

盛宴退休俱乐部打造活力长者“幸福圈”

“美娟，快来这里拍照！”“雅芬，我们先唱歌，然后再吃饭。”“宝根坐下来，我们打两圈牌。”上午10时不到，盛宴退休俱乐部三林店已经迎来了第一批银发顾客，他们在这里开启了一天丰富多彩的社交生活——舞池里霓虹闪烁、舞曲悠扬，棋牌区麻将声清脆悦耳，欢唱包间里飘出经典老歌的旋律……盛宴退休俱乐部是满足活力老人聚会需求的“一站式退休生活综合体”，人均百元，不仅能吃两顿丰盛正餐，还能玩一整天，享受舞池、欢唱包间、棋牌室等娱乐配套设施。

据统计，上海60岁以上户籍老年人口已达570万人，约占总人口的37%。随着国务院办公厅印发《关于发展银发经济增进老年人福祉的意见》和上海市《推动银发经济高质量发展若干政策措施》的执行，上海银发经济正迎来前所未有的发展机遇，从“养老”向“享老”转型升级。在这一背景下，盛宴退休俱乐部应运而生，致力于为活力银发群体提供高品质、一站式的生活娱乐解决方案。

盛宴退休俱乐部创始人查方盛在接受专访时表示：“我们注意到，上海银发群体不仅喜欢前往江浙一带农家乐短途旅游，同样对上



查方盛
盛宴退休俱乐部创始人



海市区内一天内聚会休闲服务也有着强烈需求。这种能够满足他们吃喝玩乐一整天的本地化消费模式，成为我们创业的初衷。上海活力老人体量庞大，且这一群体有明确的社交、娱乐需求，却缺乏有针对性服务的综合性场所，存在巨大的市场潜力。”查方盛敏锐地发现，新一代退休人员教育程度更高、消费能力更强、对生活品质有更高的要求。因此，盛宴退休俱乐部确立了“一站式退休生活综合体”的核心理念，致力于为“50后”“60后”打造集社交、娱乐、文化于一体的本地生活服务场所。

“50后”“60后”有着丰富的生活积累与沉淀，热爱集体生活，盛宴退休俱乐部正是瞄准了这些特点，构建了三大相辅相成的业务板块——本地社交综合体的盛宴壹天聚，城郊短途游的盛宴农家乐，长线旅游定制的盛宴国旅。短短5年间，盛宴退休俱乐部直营门店扩展至6家，年服务近百万人次。2021年，一站式沉浸式退休生活综合体盛宴退休俱乐部项目首家门店盛宴壹天聚松江店开业；2023年，盛宴壹天聚松江之根店开业；2024年，盛宴壹天聚金谊广场店开业，同年



推出银发游定制路线；2025年，盛宴壹天聚富都广场店、盛宴壹天聚经纬汇店，以及盛宴农家乐金山店、盛宴国际旅行社和盛宴文旅度假村相继开业。据悉，盛宴壹天聚参宸里店也将于12月开业。

盛宴退休俱乐部在选址方面，始终以银发群体的便利为核心考量，所有门店均紧邻地铁站，位于地铁综合体或200米距离内的场所，让长者出行无忧。市区门店依托大型商业综合体，如金谊广场店、富都广场店、经纬汇店，方便老年朋友在天气变化时转为丰富的室内活动，也为社交互动创造更多可能。郊区门店则优选毗邻旅游景点，如盛宴壹天聚金山国家旅游度假区店，让长者在自然与人文交织的环境中享受休闲时光，同时促进社区交往与身心愉悦。

银发群体对食材新鲜度有较高要求，因此，盛宴退休俱乐部将控制预制菜作为核心原则。“每家餐厅都不设冷库，坚持当天采购、当天制作、现做现烧，杜绝预制菜。食材供应保证新鲜直达，每两天从自有农庄直发食材到上海各门店，确保长者都能享用新鲜美食。”查方盛表示，不仅如此，每家门店都

