

上周六,雨花客厅E-PARK开业,填补了城南商业的空白。而在去年差不多同期的时候,全新的百家湖商圈也让“城市向南”更进了一步。值得关注的是,在接下来的90天里,包括金鹰世界、金鹰湖滨天地、新城吾悦广场等多家商业项目也将开业。城市的“公共空间”不断扩容之际,各大商场及品牌全新的营销方式,也让消费者感受到多样的潮流及丰富的体验。
现代快报/ZAKER南京记者 刘德杰



都市田园购物中心E-PARK

新商业势力崛起 南京商业再扩容

城南又添商业新地标

如今,提起南京的商业格局,除传统老牌商圈外,区域商圈更是强劲发展。值得一提的是,景枫KINGMO和21世纪太阳城去年9月28日同期开业后,全新的百家湖商圈也给南京商业注入了新的活力,新老商圈的齐头并进,更让消费者感受到了别样的商业体验。

“这段时间,南京的商业真是热闹。”在各大老总的朋友圈里,这是最直观的体现。继南京首家山姆会员店上月开业后,上周六,由丰盛集团和智儒投资倾力打造的雨花客厅E-PARK开业,定位都市田园购物中心,更是成为主城区商业颜值新标杆。

业内人士表示,E-PARK为市民带来全新购物体验的同时,也标志着城南板块的商业地产发展进入到一个全新的时代。值得关注的是,倒立大象成为了商场的萌趣代言人,开业期间的兔斯基展再加上犹如公园般的购物广场,或许又将成为达人们的打卡地。

家门口的“城市会客厅”

新零售及消费升级的大背景下,区域商业的起点更高。以刚刚开业的E-PARK为例,像山姆会员店、洛克公园、英皇体育俱乐部等都是首次进入南京,开业率达到了95%,力图依托丰富业态组合打造别样生活。此外,位于江宁的砂之船,独有的奥特莱斯模式,备受青睐。

记者了解到,这几天,砂之船两周年庆吸引了不少消费者,仅周末两天销售额较去年同期已有大幅提升,提前开启了国庆小长假的狂购模式。此次周年庆期间,包括蔻驰、MK、菲拉格慕、Armani、MAXMARA、Givenchy等多个大牌都将在奥莱价的基础上再享受5-7折的优惠。

在不少市民看来,老牌商圈早已不是消费的首选,家门口新崛起的商业体在品牌引入上不比城里差,消费体验度也更丰富。以砂之船两周年庆为例,除了大牌折扣外,商场还与九大银行推出了刷卡购物返现等福利,同时推出的“狂野开仓夜”,为消费者带来全年抄底最低价。

商场也玩起了“快闪”

商圈扩容的同时,商场及品牌营销也越来越潮。此次砂之船两周年庆,引入了快闪元素,熊本熊官方授权快闪店及IP展同期揭幕,萌动全城。眼下也是婚庆高峰期,周生生的“全爱钻”在各大商场的珠宝专柜亮相,推出了钻戒专属的DIY定制服务。

记者在中央商场的周生生专柜看到,此次推出的全爱钻系列,不仅有出色的车工,更糅合光学和工艺知识,将钻石的璀璨升华到更高层次。此次周生生全爱钻在上海梅龙镇广场也举行了主题展,宛如一颗巨型美钻的展馆,在“婚嫁29件事”展区中,贴心地筛选出婚嫁中29件认真的事。

互动、体验,也成为各大品牌营销的亮点。周生生全钻展览推出“VR虚拟现实”互动体验区,结合VR技术让体验者感受到璀璨夺目的视觉盛宴,在精湛工艺主题区还可以跟随钻石车工大师感受钻石的打磨技巧。此外,砂之船在两周年庆推出了“汽车也奥莱”特展,现场下单即可用奥莱价买汽车。

相关链接

当时尚遇到艺术

有关素人的时尚改造,将会是什么样?这几天,德基广场就推出了一项有关时尚ICON的改造计划。此外,有关德基美术馆开业的消息,也被很多消费者津津乐道。这样看来,时尚与艺术,总会有着彼此的联系。

当时尚的潮流中涌动着艺术的细胞。不仅是德基广场,近日在上海西岸艺术中心,克里斯汀·迪奥也带来一次唯美的“蓝调之夜”展览,并推出了Maria Grazia Chiuri为品牌设计的2017秋冬成衣系列,以迪奥先生所钟爱的蓝色为主色调,建筑外墙上的创意投影,呈现出诗意四溢的展示空间。

蓝色元素不仅贯穿始终,十二件迪奥先生时代的典藏作品进行了展出。此外,迪奥在全球范围内首推“Dior Moon”系列Lady Dior限量版手袋系列,更与亮相的作品交相辉映,金丝与蓝线交织成趣,勾勒出鲜明而别致的摩登魅力,让巴黎顶级刺绣工坊的精湛技艺大放异彩。

九周年

江苏有线
同行已九载 万家共精彩

热烈庆祝 江苏有线成立九周年

1 全城共精彩

感恩回馈

- 高清频道免费回看
- “好视乐”买一开三
- 高清频道便捷收视

2 全民享优惠

冰爽开启

- 广电宽带免费赠送
- 购一体机送大礼包
- 高清机顶盒免费配

江苏有线南京分公司直辖区国内用户均可参加;
南京地区有线电视收视费升级,实现“零障碍换机顶盒”。