

百联集团亮相 2025 中华老字号博览会

守正创新、承古求变，百联集团携旗下“8+1”老字号品牌矩阵集体亮相第十九届中华老字号博览会，以老字号焕新成果彰显百联老字号品牌生命力、创新力，生动诠释“国货潮品，历久弥新”。

百联展区以百联品牌标志性红色为主色调，汲取旗下9家老字号价值内涵与品牌特色，打造具有情情感、体验感、艺术感的展览空间。与此同时，百联集团旗下8家中华老字号、一家上海老字号各展新意，在守住“老底子”匠心的同时，玩出“新花样”，让国货潮品的形象愈发立体。

百联百购业态集合展区集结百联集团旗下三大中华老字号品牌，以年轻化表达突出老字号新形象。2024年全新推出的女性社群品牌LADY淮海，承载自1956年以来上海妇女用品商店的品牌基因，通过焕新改造、服务升级等，让老字号绽放全新风采。上海时装商店则以“国潮时尚”为核心理念，展出非遗莨绸香云纱与时尚设计羊绒衫凸显传统工艺与时尚美学的创新碰撞。第一百货商业中心首次展出面向银发客群的“银铃聚乐部”会员权益年卡，涵盖餐饮、停车、沙龙、美容等多维度服务，全年权益净值超万元。

第一医药作为百联集团旗下大健康专业专卖业态在本次博览会将“全年龄健康服务”理念转化为可感知的现场



体验。三联公司作为百联集团旗下钟表、眼镜、照相专业专卖业态携亨达利钟表、亨得利钟表、吴良材眼镜、茂昌眼镜、冠龙照相五大老字号参展。

眼下，2025百联金秋购物季正火热开展，百联集团以深厚的品牌积淀与蓬勃的创新活力，推动老字号从历史走向潮流，从记忆走进生活，为广大消费者“乐享美好生活”增添更多国潮温度与民生质感。未来，百联集团将持续深化老字号品牌传承与创新，助力老字号品牌在新时代续写“历久弥新”的篇章，也为上海国际消费中心城市注入更具底蕴的商业活力。

上演“动感生活 SPORTS SOCIAL” 打造社区运动新生态

上滨生活广场持续打造“健和美”品牌，于今秋焕新推出“动感生活 SPORTS SOCIAL”系列主题活动。以运动为纽带、以社区为根基，致力于打造一个全民参与、全龄共享的“家门口运动社交圈”。打造多元运动体验、运动社群活动与邻里互动空间，重塑都市人的健康生活方式，营造动静相宜、富有活力的社区商业氛围。

“动感生活 SPORTS SOCIAL”是一种生活态度的传递，它瞄准Z世代玩咖、都市白领、亲子家庭及银龄族等不同客群，依托环虹社区地理优势，构建包括骑行友好空间、多功能运动空间、轻氧疗愈空间等多元场景。上滨已入驻近20家“健和美”商户，烽火地带国防教育射击馆、成长空间站、狮心搏击健身综合训练馆等，此外还引入运动快闪GRL Sports Community、浪人商店，丰富周边居民的“健和美”消费体验。动感生活主题活动通过融合多元运动体验、售卖休闲娱乐产品、传递绿色可持续理念、深度联动优质运动社群，打造贴近顾客日常生活的“悦邻里圈”。“动感生活”将持续推出上百场活动，涵盖“健”、“和”、“美”三大维度，满足不同年龄、兴趣群体的需要，包括：乒乓、篮球、足球、射击、骑行、跑步、旱地冰壶、非遗传统运动、萌宠运动趴等传统运动和新兴运动。上滨还将持续与周边街道联动，为社区居民提供“家门口”的多功能运动空间，传递“健和美”的生活态度。

“动感生活 SPORTS SOCIAL”不仅是上滨生活广场一次品牌升级与场景焕新，更是对都市健康生活方式的一次重新定义。未来，上滨将持续引入更多优质运动资源与社群伙伴，为周边居民正“全龄、全域、全时”的家门口运动社交生活枢纽。一起在运动中相遇，在动感中生活。



200+ 品牌携 170 款新品潮动申城

日前，第十九届中华老字号博览会在上海展览中心开幕。本届博览会以“传承焕新篇·国潮正当时”为主题，展出面积达10000平方米，汇聚200多家老字号品牌，推出170个新品，涵盖食品餐饮、轻工百货、服装鞋具、珠宝首饰、工美文化、医药保健等多个行业，首日即吸引超万人次参观。

本次博览会上，众多老字号食品品牌携匠心之作，将传统味道与现代审美巧妙融合。第二食品与乔家栅联袂呈现的“依好上海”传统糕点伴手礼盒，浓缩了百年老字号的文化精髓，成为传递上海城市记忆的甜蜜使者。此外，杏花楼、真老大房、光明邨等品牌也带来了中秋限定礼盒、非遗酥点、冻胚月饼等时令佳品，每一款都承载着浓浓的节日情怀与老字号不变的匠心。

老字号不仅是品质的象征，更是城市文化的载体。在本次博览会上，一批充满创意与情怀的文创伴手礼盒成为观众驻足的焦点。今亚珠宝以足金复刻阿拉卡比咖啡肌理，将海派摩登与精致工艺完美结合；华山263与大白兔联名的定制绒布袋与拼图，则唤起了无数人的童年记忆。

