



娱乐区；松江印象城的屋顶上有一只10米高的大型玻璃钢皮卡丘；静安新业坊则拥有全球最大的EVA初号机……

而魔都每年举办的大型漫展、游戏展、二次元演出，也吸引了全国各地的二次元爱好者如朝圣般涌入这座被誉为“二次元浓度最高的中国城市”。

不难看出，上海开放、包容的环境，认同新兴文化的受众，让这座卓越的全球城市释放越来越强的文化吸引力，并持续转换成可观的经济效益。

百联ZX创趣场， 如何成为“中国秋叶原”？

如果你现在从上海南京东路地铁站出来，总会遇到一些coser（cosplay扮演者），跟着他们走几步，就会看到一幢到处都是二次元元素的建筑物。对二次元文化无感的人，可能逛5分钟就离场了。而对于次元用户，可能会在里面逛一整天——交换谷子（英文Goods“商品”的谐音，即漫画、动画、游戏、偶像、特摄等版权作品衍生出的周边产品）、共同涂鸦创作、参加二次元舞会、一起给喜爱的角色“打call”……这里的实体空间为消费者提供了线下特有的体验感，让同一部作品、同一个角色的粉丝面对面地相聚，你一句我一句地聊到一起、玩到一起，从而给粉丝创造更大的情绪价值。

“吸烟是禁忌魔法哦”“离开副本请小心脚下”“垃圾请投喂给垃圾桶”……在这幢楼内，连洗手间的提

示语也显得格外特别，模仿二次元爱好者的语言习惯与顾客对话。

这就是位于南京东路340号的百联ZX创趣场，作为国内首座聚焦二次元文化的综合性商业体，从2023年1月15日试营业就收获了“中国秋叶原”的美名，如今已经成为全国二次元爱好者们向往的“中国二次元文化殿堂级圣地”。

百联股份百货事业部执行总监兼百联ZX总经理李凌，是一个在百货业摸爬滚打了几十年的商业老兵，她对《新民周刊》坦言，没想到百联ZX创趣场开业一年多就取得了远超预期的成绩——在1万平方米体量的商业体内，2023年累计接待顾客950万人次，平日客流为2万到3万、节假日客流为3.5万到6万，年度销售额达3亿元。2024年第一季度，销售额同比去年增长170%，客流同比增长90%。

很多人可能想不到，如此年轻的商业体在此前所承载的都是传统商业，其所在地原为创建于1993年11月的华联商厦，也曾是南京路步行街百货商业的一个缩影：老字号亨达利钟表总店、茂昌眼镜、冠龙照相等已成为上海几代人的共同记忆，同时劳力士、欧米茄以及国内首家优衣库等颇具战略定位意义的商业进驻，也成为确保项目稳定的收益担当。“南京东路临街铺的商业价值普遍都很高，但高楼层的价值往往无法很好地体现，改造前的华联商厦亦是如此，如1F的三联专营专卖锁定的是中高端的、专业化消费人群，客单价较高；而2F的优衣库则是相对年轻的本地化客群；3—4F服饰和家居类经营则是瞄准了追求性价比的中老年客群；B1楼