

## 有 256 层的蝴蝶酥是上海人的“甜蜜蝴蝶”

日前,来自上海、浙江、江苏、安徽的 17 家著名烘焙食品品牌企业,51 名蝴蝶酥制作高手在上海进行 2024 第八届上海蝴蝶酥技能大赛,一场“甜蜜蝴蝶”的技艺大比武正上演。

在比赛中,来自上海锦江国际饭店有限公司、上海杏花楼食品有限公司、上海新雅食品有限公司、浙江爱礼食品有限公司、安徽巴莉甜甜食品有限公司等的选手参赛。规定项目要求,选手在 50 克重量的标准内,带好预制面团,现场烘焙 50 克一只的蝴蝶酥,共 12 只一组。同样是做蝴蝶酥,同样每只 50 克,每家师傅做出来的却各不相同,各领风骚,惊艳眼球。比赛现场,老香斋带来了一款——“蝶王”蝴蝶酥,其直径竟达 1.07 米,是普通蝴蝶酥的 21 倍之巨,重量更是惊人的 4.8 千克,相当于普通蝴蝶酥的 400 倍。蝶王蝴蝶酥是由老香斋的三位高级西点师花了半年时间研发、研制的。它曾获得上海大世界基尼斯总部颁发的最大蝴蝶酥——“蝶王”称号。

在本次比赛中,很多选手推出了具有独特创意和独特造型的蝴蝶酥,如有提夫尼蓝的蝴蝶酥、巧克力蝴蝶酥、抹茶蝴蝶酥等。在口味上也有了创新,如推出了咸口、椒盐味道的蝴蝶酥等。为顺应健康消费,很多蝴蝶酥纷纷减糖制作。

上海市食品协会常务副会长高克敏表示,举办蝴蝶酥技能大赛的初衷,就是通过比赛,提高上海食品行业的



整体制作技能,促进上海食品业的产品升级换代。如今,通过 8 届蝴蝶酥技能大赛,不仅提升了蝴蝶酥制作工艺,使之在口味、形状等方面更至臻美。而且培育出一支高素质的烘焙制作人才队伍,促进了食品行业新质生产力的发展。

日前,市食协还举办了 58 款通过初评和 30 款参加复评的 2024 第十五届上海特色旅游食品授牌仪式。截至 2024 年,有 440 款产品获得上海特色旅游食品称号。

## 麦德龙以“自有品牌”引发低价策略



截至目前,麦德龙自有品牌商品已超 2300 个 SKU,自有品牌连续四年保持两位数的增长速度,自有品牌渗透率达到 70%,今后麦德龙还将拓展保健品、宠物食品、个护等品类的自有品牌,麦德龙商品负责人表示:今年以来麦德龙持续提升自我研发力的同时,回归长期低价策略。

据悉,以自有品牌引发的低价策略,也带来客流的增长:线下门店客流增长近 30%,8 至 9 月大闸蟹的销售同比增长 220%,爆品椰子水销售增长高达 77%……同时,麦德龙还透露其将在 2025 年在温州开出首家麦德龙商场的计划。“当下消费者在消费上都愈发的‘精明’了,这就要求商超企业必须要在性价比上下深功夫。”麦德龙商品负责人介绍,麦德龙今年进一步加强了自有品牌“宜客”产品线的开发,新品数量较去年增长 41%,并且质量可靠价格更优惠。

“宜客”是麦德龙长期供应 B 端企业客户的品牌,大批量的订购降低了其成本和价格,因此受到 C 端消费者的青睐。“量大便宜”的宜客在今年 1 至 9 月份实现了近 10% 的销售增长,多款产品的销售有了新的突破,比如 48 个仅售 40 元的嵊州小笼包近期已达到包点类第一,1KG 仅售 50 元的宜客缤纷坚果干近期销售达到坚果类前三。“明年宜客还将是我们的重点,我们将在零食和冻品品类上发力。”麦德龙商品负责人表示。

此外,麦德龙对新媒体平台渠道的探索与尝试,也带来了显著的成效。将门店有竞争力的大单品“搬到”线上直播间,配合更具性价比的价格,吸引直播粉丝的关注,成功将线上渠道引流线下,为门店带来显著客流增长的同时,也实现了今年大闸蟹销售增长 220% 的突破。

## 港汇恒隆以艺术之光照亮生活

日前,上海港汇恒隆广场“Gateway to Inspiration”艺趣之境周年庆典圆满落幕。作为魔都地标,港汇恒隆广场致力构筑独树一帜的生活艺术殿堂,通过创意无限的跨界联动,将艺术融入消费者的日常点滴,丰富城市文化生活。本次周年活动聚焦风靡全球的芭蕾艺术潮流,携手“华人之光·芭蕾明星 GALA”,集结世界顶尖芭蕾舞团的首席华人舞者,献上国内难得一见的原创首演,不仅让芭蕾这门高雅艺术在商场的璀璨灯光下绽放异彩,更实现了艺术与生活的无缝对接。

