

在商场的莫奈花园里看“花天花地”

上海植物园把各种鸢尾、杜鹃、月季和芍药等特色花卉搬到了这里,日前,第一八佰伴大弯壁外广场变身为一个莫奈花园,市民在“花天花地”里近距离观赏各类花卉,尽享“繁花”空间。

如何会花,同样的预算买到更多?如何敢花,看到物超所值的好物,要毫不犹豫拿下;如何好花,拥有“花”少得多的超值购物体验?在“百联美好生活季”中,为激发消费活力,第一八佰伴于日前举办绘花——第十三届专场答谢会,以“花”会友,掀起申城春日消费热潮。

文旅商联动,第一八佰伴与上海植物园深度合作,化身2025上海国际花展城市主题节,将花展搬进商场,将自然之美融入商业空间,为广大都市消费者提供了在绿意中放松身心的消费体验。春日的午后,大弯壁广场也将化身城市艺术展演空间,多元松弛的街头艺术表演在大弯壁常态化上演。第一八佰伴将从4月起每周三、周六,常态化开展城市艺术展演,让商业空间真正成为市民的精神文化栖息地,以艺术赋能为商业空间注入鲜活生命力。

随着资生堂、FANCL、BOBBI BROWN 等美妆品牌升级打造,第一八佰伴美妆品牌数量已达45个,其中近30家美妆品牌焕新升级。在这次答谢会上,国际大牌美妆到手低至3.5折起,海蓝之谜、雅诗兰黛、赫莲娜、修丽可、SK-II、CPB、TOM FORD 等国际大牌美妆全场7.9折起,高性价比拿下心怡好物。第一八佰伴还将推出了688元超值“美妆福袋”,这些福袋包含“美妆福袋”+“穿搭福袋”,带来双倍的快乐。

在上海国际花展开展期间,小长假后的5月7日至5月11日,第一八佰伴携手百联股份IP「zao点市」,打造“有咖



有包碰头会”面包咖啡生活节市集,以“逛市集、抢福袋、享生活、玩课堂、乐打卡、趣周边”六大亮点,串联美食、文创、社交与趣味体验,让消费者在市集好吃、好喝、好逛,享受生活,感受生活的惬意美好。

在上海佛罗伦萨小镇体验“意式浪漫”与“东方雅韵”



上海佛罗伦萨小镇以“繁花”为序,在春日里绽放一场意式浪漫与东方风雅交织的庆典。日前,鸢尾花装点的小镇化身“百花之城”,以星光熠熠的盛典、中西交融的艺术演绎与丰厚的礼遇回馈,书写与消费者“在意起”(Better Together)的十年温情篇章。

日前,小镇的标志性建筑“西班牙阶梯”在灯光映照下化作华美舞台。品牌代言人孟子义、歌手苏见信(信)、黄龄、董又

霖、超模游天翼、主持人百克力等悉数登场,与佛罗伦萨小镇及RDM Asia 首席执行官鲁墨睿先生(Mr. Maurizio Lupi)共启庆典。黄龄的海派歌声婉转流淌,与舞者翩跹共舞;苏见信(信)的摇滚嗓音点燃夜色,将“购物不打烊”的欢愉推向高潮。而别出心裁的“绿毯”与立体花园签到区,则以盎然春意呼应可持续理念,为盛典增添一抹自然诗意。

在深耕中国市场之际,佛罗伦萨小镇正将独特的“文化混合”商业模式延伸至欧亚交汇处——伊斯坦布尔项目即将于2026年启幕。项目位于伊斯坦布尔机场和哥克图尔克之间,一期将建立在6.5万平方米的可租赁面积上,将容纳200多家商店,目标是每年接待超过1000万游客。

二期计划再扩展为总计11万平方米的项目,将以实惠的价格提供国际奢侈品牌的首次概念店、时尚界的巨头以及各类品牌的特别分店。除了奢侈品零售外,该商场还将包括首次进入土耳其市场的各种本地和国际美食品牌,还将设有专为儿童设计的娱乐区和一家五星级酒店。RDM集团以意式建筑美学融合本地消费习惯的创新策略持续领跑行业,届时这个非凡的项目将再一次印证这一商业范式的旺盛生命力。

三枪携手喀什优棉共筑衣橱新美学

日前,2025秋冬上海时装周启幕,恰逢国民老字号品牌三枪创立88周年,三枪以88周年主题发布、快闪体验空间、三枪新品发布会等,开启一场穿越时空的时尚对话。在新品发布会上,最温暖的焕新无疑是来自喀什,新疆棉花主产区的优质棉花——“喀什优棉”的携手合作。

“喀什优棉”是喀什地区优质棉花的公共品牌,近年逐步实现用品牌构建和深耕“从田头到衣柜”的棉纺全产业链价值。此次“喀什优棉”和三枪合作的主推款式——舒柔轻薄弹力棉内衣和抗菌棉打底衫,是三枪面料实验室基于天然棉的再升级。得益于喀什得天独厚的北纬37度棉花种植黄金地带,年均日照时长高达2800小时,保证优异的纤维长度和强度,昼夜温差则使纤维柔软而有韧性,这种特性使其在纺织过程中表现出上佳的可纺性,纱线的强度和均匀度得以大幅提升。现代化的灌溉技术也在“喀什优棉”种植中发挥着关键作用,农民不仅能够合理控制用水量,还能在干旱季节保障棉花的正常生长。这种技术的运用,确保了“喀什优棉”在水资源短缺的环



