

森兰无界生活节暨“浦东嘉年华”开进社区

在市集、演出、运动、打卡等多元内容中,以“听、玩、动、创”四维灵感体验为特色,开启汇聚 30+ 生活方式品牌“灵感焕新市集”,在国庆中为市民提供轻餐美食、手作文创、互动体验一站式消费乐趣。

日前,以“灵感焕新季”为主题的 2025 森兰无界生活节暨“浦东嘉年华”邻里生活节汽车家电进社区高行活动在森兰水上驿站营地活力启幕。此次节日活动深度融合“惠民消费、潮流运动、亲子萌宠、律动音乐”四大板块,通过“政府+商圈+品牌+社区”高效联动模式,打造集文化、旅游、商业、体育于一体的综合性消费场景,为浦东假日经济注入强劲动能。

本次活动是区域优化消费供给、提升消费品质的生动缩影。通过政企协同、跨界资源深度融合的优势,高行镇与森兰商圈不断深化“个性化、年轻化、品质化”的活动定位,进一步打造“好逛、好玩、好买”的消费新地标,为浦东构建国际消费中心贡献更多力量。

在 30+ 生活方式品牌的“灵感焕新市集”里,提供轻餐美食、手作文创、互动体验一站式消费乐趣;三大主题日轮番上演非洲鼓、乐队 Live Show、萌宠派对及 Kinball 潮流运



动等丰富活动,实现音乐、运动与社交的无界交融;活动还特邀浦东新区文化艺术指导中心“文化东进”轻音乐团带来草地音乐会,营造高品质都市慢生活氛围。

“浦东嘉年华”邻里生活节汽车家电进社区高行活动则汇聚了特斯拉、宾利、迈巴赫等近 20 个知名汽车品牌,以及海尔、卡萨帝、colmo 等家电品牌,通过“财政补贴+企业让利+场景体验”的创新模式,将惠民福利送到居民家门口。

八百余年的“药斑布”走进步行街



拥有八百余年的悠久历史、被誉为“布上青花”、源自上海嘉定安亭的传统印染技艺药斑布,在国庆期间走进南京路步行街,并展开了一场“布上青花——药斑布时尚秀和创新展”。

药斑布,这一源自上海嘉定安亭的传统印染技艺,至今已拥有八百余年的悠久历史。其凭借蓝白相间的独特纹理以及天然防蛀防霉的优良特性,被誉为“布上青花”,是上海地区极具代表性的非遗文化瑰宝。本次创新展集中展现了药斑布在当代设计领域的多元创新应用,打破了传统非遗技艺的应用边界,实现了与海派旗袍、皮具、家居用品及文创产品的深度跨界融合,让古老的药斑布技艺在现代生活场景中焕发出新的生机。

在展品方面,此次展览可谓亮点纷呈。其中既有精心复原明清服饰的经典之作,也有融入十二生肖、中国象棋、百家姓、二十四节气等现代艺术纹样的时尚单品。这些创新单品将传统非遗技艺与现代文化元素巧妙结合,展现出药斑布在当代设计中的无限可能。

活动期间,一场以“千年蓝白,今世风华”为主题的药斑布海派旗袍时尚秀在大丸百货上演,其聚焦于药斑布与海派旗袍的创新设计,系列作品在复刻明清经典纹样的基础上,大胆融入江南水乡符号等现代元素,营造出“一布藏古今”的强烈文化张力。同时,商场还携手入驻商户 EP 雅堂,共同打造新中式服饰秀。

此次通过商业与文化机构的深度联动,举办“布上青花·药斑布创新展”活动,旨在让非遗真正“走进生活、走向世界”,为传统工艺的当代转化提供新的路径。未来,新世界大丸百货将继续探索商业与文化融合的新模式,为传承和弘扬中华优秀传统文化、推动非遗创新发展贡献更多力量。

南京路步行街双节购物抽金条

当国庆的喜庆与中秋的团圆撞个满怀,“中华商业第一街”南京路正以一场兼具吸引力与文化感的消费盛宴,成为沪上假期最亮眼的“打卡地”之一。从“购物抽金条”点燃的消费热情,到各大商场与老字号精心打造的特色活动,南京路不仅用实实在在的福利回馈市民游客,更以多元融合的商业生态,诠释着百年商街在新时代的活力与深度。

如果说“抽金条”是南京路吸引客流的“流量密码”,那么各大商家与品牌精心策划的特色活动,则是留住消费者、提升体验感的“核心王牌”。这个双节,南京路步行街打破传统商业边界,将购物、文化、非遗、潮玩等元素深度融合,为不同需求的市民游客提供了“一站式”假期体验。

