

在浦东早秋里赶个集

九月伊始,浦东各大商业体已悄然换上“秋装”,一系列融合商旅文体展的秋日活动陆续拉开帷幕。从浪漫的艺术市集到烟火气十足的夜消费场景,从商圈 IP 快闪到邻里互动空间,浦东正为市民游客打造一场创意纷呈、层次丰富的都市消费生活新体验。

从生活美学到夜间经济,浦东的特色市集正以多元主题和沉浸体验,为市民打造充满烟火气的休闲消费新场景。正大广场于9月至10月在富城路重磅推出限时步行街“MY FUN 00:00 市集”,联动上海国际光影节、中秋国庆、IP 嘉年华等众多内容,打造上海夜生活“街溜子”全新聚集地;浦东美术馆与前滩公园巷联袂推出大艺术家节,汇集90余家文创、艺术互动和美食品牌;前滩咖啡甜品节将在前滩公园巷启幕,活动还有“日咖夜调”切换模式和“美食+音乐”沉浸式氛围,带来味觉与感官的双重盛宴。

浦东各大商圈融合 IP 经济、周年庆促销及演艺盛典,推出众多特色鲜明、体验丰富的亮点活动。正大广场推出卡皮巴拉小黄豚限定快闪,带来独特的沉浸式森林奇遇;世博天地9月至10月策划“愈见天地生活集”主题活动,同时联动潮玩品牌 JOTOYS 旗下人气 IP “Q 宝”,举办“Q 宝今天出去玩上海首展”;长泰广场上演墨西哥风情舞会、红韵摩登

秀、非遗英歌舞、民族大联欢、赏月游园会等众多缤纷视觉盛宴;晶耀 & 公园巷将推出周年庆主题促销,联动商场内商户推出系列特惠促销活动。

另外还有“柠檬雾光森林”艺术互动展陈落地陆家嘴中心、九六广场9-11月开启生活艺术季、阿布扎比亚斯岛与东方明珠携手举办的快闪活动“不可思议的亚斯岛”……一系列高品质文艺体验活动,以多元艺术形式与沉浸式互动,为市民打造层次丰富、跨越感官的消费新场景。



上海打造黄金珠宝消费新燃点

日前,由老凤祥、老庙和中国黄金等多家头部品牌联动直播的“99黄金珠宝消费狂欢节”火热启幕。本次消费节活动通过聚集优质品牌联动直播,为消费者提供高质量的黄金珠宝饰品。

据介绍,“99黄金珠宝消费狂欢节”从9月9日持续到11月中旬,由直播消费与线下珠宝展等多种形式组成。消费节期间,还将组织多场线上直播活动,给消费者提供物美价优的黄金珠宝饰品。同时,在11月14日-17日,由上海黄金饰品行业协会、上海黄金珠宝藏品交易中心等主办的 CSJE2025 上海国际珠宝展览会亮相上海世博展览馆,并打造成华东地区极具影响力的黄金珠宝展会,更多优质参展商、品牌企业的黄金珠宝产品将在线下盛装亮相。



业者表示,当前国内黄金珠宝消费市场正在迎来全新消费环境。“99黄金珠宝消费狂欢节”通过行业性的消费联动,以直播带货+线下展会形式,在销售模式和产品方面进行创新,更加凸显了当前背景下黄金珠宝消费环境与行业发展的深度契合。当前上海正在开展国际珠宝时尚功能区建设,促进夜经济发展提振消费,此次消费节活动积极响应政府号召,组建品牌矩阵,致力于将“99黄金珠宝消费狂欢节”打造成为上海黄金珠宝消费的优质平台,通过品牌与主播联动的线上直播,进一步延长黄金珠宝消费的活跃时间,为上海夜经济开辟黄金珠宝行业新赛道。主办方还将对活动进一步升级,逐步将“99黄金珠宝消费狂欢节”打造成上海乃至全国黄金珠宝行业标志性的节日。

奥乐齐“卷价格”里的花样经



曾经以9.9元/瓶的纯粮浓香酒成为社交媒体热议的奥乐齐,日前以“硬折扣”延续其“好品质、够低价”策略,继续以“质价比”抢占消费者心智。自2024年奥乐齐提出“新低价”以来,奥乐齐已累计推出超700款长期降价日需品。此次新一波降价更聚焦一日三餐核心场景,覆盖肉菜蛋奶、米面粮油、水果零食等刚需品类,每款都是老百姓日常离不开的“复购王”。近日再次精选超50款消费者高频复购的日需品“长期降价”,最高降幅达30%。不同于限时促销,此次降价

全程无需凑单满减、不设会员门槛。奥乐齐“卷价格”里,到底有啥花样经?据悉,奥乐齐单店品类 SKU 数量严格控制在2000个以内,与传统商超动辄数万的SKU数量相比,仅为传统商超的1/10。这些商品都有共性,即消费者高频、刚需商品,都是消费者几乎每天都会复购的商品。奥乐齐通过精准定位这些高频刚需品,实现了规模采购,从而有效降低采购成本。而且由于商品都是消费者常用的,其销售速度也相对较快,大大提升了周转效率。