在时尚圈，老字号品牌以经典设计与现代工艺相结合，展现出独特的时尚魅力。老凤祥主打“国潮国风国韵”，推出“盛唐风华”系列产品，将唐代恢弘大气的美感通过非遗技艺呈现，全渠道销售已突破两亿元；上海表推出致敬·创历者繁花特别款屋顶版和邮票版，将《繁花》小说中的文化意象与上海建筑之美融入设计；古今内衣推出“身情告白”系列，以现代设计语言诠释贴身关怀，选用优质面料与精致蕾丝。

第十九届中华老字号博览会不仅是一次品牌展示的盛会，更是一次老字号品牌与消费者深度互动的契机。通过新品发布、技艺展示、消费体验等多种形式，老字号品牌向消费者展示了其在传承中创新、在创新中发展的成果，为促进消费升级和推动老字号高质量发展注入新动力。



丝芙兰玩妆节全球首站演绎“一步一玩妆”



三位玩妆大使金鹤龙、李雪琴、易梦玲日前现身上海西岸：金鹤龙充满个性的美妆技艺、李雪琴突破边界展现多元美、易梦玲大胆自信表达美，一同向消费者呈现丝芙兰“美不设限”的品牌态度；50个国际一线品牌及宝藏新兴品牌，打破传统品类区分的场景方式，以丝芙兰特有的玩妆语言呈现美妆新品趋势，让消费者在体验过程中深度了解品牌产品。

2025 SEPHORiA 丝芙兰玩妆节全球首站于日前在上海西岸梦中心·梦工场圆满落幕。今年，丝芙兰首次以“玩妆”

主题创新打造“丝芙兰玩妆节”，在3天活动期间，吸引了近5000位年轻美妆爱好者踊跃的参与到丝芙兰为消费者打造的沉浸式玩妆乐园，体验真正的“一步一玩妆”，一同开启沉浸且趣味十足的玩妆之旅。同时，10位风格各异的丝芙兰玩妆团成员也现身活动现场，共同玩转美妆创意。丝芙兰还首次将快闪店带到玩妆节现场，实现了即看即买的一站式购物体验，实现了“体验-互动-转化”的链路衔接。

各大品牌助力21场大师课轮番上演，现场大咖云集，为观众带来丰富实用的美妆干货。课程内容涵盖皮肤管理、多样妆容、潮流风格等多个主题，由品牌专业彩妆师亲授技巧，更有品牌创始人重磅登场，分享独家美妆理念。

此前，丝芙兰已正式官宣金鹤龙、李雪琴、易梦玲三位玩妆大使。在本次玩妆节现场，三位大使以各具特色的方式诠释“玩妆不装”的理念——美从未有标准答案，妆也不止于一种玩法。

上海作为2025 SEPHORiA 丝芙兰玩妆节的全球巡回首站，凭借着其成熟的美妆市场、高度聚集的国际知名品牌与新锐力量，以及多元包容的时尚文化氛围，亦成为本届玩妆节在亚洲的唯一举办地。从上海启程，SEPHORiA 丝芙兰玩妆节将陆续登陆巴黎、迪拜等地，为全球更多消费者传递玩妆的乐趣与魅力。

海派风尚节重新定义“慢生活”美学

日前，第四届海派风尚节在浙江遂昌乐领·旗山侠隐庄园启幕。本届风尚节以“自然，慢生活”为主题，将海派文化的精致格调与浙南山野的自然秘境相结合，打造了一场跨越城市与乡村、传统与现代的文化盛宴。活动由上海约莱文化传媒有限公司和上海国际时尚联合会共同主办。

本次海派风尚节主题鲜明、内容多元，完美融合文化体验、自然探索与投资交流。在“茶海音疗·自然相融”中，大家可前往万亩茶海参与音乐疗愈活动；在“海派风尚·古林遗梦”中，探秘庄园，欣赏古树林音乐剧《画廊遗梦》，品尝遂昌特色风炉宴；在“古寨寻踪·乐之稻香”中，由学者导赏独山古寨，体验在地文化，品尝焦滩鱼头宴，欣赏稻田音乐会；在“丰收喜悦·篝火狂欢”中，嘉宾可参与稻田秋收，晚间享受篝火派对与摇滚音乐会；在“登高揽胜·山野作别”，可登顶九龙山一览山顶风光。



音乐是本届风尚节的核心媒介之一。三场限定音乐会——古树林音乐剧、稻田音乐会与篝火派对，由灰键空间与博雅琴行联合出品，史博伟担任总导演，夏睿恒担任总策划。演出团队还包括音乐剧演员肖茜尹、钢琴伴奏方银河与蔡俊颖，以及遂昌博雅琴行“莫”乐队。

这次活动的主会场，旗山侠隐庄园拥有500多年的村落历史，93%森林覆盖率与深厚的民俗文化，为海派风尚节提供了独一无二的舞台。本次活动不仅展现了海派文化在外延上的开放性，也为乡村注入了当代文化活力。随着第四届海派风尚节各项活动的举办，其带来的文化回响与体验记忆，将在每一位参与者心中持续发酵：山野有尽，文化无界；海派风尚，未来可期。

