

1 个性化
消费体验

2 文化性
情感表达

3 品质化
社交场景

进阶中的成都新商业催生全新商业生态体系

伴随消费者的需求不断更新,商业项目也在不断迭代发展,以满足更加细分的消费市场。商业已不仅是单一的空间载体,而组合成为商圈、社区链接及城市规划的承载。今年成都商业地产创新项目纷纷涌现,个性化消费体验、文化性情感表达、品质化社交场景推陈出新,培育和创造出更多消费新场景与服务新模式。

新商圈发展迅速 新商业形态不断进阶

2022年上半年,攀成钢区域首个购物中心环贸ICD开业,为成都零售业市场带来约12万平方米的新增供应。头部运营商持续加码,规划、落地新项目,且物业形态不断多元化,如西南首个万象天地、成都第三座大悦城(金牛)等。从区域来看,交子公园商圈、城南天府大道沿线和光华大道沿线在2022年仍为新增商业主阵地;从体量看,高新区和天府新区商业增量占据了成都商业市场的一席之地,这也表明成都在“南拓”道路上持续发力。

2022年四季度,成都零售业市场将迎来新增供应,大部分将落子城南,包括备受瞩目的成都SKP、大魔方等项目,继而推动交子公园商圈进一步发展。

后疫情时代,消费者诉求也不断演变,品牌社交、社群消费等不断引领趋势。商业项目也在向“社交休闲场”进阶。“盒子+街区”和大型公共区域成为零售物业开发或改造的新趋势,旨在从品



文化和商业的融合正引领风潮。

牌租户、消费场景等多方面实现增值效应,从而提高区域及物业整体的休闲、社交属性,深度衔接空间与品牌以打造全新商业生态。

在地文化衍生 成商业项目创新方向

“文化+商业”的发展趋势催生了商业新的发展契机。“在地文化”正成为商场打造特色定位的创新方向。如何把购物中心从商业层面变为满足消费者精神需求的更高层次场所,是很多商场思考的方向。除了打造休闲社交场所,如何进行文化输出,把项目与本地文化结合正成为一个突破点。

成都远洋太古里开启场内品牌全面升级,呈现了众多品牌来自全球的创意巧思、打破常规的前瞻实验并致敬在地文化,将其所营造的空间体验及现代时尚生活方式带向新的高度。仁恒置地广场在改造升级工程中融入在地文化,其葛屋书店在设计上就运用了很多成都元素。

华西都市报-封面新闻记者 李雪丹

当你的爱豆成为某个品牌的代言人时,你是否会对品牌增添些许关注呢?时至2022年最后一个季度,伴随活动的增多,明星们频频出现在公众面前。最近,更是有不少奢侈品牌官宣其全新代言人,掀起了一波热潮。

年末 多家奢侈品牌官宣代言人

蔡徐坤成为泰格豪雅中国区品牌代言人 9月,泰格豪雅正式宣布蔡徐坤出任中国区品牌代言人。作为一名歌手兼原创音乐制作人,蔡徐坤拥有独特的音乐理解力与极具辨识度的创作风格,已成为中国最受欢迎的音乐人之一。泰格豪雅与蔡徐坤的携手合作,标志着品牌在中国市场开启令人激动的全新篇章。

Burberry 宣布全智贤为新晋品牌代言人 9月,Burberry 宣布演员全智贤为新晋品牌代言人,并释出一组品牌官宣照。在此次的品牌官宣照中,全智贤在柔粉色背景前,以多元造型优雅演绎Burberry 2022秋冬系列。全智贤作为韩国极具影响力的演员之一,曾获大钟奖和百想艺术大赏电视奖等多个业界重量级奖项。

她说:“很荣幸成为Burberry的品牌代言人。作为一个拥有深厚英伦底蕴的品牌,Burberry的开拓先锋精神及隽永优雅给我很多启发,我十分期待与这一历史悠久的品牌携手开启全新的旅程。”

积家宣布安雅·泰勒-乔伊为代言人 9月,积家宣布安雅·泰勒-乔伊(Any Taylor-Joy)为代言人。安雅在全新短片《心之来电》(A Call of the Heart)中首次亮相,短片围绕极具

象征意义的通话展开,藉此欢迎安雅·泰勒-乔伊的加入。

安雅·泰勒-乔伊被视为同代人中最具天赋的人才之一,亦是现代女性特质的生动诠释者。积家全球首席执行官Catherine R é nier女士说:“她的美超凡脱俗,敏锐洞见,才华横溢且努力进取,与积家大工坊所推崇的价值理念及风格不谋而合。”

埃尔林·哈兰德成百年灵品牌形象代言人 10月,百年灵宣布埃尔林·哈兰德成为其最新形象代言人。年仅22岁的他已经被公认为世界最佳球员之一。这位英超曼城队前锋的加入,组成了包括篮球运动员扬尼斯·阿德托昆博、单板滑雪运动员克洛伊·金和橄榄球运动员特雷弗·劳伦斯在内的百年灵全新“全明星行动队”。

百年灵首席执行官乔治·科恩表示:“埃尔林·哈兰德正是我们要寻找的全明星成员。他能力超强,极具个性,真实不虚,脚踏实地——埃尔林是百年灵休闲和包容奢华的体现。”

