

4月29日，2023国际消费季暨第四届上海“五五购物节”正式启动。本次“购物节”以“潮起上海 乐享消费”为主题，购物、文旅、美食、赛事、展览五大领域联动。上千场系列活动将涵盖劳动节、青年节、儿童节、端午节等节日，发力新客群、新供给、新场景，共同打造一场精彩纷呈、提振信心的消费盛会。

作为春节后的第一个小长假，今年的“五一”劳动节又遇上了“五五购物节”，各大商圈穷尽所能吸引客流，上海全城涌动消费热力。

近日，上海长风大悦城正式开启“玩5止境，尽在长风”五周年庆活动，带来为期25天的城市狂欢。

数据显示，2023年长风大悦城客流、销售快速回暖，3-4月客流同比2021年提升23%，大悦城控股商业IP主题活动——第五届大悦嗨新节中，长风大悦城实现客流超10万、销售超1000万的优异成绩。时间拨回至2018年5月，长风大悦城盛大开业，秉持着“物质、场景和空间的深连接”理念，利用“街区+盒子”双重形态商业体，打破传统内向的封闭感，赋予商业强烈的户外开放感。此外，联动上海乐高探索中心、长风公园、长风海洋世界等场馆，牵头成立了上海首个城市微度假中心——长风城市微度假区。2021至2022年，伴随着地铁15号线直连，“北横通道”开通，交通优势进一步放大，与此同时上海少年儿童图书馆、半马苏河公园、游船码头等周边丰盛的文旅资源陆续建成，使得项目所在的长风板块成为属于城市生活、文旅体验、潮流运动的独特名片，区位优势再度升级。

此次长风大悦城精心筹划，诚意邀请消费者共同开启一场五周年的城市献礼和潮流自在的全民狂欢。



新生活方式召唤着城市运动空间的自我革新，五年来，上海长风大悦城持续引入大岩悦动攀岩、乐滑之梦冰上体验中心、道顺射箭馆、昂立慧动体育、爱玩高尔夫、雪乐山滑雪、帕姆猫健身等运动体验品牌。2023年，高登公园以“城市社交运动天台”为定位，提出“迈向上·去嗨玩”的全新主张，与街头艺术家KIDDY联名打造艺术涂鸦墙，举办高登公园社团运动日、烛光音乐会、路冲社团滑板赛等活动，不断引发青年圈层认同感。

创新“圈层+”玩法 五周年活动拉开序幕

此次，长风大悦城将打破静态美陈展的概念，以公共艺术装置为核心，联名青年插画师共创五周年艺术符号，并落地装置首展，将五年历程以艺术装置化的表达，通过体验感与传播性兼具的全新互动场景，传达态度、建立话题，与消费者形成情感互动，共同回顾五周年发展历程和暖心时光，以此打造体验感与话题传播兼具的全新互动场景。



始终与区域发展、市场更迭紧密并行，商场相关负责人表示，长风大悦城将持续为消费者、商户、行业、城市创造价值，此次五周年庆以“生活至上，自在长风”的定位、“玩5止境，尽在长风”的理念，深度联动场内优质品牌打造“主题日+爆款+新店+促销”梯次场域消费场景，立足私域流量、调动各方资源，高效传递品牌价值与理念。未来，上海长风大悦城将持续进行内容维新，呈现品质内容，助力区域商业焕新。