围香氛店、西班牙时尚品牌 Desigual 全球首家概念旗舰店、Geographer 地理学家全国首家旗舰店多业态的交融空间等，品类涵盖女性潮流零售概念店、女性定制香氛店、女性沙龙主题艺术空间、轻奢咖啡等餐饮社交空间等业态。



“昔日半边红似火，今朝容颜更娇艳”。“LADY 淮海”是上海妇女用品商店在传承与创新过程中的探索，是在实体商业基础上的深化与渐进。紧扣时尚、潮流、悦己等新时代女性消费关键词，这家中国首家为女性服务的专业商店再出发，向着国内首个聚焦女性社群视角打造的新型线下空间演变。

进入新消费时代，百联老字号品牌将始终坚持以消费者需求为导向，用品质铸造品牌、以品牌开拓市场，持续探索新质生产力背景下的商业新场景新体验，促进老字号品牌焕新，持续提升国潮影响力，全方位展示老字号品牌传承与创新成果，为百联集团“乐享美好生活”的品牌主张增添新的注脚，更好助力上海国际消费中心城市建设。

2024 中华老字号博览会 百联“8+2”老字号品牌矩阵亮相

《百联集团改革深化提升行动方案（2023—2025 年）》提出“聚焦商业地标打造、商业模式创新、商业品牌振兴，助力建设上海国际消费中心城市”的重点任务，其中商业品牌振兴的举措之一就是打造老字号品牌经营提升矩阵。

在 9 月 20 日至 22 日举办的 2024 第十八届中华老字号博览会上，百联集团旗下八家中华老字号、一家上海老字号、一家百年老品牌构成的“8+2”品牌矩阵集中亮相，以多品牌的新展示、多元化的新质力，彰显百联老字号品牌的年轻力与生命力。

本届博览会上，百联集团展区以“国潮新质”为主题，突出新国潮、新世代、新体验和新场景的融合，构建了一个使参观者能够深切感受老字号新魅力的展览新空间。其中，百联股份联合展区以商场橱窗形式凸显新世代的购物体验，上海妇女用品商店用粉色女性语言，彰显赋活亦是新生的“她力量”风范，南京路上耳熟能详的老字号商业——第一百货商业中心、上海时装商店均推出精彩的互动体验活动；作为新中国成立后的第一家国营医药零售商店、第一批“中华老字号”，第一医药商店展区则还原了陕西南路上的首家宠物友好药房；而三联公司则将南京路上七重天大厦刚开业的“via·1719 吴良材新视界”首店在展区还原，印证了吴良材品牌延续三百年的卓越技艺与匠心传承。

百年老字号与百年老建筑交汇 吴良材眼镜品牌打造全新场域

近日，熙熙攘攘的南京路步行街上，一座穿着“爱马仕”色外套、戴着清朝时的古董眼镜的形象大使“City Walk 吴老爷”雕塑格外吸睛，吸引了众多游客打卡拍照留念。

9 月 12 日，“via·1719 吴良材新视界”首店全新亮相南京东路七重天大厦，集合“首店、首展、首秀、首发”，打造以创新为先锋的工业风策展式商业空间。

