



活力城市 上海密码

聚焦“年轻力” 定义新潮流

寻找消费升级“金钥匙” 推动上海商业创新发展

商业活力是城市经济增长内生性动能的重要体现,而今夏的上海,消费正在升温。

“Z世代”循着“二次元路线”,穿梭在上海的大街小巷,从百联ZX创趣场、新世界城到美罗城、静安大悦城,老牌商场打破“次元壁”,迎来年轻而汹涌的客流。再看各大商圈,首店经济持续飘红,已然成为消费升级的“金钥匙”,推动上海商业创新发展。

日前,国家发改委发布《关于恢复和扩大消费的措施》,如何让消费“马车”跑得更稳更快,上上下下需要一起发力。拉动消费的道路上,流量就是真金白银,而上海商业正聚焦“年轻力”,定义新潮流,以创新吸引八方流量,锁住更多消费力。



■ 新世界四楼“Fun肆街区”引入二次元周边吸引年轻消费者

本报记者 陈梦泽 摄



■ 南京路世贸广场各种潮流业态吸引年轻客群

本报记者 刘歆 摄

“二次元”引流

有流量也有消费,这个暑假,二次元在上海线下商场越来越出圈了。

“二次元爱好者在上海玩一天,有什么比较好的路线推荐吗?”在小红书、知乎等社交平台,上海被定义为“更适合中国宝宝的秋叶原”,各类打卡攻略层出不穷。仔细一看,热门打卡点不乏老牌商场。“从南京东路地铁站出来,可以先后打卡百联ZX创趣场、新世界城4楼的FUN肆街区、第一百货的绮丽次元街区,还有支马路上的百米香榭、地下的迪美购物中心等。接下来坐轨交8号线到静安大悦城,坐轨交1号线到徐家汇美罗城,都是二次元含量很高的热门打卡点。”

从去年开始,一股二次元力量席卷百年南京路。从华联商厦改造而来的百联ZX创趣场,上下7层楼被动漫热门IP覆盖,刚刚过去的7月,商场的客流量和销售额都创下开业以来新高。“暑假期间一系列二次元行业盛会,吸引了大量二次元爱好者涌入上海。”百联ZX创趣场副总经理胡婷告诉记者,这个暑期商场有万代魂15周年after展、《永劫无间》城市赛、《盗墓笔记》稻米节、《BLEACH千年血战2》快闪、ACG交响音乐会、宅舞大赛、BJD玩偶市集等几十场活动。其中,《第五人格》线下打卡活动首日,商场客流和销售都达到了7月单日最高。

不远处的新世界城,刚刚把整个4楼改造为“FUN肆街区”。在新开的CAPCOM咯

普康中心,从湖北到上海旅游的“10后”女孩小简把怪物猎人T恤、街霸地垫等周边产品放进篮子,旁边的妈妈结账469元。再往前,柯南主题餐厅正在排队。旁边的休闲服饰品牌也尝到了甜头,“4楼人气旺,带动我们的销售也上涨了30%”。

新世界城品牌招商总监李蔚告诉记者,随着商场4楼“二次元浓度”提高,与2021年同期相比,新世界城7月份客流增长22.34%,带动整体销售增长7.5%,其中4楼销售额增长258.9%,楼层月销售超100万元的品有4家。

还有刚刚闭幕的南京路步行街“G-Power电竞嘉年华”,新世界大丸百货最新引进的华漫模型上海旗舰店……二次元业态已成为传统商业切入年轻客群的最佳途径,带来蓬勃向上的“年轻力”。

“首店收割机”

“今年上半年,上海新增首店557家,其中,全球或亚洲首店7家,全国及以上高能级首店合计占比达13.5%。”上周,市商务委发布上海首店经济最新成绩单。从2018年首提首店经济,到打造各具特色的全球新品首发地示范区,首发经济生态链日益完善。

不去巴黎就能体验到的法式生活,就在上海张园,在希思黎之家。作为品牌在亚太地区的首家沉浸式体验空间,希思黎之家由创始人多纳诺家族全程亲自参与设计,与中

国团队一起,融合海派文化与法式风情,将一站式购物体验、顶奢定制化服务和艺术生活方式带进上海的石库门。

来自意大利的Dr.Vranjes被称为“香薰界的爱马仕”,前不久在新天地开出中国线下首家精品旗舰店。

不仅是外资品牌,新锐品牌也频频落子上海。上周,品牌集合店3MODE在TX淮海开出上海首店,以地下隧道为主题,将空间划分为站台、隧道空间和电机网络房三个区域,融入艺术氛围和特色零售,陈设所有合作设计师品牌的产品。

随着人们重回线下消费,今年以来,品牌开设首店的热情持续高涨,在形式和业态创新上也“卷”出了新高度。X-META全国首个国潮元宇宙主题乐园、MUJI全球首个农场概念店、Snowline全国首个线下城市客厅空间、星空间全国首个商场类沉浸式集合演绎空间……都是以新技术、新理念打造的跨界融合新业态。