境中,依然能够保持高产高质量。

在新品发布会上,国家农业部棉花专家组成员、浙江大学农学院副院长祝水金教授向来自全国的三枪经销商、加盟商们,从育种、种植管理、棉花标准、纱线面料等专业环节,用通俗易懂的语言,讲述了棉花一生的故事,更是表达了在消费市场上,更优质的面料,更美好的生活的产品理念。现场,喀什地区招商局与三枪签署战略合作协议。

新品首发结束后,订货会如火如荼开展起来,2025年秋天的三枪千家零售终端,“喀什优棉”X三枪内穿产品系列将正式与消费者见面。由昆仑山天山雪水浇灌,年均2800小时光照的喀什优质棉花;从石库门里弄的纺纱声响,到国际时装周的聚光灯下,三枪与“喀什优棉”,以东方匠艺叩开世界时尚之门,用全球话语亮出“中国温度”的时代新声。



来一场稳盈的体验之“吕”



春意盎然,正值大自然焕发蓬勃生机与活力之时,如何面对温度变化、花粉等过敏原增多的健康挑战。日前,爱茉莉太平洋上海长宁来福士,在百年建筑圣玛利亚校园旧址与惬意的绿地广场之上打造了一个沉浸式绿意空间,并举办了2025年度中国首场线下体验活动「橄榄吕·春日稳盈见面会」,让消费者在现场的春日元素与多样趣味互动体验中,与橄榄吕共赴头皮健康内外“稳盈”的活力春天。

以充满生机与活力的春季为灵感,现场为消费者提供了一系列趣味互动体验,让消费者生动感知产品卓越的“屏障弹力”、“水油平衡力”与“蓬松力”,橄榄吕为头皮发丝带来由内而外的健康变化触手可及。挑战者与橄榄吕一同完成了屏障守护的重要一步。随后的“水油平衡挑战”中,消费者将平衡球向上抛起随后稳稳接住,直观体验产品调节头皮水油的强大平衡力。挑战最后,蓬松拍照空间与稳盈四格拍照馆则为消费者提供了拍摄蓬松头发、自在展示轻盈自信的魅力区域。

此外,活动现场也设有线上直播间,消费者可以通过互动体验和直播讲解,学习如何通过科学的护理方法实现头皮“稳盈”状态。完成体验之“吕”后,消费者还能获得吕Ryo精心准备的橄榄吕旅行装,将春日活力从活动现场随身带回,延续头皮健康灵感。

作为橄榄吕于中国市场的首次线下亮相,“橄榄吕·春日稳盈见面会”不仅是吕Ryo对头皮健康承诺的具象呈现,更是品牌致力于帮助每一位女性守护内在健康,创造丰富多彩和自信生活方式的生动诠释。未来,吕Ryo将持续为中国消费者带来更多健康与美丽的秀发体验,从发丝开始,不断在爱茉莉太平洋“Live Your New Beauty”的愿景下探索美丽新可能。

联华启动“好物回家”



日前,联华超市股份有限公司正式宣布开启“好物回家”行动,在官方平台开通“内循环特快”绿色通道,通过一系列紧密合作与扶持举措,将优质国货快速引入市场,服务国内消费者,全力协同中国优质供应商发展。

为助力因出口受阻的企业快速进入内销市场,联华推出专项入驻优惠政策,在产品采购上向外贸企业倾斜,有效缩短商品流通周期,降低企业滞销风险。在销售渠道方面,联华股份旗下涵盖社区型联华超市、大卖场世纪联华、快客便利、百联到家等全业态,能为企业提供全域、全场景的商品及服务,根据企业产品特点匹配不同触达渠道。

在营销与品牌建设领域,联华优势显著。推广层面,联华联合电商平台、微博、微信公众号、视频号、抖音、小红书等众多媒体渠道,为外贸企业重点推广,提升其在国内的品牌知名度;在自有品牌合作上,凭借近30年自有品牌开发全链路能力,联华与供应链企业携手,共同开发高品质商品,优化采购成本,助力国内加工企业生产高性价比产品。此外,联华积极响应政府号召,将参加4月份海南“外贸优品中华行”活动,深度参与提振消费专项行动。通过加入“外贸优品中华行地方站”系列活动,重点推进联华食品、生鲜、鲜食等核心品类的市场对接。在线下,组织外贸优品进驻超市、商店街和重点商圈,设立专区专柜展销;在线上,电商平台开设外贸优品专区,支持外贸企业开设网店,实现线上线下联动。

联华与千余家供应商伙伴长期保持良好合作关系,未来将通过快速上架、品牌扶持、供应链优化、标准统一、金融支持以及积极参与“外贸优品中华行”等多维度举措,助力出口企业开拓内需市场,推动内外贸协同发展,让品质国货绽放光彩,为消费者带来更多优质选择。