

文旅商体展·探索无限可能

新闻晨报记者 钱鑫

微博、微信、APP 滚动推广,线上、线下联动投票,《新闻晨报》特别滚动报道……超过百万人次的消费者进行了投票,第十三届上海零售风云榜颁奖仪式日前圆满收尾。

第十三届上海零售风云榜由上海报业集团指导,由新闻晨报主办的一次大型的消费者评选活动。

当 2024 年如崭新诗页徐徐展开,Z 世代似灵动笔触,于上绘展着灵动的模样。他们如晨曦中破云而出的光,带着无畏与憧憬,闯入这纷繁世界。本届风云榜活动,特别关注了“Z 世代”,思考与探究“Z 世代”消费主力的商业逻辑。

上海零售风云榜 13 载 媒体助力商业创新与发展

对于已经走过 13 年的上海零售风云榜,各位领导们也感慨良多。

上海市文创办副主任强荧表示:“上海商业的发展需牢牢把握四大核心要素:首要的是坚持国际视野,充分利用上海作为国际大都市的独特地位,紧跟全球商业发展的最新趋势;其次是传承创新,深入挖掘和传承海派文化的精髓,同时勇于在商业领域进行探索和创新;再者是多元资本,为上海商业的繁荣发展注入强劲动力;最后是领军人物的培养,引领上海商业不断迈向新的高度。”

新闻报社党委书记、新闻晨报主编杨伟中表示:“上海正全力以赴地扩大内需、促进消费以拉动经济增长,通过文体、旅游、展览与商业的紧密联动,旨在将一时的“打卡”热潮转化为长期的消费行为,推动打卡变刷卡、网红变长红。新闻晨报零售风云榜活动,已持续举办 13 年之久,作为媒体,始终致力于为推动商业进步和各领域间的联动发展贡献力量。”

共探 Z 世代新消费 开创文旅商体展融合新模式

在这个日新月异的时代,文化与体育的交融、旅游与展览的碰撞,正以前所未有的方式激发着商业与零售的新活力。我们不仅是在谈论一场简单的活动,而是一次跨越传统界限,探索商业与零售未来方向的深度探索之旅。

让我们以开放的心态,拥抱变化,共同探索商业与零售的新边界,携手开创文旅商体展融合发展的新纪元。

本次零售风云榜邀请到了潮玩星球、百度、凯度和抖音的相关人士,大家共同探讨他们眼中的“Z 世代”和吸引“Z 世代”的秘诀,分享了他们各自的商业洞察。



新闻晨报商业事业部总监 钱鑫
哪怕只是微光,也能汇聚成照亮世界的璀璨星河

发布了《2024 年新闻晨报周到 Z 世代洞察报告》,通过新闻晨报周到记者的采访、智库资料、读者调查、社群线上问卷,涵盖了 Z 世代在生活、工作、社交、娱乐等多方面的洞察,总结了 10 大趋势。这也是新闻晨报第二年发布《Z 世代洞察报告》。

新闻晨报 Z 世代十大消费洞察包括:city 不 city、“谷子经济”里的“他者想象”、“零糖社交”催生“搭子”、反向消费、重建“多维附近”、搞抽象、“闲鱼”里的社交场、爆改、按梗消费、自我悦纳。

Z 世代站在潮流浪尖,以独特审美与果敢态度,重塑时尚、文化与消费的轮廓。翻开《2024 年 Z 世代洞察报告》,探寻这代人心中的诗意和远方,解析他们在时代浪潮中留下的独特印记。他们坚信,哪怕只是微光,也能汇聚成照亮世界的璀璨星河。

