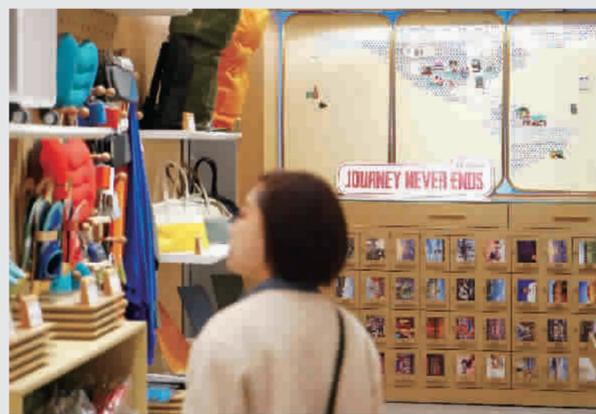




嗅 气味图书馆
K11购物中心的“气味图书馆”里没有书籍,珍藏的是各式各样的香味。在浪漫的氛围,打造“嗅觉”经济,让人欲罢不能。



听 声音小镇
贩卖“声音”的世贸广场“声音小镇”是一家打造视、听、唱、说等多元体验的潮店。这里不仅有各种影音潮品,还能体验专业录音棚。



视 穷游美术馆
新天地广场的“穷游”美术馆是一家旅游网站线下实体店。这里不仅经营旅行装备和世界各地的旅游纪念品,也可现场预定旅游产品。



触 手作小店
芮欧百货4楼云集了皮具、木工、陶瓷等手作小店。“零售+DIY”形成一种独特的“指尖”文创业态,吸引年轻人重回实体店。



味 城隍庙小吃
城隍庙是中外游客上海旅游之行的必到之处。独特的上海话招牌加上本地小吃挑动着游客的味蕾。
杨建正 摄

打响四大品牌

首席记者 刘歆 文 / 图

时尚潮店带旺 感官经济

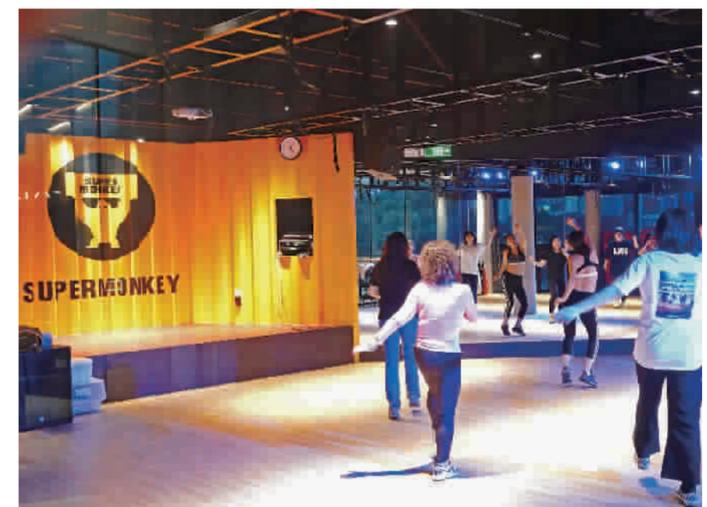


在打响“上海购物”品牌的背景下,沪上实体百货商家纷纷发力,引入各种潮流店铺和新型业态,吸引消费者。买买买已经不仅是简单的商品营销,而是集视觉、嗅觉、听觉、触觉、味觉于一体的全方位的感官经济。
面对网购的压力,许多人曾以为实体商业似乎会变得冷冷清清。不过,人们依然有出门逛街的需求和面对面情感交流的需求。人的感官会影响潜意识,是情绪的触发器,更是吸引消费者的“卖点”,比广告更能打动人心。
“中华第一街”南京路步行街的世贸广场全新亮相,潮店云集,娱乐和餐饮业态的占比明显提升并提供定制服务。南京西路

芮欧百货的手工作坊用“都市匠人”的概念,吸引周边写字楼的白领青年。豫园商城,各种沪上老字号美食换上时尚包装,挑动游客味蕾。愚园路上的后街小店各具特色,让人流连忘返。此外,还有不少实体商厦引入艺术展览、科学普及、相亲交友等活动,努力打造“有温度”的商业。
站在新零售的风口浪尖,依托互联网的无人百货、无人超市、无人餐厅在上海不断涌现。以盒马生鲜、星巴克烘焙工坊为代表的智慧门店,也走进了人们的生活。从线上到线下,从线下到线上,人们的各种感官被不断刷新,逛街购物不仅仅是消费,而是一种美好的生活体验。



奇 失重餐厅
沪上的潮店为了吸引顾客眼球,可谓各出奇招。酷炫的螺旋轨道腾空飞架,美食如同坐上过山车,从天而降“飞”到眼前。位于浦东世纪汇广场的沪上首家失重餐厅,充满了机械感和未来感,让人弹眼落睛。



酷 城市运动橱窗
让运动成为一种风景!无人值守,网上自助预约消费,不用购买年卡按次付费。在上海的来福士、大悦城等核心商圈及购物中心,结合智能化“无人店”和线上私人订制概念的新型“城市运动橱窗”,在申城悄然升温,得到了不少白领的青睐。这种全新运营模式充分利用人们的碎片时间,带来多元化的健身体验。



新 无人百货长廊
说起风生水起的“新零售”,自然少不了“无人店”。在大宇国际商业广场,十余台无人售货机组成的无人百货长廊,让不少年轻人为他们的好奇心买了单。



特 酒吧画廊
在上海,“后街生活”正流行。愚园路的这家画廊依托同品牌的咖啡厅、酒吧业态,免费向公众开放,吸引更多的年轻人和社区居民走近艺术。