

精致女神？时尚达人？潮流先锋？
哪一个是你？还是，都是你？

来大东方，亮出你的态度！



伴随着互联网、大数据、人工智能等新技术加速渗透零售行业，新零售时代已经到来。新的市场格局造就了创新升级的新时代，作为无锡本土百货龙头，31岁的大东方百货依旧“活力不止、时尚不熄”。“逆生长”的同时，她与时代和潮流共进，全力为生活创造更多美好。无论是精致女神，还是时尚达人，抑或潮流先锋，来亮出你的态度，必不让你失望。

精致：隽永经典的品质内涵



精致，不是买最贵的衣服用最贵的化妆品，而是人和衣服相互成就，笑语盈盈暗香去。自2016年起，大东方百货就在新一轮调整中提出精致生活的理念。围绕品牌、服务、环境等多方面的提升，大东方百货以给消费者带来提供更多元化、个性化消费体验为目标。

一个商场，品牌代表着其“面目”。近年来，大东方百货逐步引入大量吸引年轻人士喜欢的化妆品品

牌，如今已拥有锡城品牌最全的化妆品矩阵。Estee Lauder、Lancome、SKII、Kiehl's、LA MER、La Prairie构成了她在锡城化妆品销售界的权重地位；Shu Uemura、YSL、Fresh、Jo Malone London、Jurlique、FOREO、GIVENCHY、MENARD、SOFINA、Kate、freeplus等，又是爆款制造机，每个品牌都有独当一面的控场单品，令女孩们为之倾倒，吸引着品牌粉丝的热爱与支持。



潮流：无所畏惧，我们不一样

工业化和科技进步使得消费者在获取商品上已经很大程度得到了满足，他们期望在购买商品的同时，获取更多体验和参与的需求。在环境提档升级过程中，大东方的有空·间、初Young巷和时尚广场成为助力消费体验的新亮点。利用地下空间的延伸、扩张，推出了“初Young巷”和“食集”等多个自有零售“IP”，走出了本土零

售转型发展的一条新路。而从一系列举动中，也能看出大东方百货对于年轻消费者的重视。如今，以轻食、零售、娱乐为主要业态的初Young巷已经成为地铁中山路站最为靓丽的商业街区。“王者荣耀”、“世界杯”等主题活动也成为城中热事。

而每每NIKE JORDAN和



时尚：都市人的自我表达



美国天才设计师马克·雅可布说，对我来说，衣服是一种自我表达，穿什么暗示了你是个什么样的人。大东方百货的升级与提升，改变的不仅是商场本身，也在改变着城市居民的消费观念。它从消费者最基本的购物需求，到从未停歇的消费引导，潜移默化地影响着消费市场，引领着颠覆传统购物观念的时尚革命。2F精品女装引进了LAUREL、例外、ELLASSAY等高端品牌，3F女装主打时尚牌，杨尚国际、珂尼蒂思、那禾、达衣岩、安所，让每一个都市女孩都找到自己的最佳搭配。

而今年新调整的男装馆，汇集了PIAVE 37、Superdry、Common Gender、mju:t、AVIDIC STUDIO等品牌。整个楼层风格，从偏保守的硬朗商务向更柔和的轻松休闲跨越，为“轻休”消费牵线搭桥，这也是迎合



了当下穿着的主流趋势。馆内无论是服饰还是鞋品，都增加了年轻消费者喜欢的自然、舒适的休闲元素。

对于现代年轻人来说，家居已经不是一个硬邦邦的词：墙上一点点缀、沙发上一排抱枕、桌面一个小收纳盒……也和美妆、烘焙、文创等有交集。价格不贵，随换随新，却能给日常生活添一缕新意。走进大东方百货B栋负一层家居生活馆，这里包罗了各种生活百货的连锁品牌。你可以看到一块精致的手工皂，一个木制的复古蓝牙音箱，一只萌萌的大象公仔抱枕，也能看到卡通贴纸、创意胶带、可爱的姓名贴、少女风的手账本……在这里，家居一板一眼的功能被淡化，“大”变成了“小”，好玩、有趣、个性成了当仁不让的主题。“黑科技+小清新+个性”，给平凡忙碌的生活一点“小确幸”。



adidas originals限量鞋款发售，大东方就会成为城中潮人的集散地。原本就人气火热的五楼，调整后，引进了“中国李宁”无锡首店，FILA、CONVERSE、VANS、Under Armour等品牌也全新改造升级，力争为锡城的潮人们奉上最新的潮流单品。NIKE和adidas更将升级

为NIKE BEACON 750、adidas Mega L1旗舰店，品牌粉丝可以获得更迅捷的新品体验。

31年来，大东方百货“为生活创造更多美好”的初心始终未变，“精致、时尚、潮流”成为大东方百货与时代和潮流共进的豪情与执着。（景玮）