

沪家电卖场纷纷转型升级为“综合体”

瞄准生活需求 打造最好逛、业态最全的卖场

消费

场景互联网时代,人们的购物需求在不断发生变化,网购已经成为人们生活中不可或缺的一部分。为了满足消费者多元的购物需求,传统的线下门店也在不断升级。本周,上海首家集“中央集成+黑白家电+生活电器+全屋家装”于一体的苏宁极物体验店,即将在五角场苏宁易购广场亮相。这也是上海地区目前在商场面积、品类丰富度、新品首发量等多方面领先的家电综合体。而这,也只是传统家电卖场升级的一个案例。

以“书”为题,“灵魂阅读+”生活空间

消费,不仅仅是“买、买、买”,还需要大量的阅读空间,让逛街的心情更放松。据了解,在本周落地五角场的沪上最大家电综合体中,由苏宁极物首次联手网红品牌“言几又”跨界合作,在业态融合、书籍种类丰富度、场景打造上都有诸多的突破。

“整体设计风格延续了简洁舒适风,布局采用曲环式书架,不仅仅只在苏宁极物内,在整个五角场苏宁易购广场的B1至3楼,还将呈现18米高的“通天书塔”,图书都可供消费者阅览以及购买。”苏宁极物上海地区负责人孙先顺透露,首次以“书”为主题,来打造一处网红打卡地。

琳琅满目的书籍将划分成文学艺术、人文社科、少儿教育、亲子阅读等不同区域,打造全新的“灵魂阅读+”生活空间。未来,此处或



有望打造看书、买书、租书一站式的网红打卡图书馆。

“随着消费升级的发展,商旅融合也成为满足消费者美好生活的重要手段,此次合作将掀起一场跨界融合发展的新高潮。”孙先顺表示。

藏于商业空间里的阅读空间,诸如“钟书阁”,摩登时尚的造型和安静的阅读环境,是时下逛街、采买时的一处精心之所。

而将阅读与商业空间相融合,沪上商业综合体中还有不少好的案例。例如,上海爱琴海购物公园内所拥有的开放式空间及室内购物中心,则充满了“生态”与“生活”趣味。

让消费者在购物空间的业态里,得到“关爱”、感受“调性”、体验“夜行”、享受“餐餐”,还能通过美术、公

共阅读空间的触达感受“艺术”。

新品首发不断, 触角落地智慧厨卫

随着人们的家居产品消费逐渐从单纯满足居住向享受生活的模式转变,一个优秀的家电综合体,也需要加大高品质产品的出样,如德国第一家居用品品牌WMF以及知名品牌奈斯派索也将打造专区,据悉,这也是两大品牌首次入驻苏宁上海地区。

在厨卫区域,首次引进两大装饰公司,俞润装饰与索菲亚全屋定制,两家装饰公司将在苏宁为消费者提供全套家居定制方案。简单来说,也就是如果消费者家中需要新装修,在“双箭齐发”的两大空

间,可以解决大部分难题。

流行生活场景复刻,又或者还原老上海风情街。在浦东世纪汇的地下空间里,就有浓浓的生活气息。眼下,将商品更好地还原到生活场景中,逛起来会更“带感”。打造全场景智慧社区,将智慧生活融入商业综合体,建立用户生活全场景渠道,正成为时下沪上商业综合体转型发展的突破。

成套联动,智慧烹饪随心所欲。无独有偶,今年8月,沪上首家“卡萨帝国际高端厨房体验馆”落户上海永乐老西门店。智慧生活的场景,落在厨卫区域,凭借可以让产品联动的智慧系统,让消费者在逛、采、买时,能够有更多体验式的智慧解决方案。

而今年8月以来,国美联合中

国电信相继在上海、北京、重庆、武汉、济南、青岛等地建立5G智能体验厅。智能家居、手机、VR、云游戏等等,一系列未来体验感的终端设备,可在5G网络下实现高速、极致体验。

聚焦生鲜领域, 上海首家苏鲜生落地

瞄准百姓生活,沪上家电综合体似乎不再专注于只卖家电,而是向多元化、多渠道转型。

早在去年3月,国美就曾宣布进军生鲜领域,并推行人驻电商平台的双标准。去年,国美联合中国优质农产品协会发布优质农产品入驻的双标准,并签约优果联,推出系列优质水果,启动贯穿全年的“生鲜季”。

本周,曾火到频上电视的苏鲜生,在南京、西安、徐州等地疯狂圈粉后,即将登陆上海五角场苏宁易购广场。除了堂食和店内加工烹饪,苏鲜生也可以进行线上点单、送餐到家服务。这也是上海首家苏鲜生落地,在品类丰富度上自是具有得天独厚的优势。

目前,上海苏鲜生核心经营类目主要有生鲜、休闲食品、酒饮、滋补保健等,能满足沪上消费者不同的需求。

那么多数消费者还是最为关心,这些海鲜“鲜”的程度如何?苏鲜生负责人张晓亮告诉记者,“我们采用了‘自营+联营’的方式,实现全国优选本地商品,生鲜特产和全球直采进口商品及优质食材,最大程度地降低商品成本,让利给广大消费者。同时,我们也实现了生鲜的现购现吃,从鲜活到餐桌,保证了食材的新鲜度。”

文/陆燕婷

让老人吃上“暖心饭”

老西门街道为老服务再升级

养老

为应对社区养老的精准需求,进一步满足老年人多样化、个性化与品质化的生活及精神需求,老西门街道强化为老服务设施建设,发挥“嵌入式”养老机构的辐射功效,让老城厢里的老年人充分享受家门口的“星际养老服务”。

