

## 美好生活·蜀里安逸

# 第三届中国(四川)国际熊猫消费节在蓉启动

华西都市报(记者 易弋力)9月29日,由商务部、四川省人民政府、中央广播电视总台共同举办的“双智新品 供需适配”对接交流暨第三届中国(四川)国际熊猫消费节启动活动在成都举行。

据了解,活动以“美好生活·蜀里安逸”为主题,即日起至11月30日,全省上下将联动2.89万家市场主体,举办各类消费促进活动1500余场。将面向全国消费者发放川酒、川菜、川茶、川丝绸、川药

材等四川特色产品消费券1亿元,发放“蜀里安逸·焕新生活”家居家装消费券3亿元。还将发放2024四川高校新生开学季礼遇大礼包、2024年重阳敬老大礼包。

本次活动将按照“1+10+N”的架构展开,主要包括:

——1个主题展。主题展的展区搭建了家电家居家装、非遗老字号、国货潮玩、餐饮美食等4个展区,极米家电、自贡彩灯、羌绣非遗传承、国货潮玩等50家品牌市场主体参与其中,纷纷推出让利优惠措

施,吸引消费者参观体验。

——10个专项活动。消费节期间,将在全省范围开展“乐购金秋”主题消费促进活动、“蜀里安逸”汽车消费季活动、2024成渝双城消费节暨中秋惠民促销活动、2024川货电商节、川渝老字号惠民嘉年华、“大熊猫粉丝四川游”特色消费产品推广活动、“天府优选”39帮扶集市、2024跨境电商进口嘉年华活动、“一带一路”国家馆“三进”活动、“俄罗斯食品文化节”成都站活动等10个专项

活动,持续营造浓厚消费氛围。

——N场系列活动。成都、泸州、德阳、绵阳、宜宾、乐山、广安、雅安等8个市结合地方特色、传承文化创新,组织开展“十二月市”“悠然至德”等“蜀里安逸”品牌周活动。将举办中国(成都)国际食品饮料展、第七届世界川菜大会、成都国际美食嘉年华等“味美四川”川派餐饮汇、安逸走四川体育文旅消费季和2024中国(成都)国际茶业博览会等重点活动。

## 四川省首届原创歌曲大赛圆满落幕

华西都市报(记者 徐语杨)9月29日晚,2024“巴山蜀水 音你而来”四川省首届原创歌曲大赛举行颁奖典礼,正式揭晓包括17个综合奖项和68个单项奖项在内的全部获奖名单,为这场音乐盛宴画上圆满的句号。

其中,《问月》《你未曾远走》获得综合类一等奖,谭淇尹《问月》、董玉方《源动力》获得作词组一等奖,谭淇尹《问月》、刘修月《石榴结籽抱成团》获得作曲组一等奖,周佳亮《化蝶说 啊呼》、苟音《阆中有戏》获得编曲组一等奖,孙杰、吴刚《一城酒香》、李山衫、吕修铭《你未曾远走》获得演唱组一等奖。

《问月》在本次大赛中收获多个奖项,包括综合类一等奖,以及作词与作曲



歌曲《问月》《你未曾远走》获奖代表领奖。主办方供图

双项一等奖,得到了评委们的一致好评。词曲作者谭淇尹说:“月亮在中华文化里是有特殊意义的,代表故乡,代表对事事圆满的追求,也代表理想和未知的想象,从古时屈子问天到现在的探月工程,都体现了中华民族对宇宙终极探索的追寻。问月,问的是月亮,却又不止于月亮。”

另一首获得综合类一等奖的作品,是《你未曾远走》,由李山衫、吕修铭演唱的该作品同时还获得了演唱组一等奖。《你未曾远走》是以音乐的形式唱出对世纪伟人的深切缅怀之情,表达四川人民对小平同志的深厚感情。整支歌曲没有华丽的辞藻,却字字句句直击人心。歌词中通过春雨、清风、明灯、火炬等象征性元素,传达了希望、创新、温暖、幸福等

主题,深入浅出地描绘了改革开放后的新景象和新生活,朴实而深情地表达了人们对美好生活的向往和追求。

颁奖间隙还进行了优秀原创歌曲的表演环节,不仅有在这次比赛中脱颖而出的曲目,也请到了深受全国观众喜爱的优秀唱作人,他们都带来了自己的原创作品,让颁奖礼现场成为视听盛宴。

