

集合消费新场景 首店经济激发新活力 成都交子公园商圈日趋成熟

位于成都市中心的大慈寺、春熙路商圈人气一直居高不下。随着城市商圈不断扩大外拓，成都商业整体分布也发生着变化。随着备受瞩目的成都SKP、大魔方等项目在南门落户，推动交子公园商圈进一步发展。

交子公园商圈日趋成熟 成都SKP或成时尚新地标

交子公园商圈位于成都中心城区南部、锦江两岸，辐射高新区与锦江区。聚焦大量高新企业商务人群及高端居住人群，蕴含巨大的消费潜力。

成都SKP作为交子公园商圈引入的首个高端百货项目，将公共交通枢纽、高品质商业、生态公园相结合，打造“公园+购物”的全新商业模式，成为该商圈的耀眼新星。该项目建成后，将引入联营、自营高端品牌1300余个，涵盖多个首店品牌，力争为消费者带来全新的高品质生活消费体验。

同样位于交子公园商圈的成都招商大魔方，10月28日开门迎客，亮相三天，总客流突破45万人次。不同于传统商业体，招商大魔方涵盖了亚洲重磅级演艺中心、城市购物中心、超甲级写字楼、智能外交公寓、国际高端住区等多样业态，其中的商业购物中心板块，商业体量仅次于环球中心。

首店经济激发新活力 时尚潮玩激活新消费

“首店经济”成为激发商圈活力、推动城市消费升级的新引擎。封面新闻了解到，招商大魔方引进超200家品

牌，其中成都乃至西南首进及创新旗舰店超30%。引进高阶潮流买手店、潮玩运动馆、主题餐厅等近20家首进创新体验店，承载日常逛买饮食的需求，还为年轻的消费群体提供了品质高、颜值高、可打卡、可参与、可分享的体验式购物空间。

合景·悠方今年更新项目定位为“艺术·风尚·漫享都市摩登新聚场”，创造独属于新成都的新风尚。仅今年，悠方引入加拿大高端户外运动品牌ARC'TERYX始祖鸟全新概念店、COSCIA蔻莎潮奢精品百货的成都首店、S Kitchen 偲厨（城南首店）等。10月，更开启tazaTe大地茶场、HARMAY话梅城南首店、BASdBAN成都首店，为消费者带来更为丰富的购物体验。

合景·摩方森系腔调街区M.CUBE以“时髦+新锐”为调性定位，通过时尚买手店、黑珍珠/必吃榜餐厅、高品质生活美学业态组合，68%+的首店占比，塑构“悦己型”时髦消费新场域。

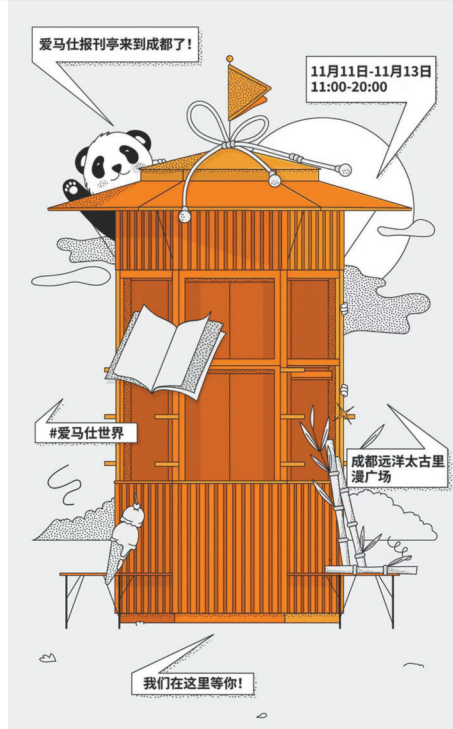
成都银泰中心in99持续更新，克罗心（西南首店）、MANNER COFFEE宠物友好店（全国第二家）、MISSONI西南首店、FRED城南首店、1436西南首店、1823全国首店、MARNI全新概念精品店暨城南首店、沙龙汽车全国首店等重磅新店先后亮相。

集合消费新场景 吸引年轻消费群

今年成都商业地产的创新项目纷纷涌现，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，培育和创造出更多更有吸引力和竞争力的消费新场景与服务新模式。当购物中心集结了艺术展览、宠物友好咖啡、空中跑道、裸眼3D、文创书店、国潮交互空间等消费新场景，是一种什么样的好玩体验？

办公地点位于交子公园商圈的龙途文化总经理周薇告诉记者：“2016年到高新区办公，我见证了交子公园商圈的从无到有。从单一的奥克斯广场，到现在众多的网红打卡点、区域地标，很多有意思的消费场景让人流连其中。”有成都商业资讯博主打卡成都银泰中心in99时对manner coffee宠物友好店记忆深刻，这里可以带着自己的宠物来喝咖啡，非常友好。博主苏软软表示：“在成都悠方体验过独特的艺术展，就像走进了艺术家创建的色彩之境，视觉体验感很好。”

华西都市报-封面新闻记者 张旌 李雪丹



国内首站 爱马仕报刊亭游抵成都

爱马仕报刊亭受标志性巴黎书报亭启发诞生。在这里，报刊亭主人及其团队热情迎接每一位来访者，在享用一杯醇咖之际，每日上演的惊喜时刻亦不期而遇。

作为国内首站，11月11日至13日，爱马仕于成都远洋太古里漫广场呈现同名报刊亭并向公众开放，伴读者透过文字与图片，去了解爱马仕世界充满创造力、好奇心与多样性的产品系列。在爱马仕报刊亭，可以于创意书签工坊折制一枚报刊亭书签，在肖像画面前静坐片刻，收获一幅生动画像，亦或信步驻足，随心小憩，每一位来访者皆可在此度过片刻惬意时光。