在中秋佳节,步行街上的老字号月饼店前也排起长队,成为一道充满“烟火气”的风景。此前,在“黄浦秋游记·外滩



月饼王”评选活动中,杏花楼、新雅粤菜馆、泰康、沈大成等南京路老字号凭借过硬的品质与深厚的口碑,成功荣膺“十佳月饼”称号。其中,沈大成的新品“小煤球”月饼更是“火出圈”,凭借独特的造型与承载的城市记忆,登上央视新闻联播节目。

这个国庆中秋双节,南京路步行街用一根金条点燃消费热情,用一场展览传承非遗文化,用一块月饼唤醒城市记忆。主办方新世界集团表示,南京路步行街作为“中华商业第一街”,不仅承担着拉动消费、繁荣市场的经济功能,更肩负着传承商业文化、展现城市形象的社会责任。

欧莱雅第八度征战进博会

再过一个月,第八届中国国际进口博览会就将拉开帷幕。欧莱雅将连续第八届参展,以“美无限,耀八方”(Essential-ity of Beauty)为主题,携三大展台亮相消费品展区、法国馆与创新孵化专区,全面展示集团的新品牌、新科技、新产品、新服务,以及在推动中法交流和开放式创新方面的最新成果。欧莱雅还将携手政产学研合作伙伴,共同打造“美之道”系列重磅活动,诠释美巨大的社会经济影响力。欧莱雅集团首席执行官叶鸿慕也将首次亲临现场,分享集团在中国的最新实践及合作成果。

今年,欧莱雅旗下共 25 个品牌参展,倾情呈现历届最强“首发”阵容,其中包括 3 个亚洲首发新品牌——Dr.G 蒂迩肌、Miu Miu、植村秀专业美发,4 款全球及中国首发美妆科技,和 19 款首发新产品。借助进博会强大的“溢出效应”,欧莱雅期待推动“展品变爆品”,让全球新品好物“零时差”来到中国消费者身边,更好满足他们对美的无限向往,同时也践行“在中国,为世界”,以中国创新和经验,为全球市场注入新活力。

除首发新品外,欧莱雅还将携手进博“朋友圈”,共同呈现“美之道”系列重磅活动,推动行业内和跨领域对话交流,其中包括两大重点活动:发布首部美的经济社会学专著《美之道——解码美的本质》,系统诠释美在经济社会发展中的多元价值;举办“新龄美虹桥论坛会员论坛”,由欧莱雅主办、上海市消费者保护基金会与复旦大学老龄研究院共同指导,届时将发布行业首份《新龄美:重构美的年龄想象》研究报告,全面剖析长寿时代下美的认知变迁、大众核心需求以及社会面临的挑战与机遇。



一张 Gift Card 让“赏艺术”串起“惠生活”

作为第二十四届中国上海国际艺术节“荣誉合作伙伴”,百联集团在国庆中秋双节期间,积极联动旗下各成员企业,推出一系列“票证联动”促消费举措。为市民观众带来“商业+艺术”双重获得感的同时,进一步激活节假日消费市场活力。

为迎接中国上海国际艺术节,百联集团特别推出艺术节定制版 BAILIAN Gift Card,权益升级,福利加码。艺术节期间,消费者可凭第二十四届中国上海国际艺术节期间的各类演出票证,至百联相关门店领取该卡,让欣赏艺术与享受生活形成紧密联动。

黄金周后,百联集团将延续艺术节福利,旗下更多成员企业将逐步开启专属惊喜。联华股份分阶段推出艺术节门票兑换活动,即日起至 10 月 22 日,百联通会员在联华超市及世纪联华单笔消费满额,使用积分即可兑换热门话剧《白鹿原》演出门票。10 月 21 日至 30 日,世纪联华将结合重阳节,送出舞台剧《繁花》季终、俄罗斯尼古拉·卢甘斯基音乐会门票。通过将零售消费与高雅艺术门票挂钩的营销模式,不仅以分层福利深化与会员的情感联结,更赋予生活独特的文化附加值。

艺术节期间,百联股份将推出“会员私享会”,通过引入艺术大师课、高端艺术疗愈沙龙等形式,打造“商业+艺术”新场景。与此同时,开启艺术节票根联动,扫码上传艺术节活动票根照片即可参与抽奖,进一步将艺术感染力延伸至消费末端。

百联精彩不间断,通过百联通会员专属社群福利、消费满额抽奖等激励措施为消费者送上话剧《平凡的世界》门票、音乐会《柏林爱乐在上海》演出门票。第一医药为消费者打造“健康有礼·艺术同行”,活动期间到店实付满额,即可参与抽奖,奖品包含《繁花》、《平凡的世界》等多档文艺演出门票。凭艺术节期间演出票根还可至第一医药商店 4 楼额外领取 BAILIAN Gift Card,实现“健康+艺术”双重回馈。