做“首店收割机”,上海是认真的。在年初召开的2023年商务工作会议上,市商务委提出要集聚全球消费资源,支持浦东建设国际消费中心,实施全球消费品牌集聚计划;聚焦外高桥、虹桥、淮海新天地进口贸易促进创新示范区建设,打造“一区一特色”的进口贸易促进创新示范区格局。蜂拥而来的新品首店,将帮助上海商业领跑全球,最终建成有全球影响力的国际消费中心城市。

消费“新玩法”

“妈妈你看,海龟游过来了,它的肚子好白啊!”漫步“Skysea云上海洋馆”,琦琦看着身边的“海洋世界”惊叹不已。7月22日开业的海梦一方购物中心位于莲花南路,尽管定位社区,却在开业第一天就迎来了近8万人次的客流,这个馆功不可没。

把主题乐园、沉浸式场景搬进商场的可不止它一家。随着新技术的应用、新业态的发展,上海消费者已经不再满足于“走马观花式”的传统消费场景,而是倾向于选择体验式、沉浸式的新兴消费场景。上海商业自然要营造出消费者喜欢的“氛围感”。

从上海南京西路出发,前往埃及探索胡夫金字塔的神秘,需要多久?答案是:几分钟。戴上VR眼镜,穿上特制“背包”就可以进入胡夫金字塔的“心脏”,身临其境地开始一场对现代科技和4500年前人类文明的探究。这是正在兴业太古汇举行的“消失的法老——胡夫金字塔沉浸式探索”。去年6月,“消失的法老”在巴黎全球首展,落地兴业太古汇的是这一项目的亚洲首展。开展以来,“消失的法老”成为沪上热门打卡处,已累计接待超过18000人。由于人气火爆,主办方将开展时间延长到10月7日。

沪上擅长营造氛围感的商场还有不少。这两天,“世纪剧院”第二季之“申长”公共艺术展演,在上海世纪汇广场中庭上演,以富有故事性的展览动线,建立起与这个城市的精神纽带。第一百货“星空间”在商场内拓展出来11个集沉浸式音乐剧、话剧等演艺空间,让看戏也成为日常消费新常态。

从孵化“新现象”到培育“现象级”消费,加速迈向国际消费中心城市的上海,将继续走向潮流之巅,成为具有世界影响力的时尚消费地标。

本报记者 张钰芸

申城6805套新房即将入市

今年第七批次集中供应楼盘
备案均价69753元/平方米

本报讯(记者 杨玉红)昨天,记者从上海市房管局获悉,今年申城第七次以集中批量供应的方式推出房源,将推出6805套房源,备案均价为69753元/平方米。

这批房源涉及23个项目,总建筑面积约77.9万平方米,共计6805套,备案均价69753元/平方米,分布在浦东、普陀、杨浦、闵行、宝山、嘉定、奉贤、松江、金山、青浦10个区域。

备案均价在6万元/平方米以下的项目11个,面积占比约51%;6万元—10万元/平方米的项目6个,面积占比约24.8%;10万元/平方米以上的项目6个,面积占比约24.2%。

公示信息显示,本批次备案均价最高的项目是位于杨浦区的高阳雅苑,备案均价12.392万元/平方米,产品类型公寓、联排,入围比为2.5;其次是位于浦东新区的绿宝园,备案均价12.33万元/平方米,产

品类型为花园住宅,入围比为1.8。

目前,具体的房源信息在上海市房地产交易中心“网上房地产”网站上公布,楼盘认购和开盘日期另行公布。

市房管局提醒购房者,项目认购比(认购组数/准售房源套数)高于入围比(入围组数/准售房源套数)的,触发计分排序规则;所有项目中凡是认购比高于1.3的,继续实行“5年限售”政策。

吴淞江特大桥
主桥右幅顺利合龙

本报讯(通讯员 朱晓栋 管潇 记者 裘颖琼)近日,吴淞江特大桥主桥右幅顺利合龙,为后续主桥左幅合龙、吴淞江特大桥通车奠定了坚实基础。

吴淞江特大桥全长1015.8米,设计道路等级为二级公路,设计速度60公里/时,双向6车道。桥梁主跨为146米的变截面连续钢混混合箱梁桥,宽度35米。引桥采用钢混叠合梁、小箱梁、空心板梁等结构形式,宽度31米。此次顺利合龙的标段为外青

松公路(白石公路—江苏省界)新改建工程3标(吴淞江大桥)段,由上海建工五建集团承建。据项目承建方介绍,外青松公路吴淞江特大桥作为南北向融合发展轴的重要节点,串联昆山花桥与青浦城区以及嘉定安亭,项目的建设将通过提高通行条件与用地布局结构带动镇区融入区域发展,有效促进长三角一体化跨省协同发展,提升省界区域路网功能,改善区域交通条件,构建一体化交通大格局。