港汇恒隆广场也变身多元艺术试验场。“竹竿上的舞者”惊喜重现巴黎经典盛事,犹如在浪漫花园中摇曳,展现着古典与现代艺术交织的魅力。气球在中庭悠然升腾,“空中芭蕾”的舞者们于气球之间翩翩起舞,身姿轻盈飘逸,如同天空中自由翱翔的鸟儿。还有一群怀揣着芭蕾梦想的小



舞者们,带来充满童真的芭蕾剧目《花之圆舞曲》,展现对芭蕾艺术的传承与美好期许。

在庆典期间,一系列趣味盎然的互动环节——从创意十足的玩趣打卡到尊享超值的购物礼遇,再到限量发售的独家单品,这里不仅是高端奢华的购物天堂,更成为一个激发灵感、放飞想象的创意乐园。

随着庆典的圆满结束,上海港汇恒隆广场再次诠释了作为城中标志性购物中心的创新模式。本次年度盛事“Gateway To Inspiration”周年庆典,以“艺趣之境”为主题,在第二十三届上海国际艺术节开幕之际,呈现城中芭蕾盛宴,将艺术、美学与日常生活完美融合。

## LaLaport 上海金桥三周年焕新如「梦」购物空间



日前,LaLaport 上海金桥三周年盛典在沪推出。为了庆祝这一重要时刻,LaLaport 上海金桥精心策划了一系列庆祝活动,并进行了一场「对话艺术 解构今梦空间」主题沙龙,围绕“潮流艺术、空间美学、生活美育、跨界时尚”等多个议题深入探讨,为 LaLaport 上海金桥的未来开辟更多可能性。

回顾三年历程,LaLaport 上海金桥仿若灵感不断的造梦师,为消费者不断带来崭新的生活方式和社交体验,巧妙地平衡商业与艺术,更以艺术赋能商业,打造「艺术+商业+社区」完美结合的入「梦」场景,令线下实体购物空间焕发新生,与消费者共赴美好生活。一直以来,LaLaport 上海金桥持续拓展多元化业态,令亲子、艺术、潮流、二次元等不同客群在同一个商业空间中和谐相聚,提升金桥区域高级社区品质,还坚持对可持续与公益的探索,陆续开展了「依好,犀犀里」犀牛保护主题展、不二家·魔法妙妙餐厅-圣诞主题展、“善物”非遗创新季、LaLa 童龄节、万物共生大会等丰富活动,并且随着市场的变化和消费者需求的升级不断进行优化,更加注重文化、艺术和社交元素的融入,打造了一个充满活力和创意的购物空间。在周年庆典的欢乐氛围下,LaLaport 上海金桥通过一场玩具苏醒的奇幻梦游派对,与艺术家合作打造充满话题度的美陈场景,将时空逆转,为所有孩子献上充满想象力的礼物,也让成年人的天真有了安放之处,赋予商场年轻活力。并延续发挥高校力量,再度携手同济大学设计创意学院所属的创意产业平台上海同济天地创意设计有限公司打造一场「秋日奇遇派对」,开展亲子、好友可共同参与的手工坊等活动,一起留住秋天的色彩,珍藏美好回忆。

未来,LaLaport 上海金桥仍将带着发展的眼光迎接新挑战,不断推动商业模式的创新和服务质量的提升,与消费者同行,续写作为城市居民重要生活场景的造「梦」新篇。

## 静安嘉里中心焕启城市生活新境



坐落于南京西路商圈——这片充满活力的上海城市心脏,静安嘉里中心 JAKC(下称:JAKC)自诞生之初便与这座国际都市共成长。开业 11 年来,JAKC 始终从消费者多元需求出发,持续带来有新鲜感的国内外知名品牌和先锋体验,推动上海城市文化和气质与商业空间有机融合,助力多元生活方式的国际化发展。

即日起,JAKC 开启其 11 周年庆典“1 心同行 1 启新程”主题活动季。活动期间,JAKC 携手 2024 中国·上海静安国际雕塑展(下称:静安国际雕塑展)以先锋艺术作品传达人与城市的链接,并联动众多场内租户推出 JAKC 周年限定活动,用一年一度的消费狂欢和惊喜礼遇加磅节日共聚体验,同时带来万众期待的全新品牌和快闪内容,与消费者共创“Celebrate the Moment”的年度高光时刻。此次庆典不仅是对过去十一年成长轨迹的回顾,更是对未来城市生活新篇章的擘画:JAKC 将继续坚守初心,以无限的热忱陪伴每一位消费者,共同迎接和庆祝更多美好的瞬间与可能。作为极富代表性的国际高端商业综合体,静安嘉里中心始终专注于让不同的都市人群拥有独一无二的城市生活体验。多年来,JAKC 以卓越的物业服务 and 顾客服务著称,从客服安保、数字化管理,到环保践行、绿色可持续设计,JAKC 通过精细化的服务与生态友好的空间塑造,为都市人群用心构筑了一个有温度、有记忆感的城市社交生活场。

11 年来,JAKC 通过城市级活动的打造、国际级品牌的引入和合作,对城市生活方式进行多样表达,代表了城市商业的品质化进阶,成为有国际影响力的城市名片和理想社交生活场。未来,JAKC 也将继续融入城市文化基因和气质,以更卓越的商业体验,助推城市商业活力与发展潜能。