今年3月8日,家住河南南路,已有90岁高龄的王阿姨收到了一支红色康乃馨,面对这份惊喜,王阿姨禁不住热泪盈眶,她说:“这是我这辈子第一次收到鲜花,太感动了!”原来这是老西门辖区所推出的互助养老新模式——“老伙伴计划”的一项暖心服务。

通过社区邻里网络,社区低龄老年志愿者与80岁以上高龄独居老人结成“伙伴”,通过上门探访、情感支持和社区活动等形式,给高龄独居老人一份独特关爱。近几年,老西门街道始终将独居、高龄、困难老年人作为关爱重点……一项项暖心工程为老人带去了爱与希望。

此外,老西门街道积极推动养老服务设施建设,充分利用社区辐射效应,逐渐形成以居家为基础、社区为依托、机构为支撑的多层级、互补型及嵌入型社区

养老服务格局。自从2018年,老西门街道先后建成多个嵌入式、“一站多点”的养老服务网络,社区“十分钟养老服务圈”初步形成,针对社区老年人各类需求的供给能力显著增强。

老西门街道领导近几年积极开展社区养老大调研,从中发现辖区独居老人众多,存在行动不便、心理孤寂、安全隐患等问题。为此,街道精准施策,推出了“亲情送到家”独居老人关爱服务项目,提升独居老人的幸福感。

“亲情送到家”关爱项目覆盖辖区全部独居老人,通过“一起来”、“一起爱”、“一起学”和“一起忆”四个活动,对独居老人进行健康体检监测、陪聊喘息服务、生活照料以及组织健康养生、金融安全、社交需求、火灾防范等各类培训活动,减缓独居老人孤独无助感,增强其对社区的归属感,让独居老人乐活晚年。

同时老西门街道党工委以党建引领助老志愿服务,汇聚医院、学校、消防、银行、邮政等各方志愿者资源,合力解决社区老人个性化服务需求,鼓励带动各年龄段的党员和群众积极参与助老服务,形成互助友爱的社会氛围,让更多社区老人拥有获得感和幸福感。

近日,修葺一新的老西门街

道综合为老服务中心庄家街分中心正式投入运行,老西门街道老人助餐问题终于得到了解决。这是街道不断完善15分钟养老服务圈的又一“拼图”,也是街道惠民工程的一项有力举措。该分中心除了为周边老人提供日间照料、助餐助浴、认知症康复训练在内的专业照护外,最大的亮点便是“助餐服务”。助餐服务试运行一段时间后,将逐步增设助餐点,并向更多的老年群体开放。

同时老西门街道积极探索社区配餐新模式,根据老人的饮食习惯、老人日常检测的血压、血糖情况进行配餐调整,在老人用餐时将他们的姓名标注,分类成高血压餐和高血糖餐,把餐食服务做到老人的心坎里,让老人吃上“暖心饭”。

至此,老西门街道已形成日间照料、康复训练为主的生活中心、助洗助浴、公益活动为主的综合为老服务中心、健康运动、快乐生活为主的康乐中心、住养照料、康复护理为主的长者照护中心以及助餐助浴、认知症康复训练为主的分中心五个养老服务体,五位一体的养老服务体系初步构建。自2017年分批建成以来,开展各类助餐、助洗、助洁、助学、助医等各类服务项目15个,服务人群74717人次。

文/陆燕婷

云洲举办钱币邮票博览会

展览

由上海新徐汇(集团)有限公司主办,NGC、PGGS、北京公博评级、上海宝沪评级、南京保粹评级、西安易金文化传播有限公司、上海泓盛拍卖等协办,云洲古玩城承办的第十二届上海中国钱币邮票博览会将于11月8日至10日在云洲八楼交易中心举行。

展会钱币种类繁多,品相上乘,有中华民国开国纪念银币、新

云南光绪元宝银币、江西省造无花银币、四川军政府造汉版大点金四川银币、俗称“袁大头”的中华民国三年银币以及福字、生肖银币、纪念币和退出流通领域的人民币。展会还将展出世界各国纪念币种以及中国各时期邮票、股票、债券、JT票、纪念票和世界各国邮票、大众集邮品、各时期纪念章等。

展期内,承办方将于11月8日发售第十二届钱博会纪念章及电子标签,并于11月9日和10日邀请资深钱币鉴定专家王思源为收藏爱好者免费鉴别钱币真伪,传授鉴别的窍门,喜欢钱邮的爱好者们不要错过这难得的交流机会。文/小云

“美食造物节”成零食博览会

好吃

日前,由来伊份承办的“天猫大食品新锐品牌联盟计划发布会”在上海零食博物馆拉开帷幕。包括来伊份、钟薛高、三顿半、自嗨锅、下厨房、艾格吃饱了、汉口二厂等近百家全链新锐食品品牌汇聚,打造出的“美食造物节”,共同探讨中国食品行业最前沿的消费趋势。

在双十一预售火热开启的当下,“新消费”催生“新力量”崛起的势头展露无遗。“未来3年,在天猫食品行业计划在集团子品牌、新生代品牌、网红专属品牌、产业带品牌这四条主赛道,孵化出500个以上的新锐

品牌,贡献至少1000亿的销售额。”天猫大食品总经理无龄表示。

在零食博物馆的主题演讲中,无龄表示:“食品行业的新品层出不穷,真正能成功的新品,需要满足消费者关注健康、口味变化、产地要求、功能性及新场景。我们需要认真分析消费者需求,反向定制出新品。”

对于抓住都市人群零食代餐化的趋势,来伊份提出“第四餐”的概念,并顺势推出轻便小包装形式的坚果果干燕麦脆等时尚坚果代餐,并在今年双十一还特别打造了跨界礼盒“小美盒”:以5位新女性代言,创新“轻食代餐+坚果果干燕麦脆+赵丽颖同款唇膏+精致妆镜”的产品形态,彰显“她经济”风口下都市新女性的态度。文/陆燕婷