无论歌手、演员还是体育明星,他们都在各自的行业里展现才华。品牌与代言人的强强联合,希望能将正能量传递给每一个人。

华西都市报-封面新闻记者 郭可欣

一场诗意灵动的珠宝画卷 优雅展开

——梵克雅宝高级珠宝艺术展

以清雅飘逸的缎面为衬托,甄选近80件灵动的作品及文献,讲述近几十年来生活方式的演变……10月1日-30日,“动静有形,艺述百年”梵克雅宝高级珠宝艺术展优雅登陆成都。

金秋十月,梵克雅宝在成都远洋太古里MC House时室举办“动静有形,艺述百年”梵克雅宝高级珠宝艺术展。本次展览呈现世家以珍贵材质演绎灵动艺术形态的精湛造诣,犹如展开一幅无限创意的诗意画卷,为观众打造一段引人入胜的艺术之旅。

优雅艺术之旅从飘逸饰带开始

本次展览的布景设计,希望通过每一件珍贵非凡的珠宝藏品,探索世家珠宝设计的艺术律感。一束以缎面饰带挽成的花冠清雅飘逸,缀于展览入口,欢迎每一位观者沉浸其中。该花冠造型灵感源于1930年代由梵克雅宝设计的经典Silhouette Flower胸针,崭新的姿态绽放别样的魅力,引领观者踏上世家高级珠宝艺术的律动之旅。

这段旅程为四个主题空间,包括岁月印记(Human Odyssey)、灵动自然(Nature Alive)、邂逅优雅(Elegance)以及抽象艺境(Abstract Movements)。展览设计犹如一幅抽象的画卷,引领观者与梵克雅宝高级珠宝展开诗意的对话。

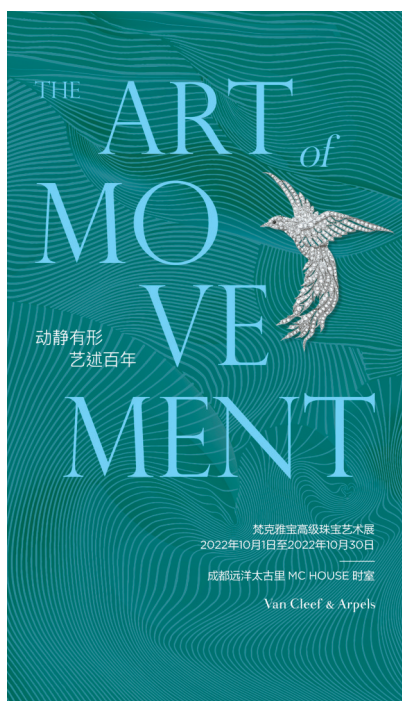


珠宝套件, 1972年
黄K金、青金石、钻石。

赏灵动珠宝领略世家百年芳华

自创立以来,梵克雅宝运用独特匠心与超凡工艺为珍贵宝石注入轻盈和灵动的生命力。展览让观者在欣赏世家精湛技艺的同时,也能感受到这几十年来生活方式的演变。

梵克雅宝于1930年代创作的许多珠宝艺术杰作选用迷人的图案和微型饰品,作为手链、项链和珠宝匣的装饰元素。无论是出自世家的创意巧思,还是源于客人的喜好定制,这些造型精致的瑰丽珠宝都是独树一帜的个人珍藏。除了常见以人物、动物或物件作为



设计特色之外,还有一些向体育运动致敬的主题作品,包括这款于1935年面世的烟盒。乍一看其精致的盒盖,滑雪者、高尔夫球手与骑士正在大展身手,精力充沛的兔子则准备跃出天际。

仙子——梵克雅宝的标志性作品之一。1940年代初首次亮相,便展现了世家迷人的诗意宇宙。仙子的出现,以及于同一时期诞生的芭蕾舞伶,开启了世家描绘优雅女性倩影的传统。这



▲ Charms烟盒,约1935年 黄K金、铂金、红宝石、缟玛瑙、钻石。

件Fairy胸针以悬浮在飞行中的形式呈现,脸庞镶嵌着一颗玫瑰形切割白钻,以铂金勾勒优雅精致的身影,以及灵动的翅膀之上点缀着闪耀的白钻。她的姿态呈现一种正在轻轻着陆的灵动之貌,透过其优雅的动作,将观众视线聚焦于她的魔杖之上。

这是一套呈现了1970年代珠宝华丽风格的珠宝套件,由一条长项链、一对耳环、一条手链和一枚戒指组成。长项链的吊坠可拆分成胸针,荟萃了世家“可转换式珠宝”精湛工艺的杰出创作。此珠宝套件中每一件珠宝均饰有一个或数个圆形主题图案,以青金石镶嵌而成,黄K金细节点缀其中。其设计令人联想到璀璨流星,顶部为一颗华美的钻石,末端则由黄K金雕刻而成。如漩涡状的构图洋溢动感,对比色彩浓郁的材质将抽象的设计演绎得生动传神:深蓝色的青金石夜空中,黄K金和钻石如星辰闪耀,宝石内的黄铁矿,宛如星光洒遍浩瀚的银河。

这是梵克雅宝举办的首个聚焦“灵动”主题的高级珠宝艺术展。有兴趣的读者可前往免费观展,并能在展览中感受到灵动和谐的梦幻意境。(王欣)