

# 新六百 YOUNG 焕新启幕

## 构筑徐家汇商圈全新生活体验主场



近日,历经精心筹备,新六百 YOUNG 将以差异化定位、沉浸式场景、高能级品牌矩阵,于4月22日亮相,为区域消费升级注入强劲动力,成为上海国际消费中心城市建设的鲜活样本。

### 精准业态布局,构筑全域消费生态

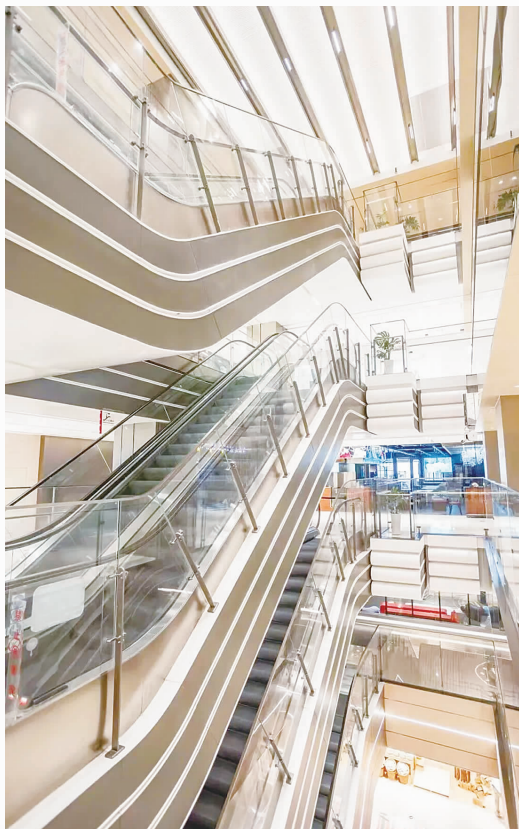
面对存量时代商业地产的激烈竞争,新六百 YOUNG 避开同质化路径,精准锚定“新都市家庭”这一核心客群,构建起商圈独特的“城市游乐场”“共育生活场”“都市社交场”“年轻运动场”四大主题场景。

项目深刻洞察现代家庭对“高质量陪伴”的渴望,将业态重心向体验式、互动式内容大幅倾斜。在3.2万平方米的空间内,通过精细化的品牌落位,构筑起一条完整的家庭消费生态链:从引领风尚的主力旗舰,到寓教于乐的亲子成长空间,再到释放压力的女性健康场域,最后延伸至满足全家味蕾的品质餐饮,四大场景层层递进,致力于与港汇恒隆广场、美罗城等周边商业载体形成错位互补、共生共荣的业态新格局,让不同年龄段的消费者都能在此找到属于自己的生活节奏。

### 匠心室内设计,重塑城市商业美学

作为老建筑改造项目,新六百 YOUNG 的室内设计面临着原有结构限制与风貌保护要求的双重挑战。项目团队坚持“在地保护与空间焕新”并重,在既定的物理尺度内,以匠心设计赋能场景升级,实现消费体验的跨越式提升。

设计核心在于“限高中重构通透感”,利用多层中庭视线贯通、错层退台梯度布局,打破了楼层间的隔阂。在色彩与材质的选择上,采用米白暖木色系与高反光水磨石地面,配合线性光影的勾勒,极大地提升了空间的开阔感,有效消解了老建筑常见



的压抑感。

步入其中,全龄化的场景植入令人耳目一新。“海洋穹顶”以流线型装置营造出梦幻的海底世界,成为亲子互动的绝佳背景;“云朵装置”与开放式咖啡区,则为消费者提供了休憩与社交的柔软角落。动线设计上,大尺度的宽通道与垂直绿植墙相得益彰,配合全龄友好卫浴及智能交通系统,实现“品质公区+场景体验”双提升。

在严格保留城市记忆的前提下,新六百 YOUNG 成功将一座传统的商业载体焕新为温润、开阔且充满生机的“城市客厅”,既延续商圈底蕴,又实现空间体验的显著提升,打造成为区域内兼具烟火气与现代感的商业新名片。

### 首店经济引领,品牌矩阵能级跃升

项目坚持高标准招商、高质量落地,截至目前,招商签约率已超98%,其中首店及旗舰店占比超过50%,形成强劲品牌吸引力。

潮流领域引入 musinsa standard 中国旗舰店、SMTOWN STORE@SHANGHAI 全国首店,塑造青

年文化打卡高地;亲子赛道布局汤姆猫亲子乐园、花与根欧洲精品童装集合店全国首店,构建全龄段家庭欢乐空间。此外,MUJI 無印良品城市旗舰店、第三宇宙上海首店以其特色美学完善了生活方式版图,Lagree Studio 全国首店、MY BARRE 与 ABORO 联合旗舰店精准切入精致女性的健康生活需求。

餐饮方面,游牧起源全国首店及徽颂、屹荣府、竹若、拉蒂娜、烟火长安等多家首店徐汇餐饮品牌云集,进一步丰富了家庭聚餐的选择。高能级品牌矩阵与差异化组合,让项目成为徐家汇商圈名副其实的“首店收割机”,为长效运营奠定坚实基础。

### 缤纷开业活动,释放消费市场活力

随着4月22日正式开业的临近,项目积极对接徐汇区消费扩容升级行动,抢抓第七届五五购物节消费热潮,针对家庭消费、IP文化、首发经济等热点,将于4月29日起重磅推出系列开业促消费活动,政企协同激活消费潜力,形成政策与市场的双轮驱动。



开业期间分阶段发放零售、餐饮、黄金及多业态权益包,面向消费者投放超万张团购券,优惠力度低至5.5折起,联动品牌上线开业专属优惠;同步开启双倍积分、满额免费停车、消费集卡换礼等多重礼遇,以趣味玩法提升消费者参与度与复购率。此外,项目还将打造泡泡玛特与乐高双IP首展、主题巡游、限时演出等多元体验活动,拉动场内消费持续升温,打造一站式吃喝玩乐购消费目的地。

(来源:新六百 YOUNG)