潮玩星球创始人 吴伟诚
如何打造新世代喜欢的 IP 商品及消费场景

艾漫设计旗下子公司潮玩星球,通过融合主题化场景空间,为顾客带来充满趣味的互动娱乐体验,目前在全国一线及新一线城市

市已开设超过 150 家店铺。

以名侦探柯南国内首家主题店为例,策展思路巧妙捕捉了粉丝的情感共鸣——陪伴多年的角色,值得用一顿满载情怀的美食来纪念。这家店精准定位 80、90、00 后的男女粉丝,既忠于原著内容,又巧妙唤起粉丝们的童年回忆。

百度智能云泛科技事业部解决方案华东负责人 高宇春

大模型在电商零售领域的创新与实践
大模型在电商零售领域展现出卓越能力,精准导购推荐,通过专业的商品相关问答,快速解答用户疑问,缓解购买焦虑;自动化文案生成,打造引人注目的产品描述与高效营销内容;深度消费者与商品洞察,挖掘行为模式及需求变化,为推荐策略提供科学指导;社区互动促进,增强用户粘性,营造积极向上的社群氛围;店铺商品管理自动化,包括巡店与员工合规操作管理,大幅提升营销与运营效率。

凯度中国合伙人 王春蓉
2025 值得关注的十大营销趋势

2025 值得关注的十大营销趋势分别为:媒介边界消弥,广告预算大迁移;注意力争夺战加剧,社媒站在“悬崖边”;AI 应用玩儿出花,数据可靠性不能丢;绿色营销浪潮不减,可持续发展成制胜关键;创作者经济爆发增长,人人都是产品经理;包容性成就超级大众品牌;人口增长放缓,品牌好感度成王道;创新无界,勇者领潮头;零售媒体网络“蜕变”进行时;大小品牌齐上阵,直播间里寻增量。

抖音生活服务上海 CKA 综合行业负责人 祝雯

抖音生活服务经营宝典
近年来,抖音生活服务市场迅速扩张,得益于消费者已习惯于在此平台上进行消费。消费模式已从传统的“人找货”转变为“货找人”,即线上内容吸引下单,线下体验消费。用户体验的升级体现在:内容种草易购买、推荐精准、分享扩散广。商家则需聚焦:打造优质内容、优化店铺与商品、确保良好履约。

探索 Z 世代心声 解锁零售新未来

嘉宾分享结束后,还有一场精彩的圆桌论坛,共同“探索无限可能”。

如何抓住 Z 世代的心,潮玩星球创始人吴伟诚表示:作为一家专注于 IP 运营的公司,我们的业务范围涵盖潮玩、游戏及主题餐饮等多个领域,并拥有众多线下门店。为了更好地吸引 Z 世代消费者,我们需实时关注并优化消费者体验,同时深刻理解和尊重 Z 世代的需求与偏好。对线下实体店来说,人工智能从哪些方面能更好地赋能线下零售渠道,百度智能云泛科技事业部解决方案华东负责人高宇春说道:到 2025 年,值得关注的商业项目可能涉及百万级别投资。谈及年轻人喜爱的产品,他们更偏爱创新、个性化、智能化且环保的产品。了解年轻人需求,打造符合其口味的产品,将是未来获取市场成功的关键所在。

2025 年,从年轻消费者角度,凯度中国合伙人王春蓉描述了什么样的产品才是最吸引他们的:近年来,直播在中国彻底重塑了商业模式和品牌建设方式,直播电商为各类品牌提供了巨大的增长机会。做好直播间运营,需要传递品牌核心价值,强化产品品质价值,更要兼顾情绪价值,品牌才能实现可持续高质量的增长和正向循环的复利。

要想商品要想在抖音上热销,除了质优价廉外,抖音生活服务上海 CKA 综合行业负责人祝雯表示还需要具备这些要素:抖音已经成为了不少用户消费的主要场域。回归商家经营做好四件事,好店铺+好商品+好内容+好履约,配合我们通常所说的“三条腿走路更快”策略,在行业内被形象地称为“运营 3+1”,即需同步推进短视频、自播、达播,并融合线上与线下渠道,以构建一个完整且高效的商家生意运营闭环。