据了解,比赛自今年4月启动以来,吸引了众多音乐创作者的积极参与,大赛报名阶段共征集到参赛作品2318首,类型涵盖流行、民族、摇滚、说唱等多种音乐风格,充分展现了四川音乐创作的多元魅力和无限活力。经过初赛、复赛的层层筛选,最终30首原创佳作脱颖而出,成功晋级决赛舞台。

## 发挥标杆商业引领作用

# 成都太古里营造可持续发展的都市空间典范

成都,有着悠久的历史和丰富的文化遗产,文化历来都是这座城市厚重的底色。立于城市的中心,成都太古里一直在地文化中汲取养分,并以独特的方式融入现代商业发展,积极推动城市的有机更新,助力成都加快建设成为世界文化名城。经过近十年的发展,成都太古里已成为深受本地市民和外地游客喜爱的城市地标。作为时尚潮流的引领者,项目不断引入新的品牌、新的业态和创新消费体验,推动了成都商业的转型升级和高质量发展。



成都太古里。品牌方供图

### 融汇在地化与前沿趋势 推动文化传承与创新

成都太古里独创“快里”“慢里”的零售概念,以独特方式融合文化与商业,为顾客提供多元化的购物及生活方式体验,已成为全国独具一格的城市目的地。其作为太古地产城市更新与文化保育典范项目,在设计之初,就致力于重塑成都这座历史文化名城的中心地带,加强民众与大慈寺历史文化片区的情感纽带,发展创新、开放、尺度合宜的街区形态目的地,营造更为可持续发展的都市空间典范,助力成都发展成为融汇古今的国际化大都市。

成都太古里总经理伍玉珊女士曾表示:“成都太古里自开业以来,深植在

地文化,和成都一起发展、共同成长。作为城市中心的公共空间,成都太古里深植在地文化对商业发展的意义,从项目布局、建筑风格到零售概念、场所营造等,都特别注重文化层面的思考和衔接,坚持将在地文化、艺术审美融入商业的方方面面。近年来,随着众多国际品牌和全新零售店铺概念的落位,以及项目坚持以原创艺术表达创造空间、体验、内容等,在保育和传承在地文化的同时,更是对文化发展未来形态的积极探索。”

### 不断突破与创新 引领时尚消费新体验

在消费体验方面,成都太古里勇于突破自我,持续打造独特而令人难忘的

购物及生活方式体验,不断超越中国年轻消费者的期望。开业以来与众多国际品牌共创出多个兼具前瞻性、实验性和艺术性的店铺空间及内容,不断延伸空间和消费体验的边界。

2024年初至今,成都太古里进入项目全面升级调整的第二阶段,迎来许多新店的开业,包括众多打造创新概念和体验的品牌全球旗舰店及国际品牌中国首店,比如四面泰西南首店、Goldwin西南首店暨全国至臻旗舰店、LOEWE罗意威·成都高宅、Max Mara新概念形象店、nobis中国首家精品店、Wilson西南旗舰店等。接下来,成都太古里还有一些值得期待的惊喜给到大家,比如近期围挡阶段已经备受热议和期待的BIRKENSTOCK西南首店、Goyard全

新形象店及亚洲首间复式店铺、LEMAIRE中国首店等。

目前整个市场虽然在承接阶段性调整的环境之下,成都太古里仍保持自己的升级调整节奏,陆续落位高品质新店,不仅展现出众多品牌对于成都市场和成都太古里持续的投资信心和信任,也能为成都和整个消费市场注入更多信心和活力。据了解,2024年成都太古里的客流量已经超过了2023年以及2019年的水平。

调整和升级业态组合之余,成都太古里亦看重通过以人为本的建筑设计理念,和艺术化的空间体验提供独一无二细腻的对客服务。2023年,成都太古里建成了颇具空间艺术体验性的贵宾停车区「波纹」,2024年6月,成都太古里的全新贵宾休息室「户庭」也正式投入使用,融合成都的古今建筑、历史和自然景观等灵感,以开放的庭院和创意细节彰显空间的诗意,为顾客提供完整多元的感官体验和现代设计美学的乐趣。

同时,成都太古里秉承“可持续发展策略”,致力于为消费者打造安心安全的购物环境。今年4月,项目以94.5的高分斩获WELL CORE PLATINUM铂金级认证。自此,成都太古里成为西南地区(云贵川三省)唯一获得WELL体系铂金级认证的商业地产项目,也是西南地区唯一持有LEED、WELL双体系铂金级认证的商业地产项目。该认证被誉为“建筑界的奥斯卡”,重点关注建筑环境与人体健康之间的关系,而铂金级为认证的最高等级。(广告)