华西都市报-封面新闻记者 李雪丹

聚焦珍稀属性 传递情感价值

与天然钻石协会一起探索璀璨夺目的天然钻石珠宝世界

“ 钻石诞生于十几亿年前的地壳深处，直到几千年前才首次为人类所发现。天然钻石被视作大自然赠予人类的瑰宝，因其与生俱来的稀缺性为人所珍视。天然钻石协会作为独立的第三方非盈利机构，致力于天然钻石的传播与推广，重新定义天然钻石，增强消费者对天然钻石情感价值的了解。此外，协会及其成员企业还致力于保护开采地区环境，对当地经济发展作出积极贡献，保障钻石行业的可持续发展。

传递行业价值 凸显天然钻石珍稀之美

作为大自然的珍贵馈赠，每一颗天然钻石都弥足珍贵，具有天然、稀有、纯净、独特等众多美好特质。自1477年世界上第一枚钻石婚戒问世起，天然钻石便成为浪漫爱情与永恒承诺的象征。如今，天然钻石所代表的核心价值与情感寓意早已超越“高级”“奢侈品”的定义，被年轻人赋予更多内涵：坚定勇气、热爱生活、追逐梦想……这些美好意涵也让购买天然钻石成为了一种独特的、持久的消费体验。

天然钻石并不独属于重要场合或甜蜜爱侣，更是人们与他人、与周遭环境情感联结的象征，拥有着多元的佩戴场景和搭配可能，能够成为人生重要时刻的见证。在中国年轻消费者心中，天然钻石是美好情感的见证物，启发人们发现生活中真实难忘的时刻，庆祝身边珍贵真挚的爱。此外，随着女性悦己消费的增加，天然钻石与女性之美相契合的坚韧、美好等品质，让越来越多女性选择购置天然钻石作为自我表达与奖励的方式，自购也成为钻石消费中的重要驱动力。

深入洞察时代变化，捕捉消费者的最新需求，并与年轻一代建立起真实的情感联结，天然钻石协会通过Only Natural Diamonds官方平台启迪并引领消费者走进天然钻石的



天然钻石协会新晋全球大使莉莉·詹姆斯

璀璨世界。平台以丰富多元的角度，为大众呈现闪耀夺目的天然钻石世界——结合流行文化和明星名人，引发天然钻石与年轻一代间的共鸣；洞悉时下钻饰风尚，为消费者选购搭配提供灵感启迪。面向消费者，尤其是年轻一代，天然钻石协会更是积极携手具有行业权威的珠宝零售商，致力推广象征美好生活态度与积极生活方式的“天然钻石梦”。

履行社会责任 致力于积极且可持续发展

相关数据表明，千禧一代、Z世代已成为全球钻石消费的主力军。对于年轻一代消费者来说，可持续性、真实性、对品牌的信任度正在变得日益重要。他们更愿意去购买环保和在生产环节符合道德理念的钻石珠宝产品。

晋全球大使、全球知名女演员莉莉·詹姆斯前往非洲南部国家博茨瓦纳，造访当地社区，亲身感受博茨瓦纳因天然钻石行业而产生的惊人变化。天然钻石协会成员企业们与当地政府合作，提供大量高新、安全的当地就业机会，并通过采购当地商品和服务支持中小企业发展，还将收益的大部分回馈当地社区，为开展社会发展计划提供支持，包括教育和医疗保健、培训和技能发展，以及慈善基金会和文化活动等。天然钻石行业为博茨瓦纳建立起学校系统，平均每年为逾52万儿童提供教育；此外，天然钻石行业为全球逾400万人提供医疗服务等福利，并资助当地各类重要基础设施的建设。2021年，天然钻石开采行业为博茨瓦纳贡献了33%的GDP，为当地可持续发展带来深远积极的影响，博茨瓦纳也从穷困国家一跃进入非洲较为发达国家的前列。

全新广告大片 呈现天然钻石臻美华彩

近日，天然钻石协会发布新一轮全球广告大片，以“闪耀此刻 恒久珍藏(To Treasure, Now and Forever)”为主题，赞颂天然钻石在人生的不同阶段与重要时刻中展现出的恒久寓意、臻美华彩以及多样魅力。该广告大片由天然钻石协会新晋全球大使、英国演员莉莉·詹姆斯(Lily James)倾情演绎。作为在全球广受欢迎的著名影星，莉莉·詹姆斯曾演绎丰富多元的荧幕形象，展现出深远的国际影响力。

作为天然钻石协会全新广告大片的主要灵感来源，莉莉·詹姆斯女士在璀璨的天然钻石世界中大放异彩。广告大片中莉莉·詹姆斯用不同风格珠宝单品进行搭配，日常休闲、正式华美，让璀璨光芒陪伴每一个人生时刻，展现当代女性的多面风采，如同天然钻石的不同侧面一般——天然、独特、闪耀。莉莉的完美演绎在这些璀璨闪耀的天然钻石珠宝的映衬下，生动彰显了这支广告大片的主题——“闪耀此刻 恒久珍藏”。 (李雪丹)