在选品策略上,奥乐齐坚持“少而精”。每个品类仅保留少数几款“高性价比精选商品”,比如鲜奶品类仅设3-4款不同规格,既能减少消费者的选择成本,又能通过“集中采购”形成规模效应,与供应商议价时更具优势,省下来的成本直接转化为终端售价的优惠,让消费者买得更划算。

低价从未以降质为代价。奥乐齐所有降价商品均保持高标准选品:蔬果优选当季好产地,全程冷链锁鲜;肉类拒绝“冻化鲜”,不掺杂碎肉、不缩短养殖周期。为了高效降本,为长期低价提供持续支撑。奥乐齐门店采用整箱上货以减少人工成本,智能订货系统精准预测需求避免库存浪费,数字化收银以提升结账效率,所有的一切,都是为了压缩运营成本。

南京路演绎运动、艺术、消费“三重奏”

霓虹璀璨,世纪广场变身光影交织的绮梦舞台;晨光初露,和平饭店演绎动静相宜的诗意画卷。作为2025上海夜生活节的重要系列活动,第五届上海瑜伽生活节“压轴大戏”日前在南京路步行街两大地标精彩上演,吸引来自十余个国家的数百名瑜伽爱好者参与,为市民和游客带来了一场融合运动、艺术与音乐的视听盛宴。

世纪广场由34518块珍珠贝母纹砖铺就的“海上明珠”,成为瑜伽与音乐交融的梦幻秀场。三场世界音乐瑜伽盛典在此精彩上演,来自全球的音乐家们带来了融合非洲鼓原始律动、手碟空灵之音以及澳洲吹管、中东鼓、节奏沙球等世界乐器的多元音乐体验。瑜伽爱好者们伴随着音乐的节奏,轻盈地舒展身姿,将力量与柔美完美结合,展现出瑜伽的多元魅力;和平饭店百年拱门下,《东方觉醒之音》疗愈专场更是再一次将非遗音乐与现代瑜伽创新结合。心乐团特别创作的融合作品,以隼吟之音震撼开场,古琴五音对应五脏的疗愈序列,尺八空灵之音引导冥想,配合钢琴与手碟的现代韵律,构建起一个完整的声波疗愈场域。在这里,参与者们仿佛置身于一个宁静的世界,忘却城市的喧嚣与疲惫,全身心地投入到这场身心的疗愈之旅中。

上海南京路步行街投资发展有限公司相关负责人表示,经过五年培育,上海瑜伽生活节已从本土 IP 成长为具有国际影响力的城市文化名片,它不仅为瑜伽爱好者提供了一个展示、交流的平台,更向大众传达出海派南京路独具一格的健康时尚生活方式。同时,本次活动与上海夜生活节的有机融合,以健康运动为契机,联动文旅商体融合,并携手商圈商户打造“票根经济”,为“夜上海”注入消费活力。未来,南京路将继续秉承创新、融合、国际化的理念,不断打造高品质 IP 活动,全方位助力上海国际消费中心城市建设。



丽宝乐园开启“集诗·型乐”古风沉浸式新逛法

当诗仙“玩起吉他”,贵妃“蹦起迪”,传统国学与潮流文化碰撞出怎样的火花?日前,位于虹桥核心商务区的丽宝乐园正式推出大型古风沉浸式街区项目《集诗·型乐》,以“混江湖”为主题,融合诗词雅韵与新潮国风,打造一场跨越千年的文化盛宴。这一创新尝试,不仅重新定义了乐园式商业的体验边界,更以“古今碰撞”的沉浸式场景,为上海文旅产业增添一张独具特色的新名片。

“集诗·型乐”谐音“及时行乐”,却以更深层的文化内涵诠释当代人对传统的创新理解。项目以“混江湖”为主旨,巧妙运用“混”字的双关意义——既代表古今元素的混搭融合,亦暗喻“玩转江湖”的逍遥态度。在这里,酒肆、棋局、茶楼等20余个古风场景被赋予现代互动玩法,白天,游客可参与诗词擂台、非遗体验等雅集活动;夜幕



降临,舞乐表演、江湖市集灯火璀璨,再现《清明上河图》般的市井繁华。

丽宝乐园在此次举办的《集诗·型乐》大型古风沉浸式街区,突破了传统商业框架,以“沉浸式文旅+国学传承”为核心,构建了一个可玩、可赏、可学的多维空间。在“国潮”崛起的背景下,《集诗·型乐》的推出具有更深远的示范意义。它不仅是商业体的一次主题创新,更是对传统文化现代化路径的探索——通过场景再造、互动赋能和跨界表达,让经典脱离“博物馆式”陈列,真正走入大众生活。

丽宝乐园,从最开始的命名就是“乐园”,而不是传统的商场。丽宝一直致力于将商业本身变成“可游玩的景点”,用娱乐功能重构商业基因,与消费者建立情感联系,创造出无法拒绝的情感体验。