有后厨实时直播画面，顾客对餐饮的食品安全信息可以一目了然。

查方盛介绍：“俱乐部备有65道菜的菜单，每天午餐和晚餐提供18道不重样的菜肴，包括6道冷盘、12道热菜、1道汤和1道点心，大荤占50%，小荤占30%，荤素搭配均衡。”俱乐部的厨师团队由拥有20年本帮菜经验的主厨带领，菜单设计基本符合上海本地长者的口味，同时通过顾客反馈机制，保持菜单不断优化升级，顾客满意率高达92%。

“盛宴退休俱乐部的招牌菜，如弄堂糟虾、稻草扎肉等深受好评，尤其是我们农庄的有机蔬菜，最受银发顾客的喜爱。”查方盛表示，俱乐部特别设立了“家用灶”试菜机制。当银发顾客提出有价值的口味建议时，我们会邀请他们在专门配备的家用灶上现场演示优化做法，厨师会现场“拜师”，认真学习并融入菜品的改进中。对食材和口味的专注，也使盛宴退休俱乐部在激烈的市场竞争中脱颖而出。

“未来，我们将继续秉持初心，在现有6家门店的基础上，稳步拓展新的网点，优化服务内容，将盛宴退休俱乐部打造成银发经济赛道的一支劲旅。我们相信，当企业真正以老年群体需求为出发点，不断进行创新、优化，就能在银发经济浪潮中占据先机，同时为社会创造更多价值。”查方盛表示，盛宴退休俱乐部将不断提升品质和服务，让每一位银发顾客在这里都能从“养老”变为“享老”，真正实现“老有所乐”的美好愿景。 王映淦

社区服务·专题

责任编辑：郭爽
邮箱：
9773859@qq.com
热线电话：
22897276



11月22日，九木杂物社上海月星环球港店与徐汇月光中心店同步开业，此次双店启幕是品牌焕新升级后的重要布局，也展现出其在生活美学零售领域的探索方向。门店打造沉浸式场景，同步推出史努比主题周边产品。这里不仅是常规零售空间，更成为承载城市多元生活美学的潮流去处，推动品牌从杂物集合向情感体验型零售转型。

今年是九木杂物社成立的第九年，截至目前，品牌全国门店数量已突破850家，会员规模超1400万名。对不少消费者而言，九木杂物承载着有序生活理念。为进一步优化消费体验，九木杂物社以“潮流、探索、质感”为核心升级门店形象，从“杂物魔方宇宙”汲取设计灵感，打造出可沉浸、可感知、能自由探索的趣味消费场景。未来，九木杂物社将围绕“治愈、潮流、有温度”的定位，持续拓展布局，把相关消费体验延伸至更多城市的日常生活中。



九木杂物社双店亮相 打造潮流消费新场景

徐凡：探索直播电商赋能实体经济新路径

拥有抖音粉丝超1500万的电商IP，“小小101”已经在无数次直播活动中确立了其行业地位。而这背后，离不开其创始人、芜湖漫印文化传媒有限公司总经理徐凡8年如一日的精准布局与持续深耕。不同于单纯追逐流量的主播，徐凡用8年时间完成了从“好物推荐者”到“品牌缔造者”的身份跨越，更以产业赋能者的姿态，书写了数字经济时代创业者的责任与担当。

2018年，伴随短视频行业爆发与直播电商兴起，徐凡敏锐把握趋势，在抖音平台创立“小小101”账号。她以“真实生活记录”为内容点，聚焦家庭生活场景，迅速拉近与用户的距离。在内容同质化严重的环境中，这一独特定位使她的首条原创视频即脱颖而出，收获3.3万点赞。在徐凡的精准运营下，“小小101”抖音账号影响力不断扩大，粉丝量迅速突破1500万，也成功吸引了GIMMOR、Nutrition Care、水之蔻、学而思等国内外品牌达成合作。徐凡更是在一些列直播活动中屡创销售佳绩，并常年周播榜日播榜TOP10，展现出了强大的商业影响力。2024年，徐凡荣登胡润达人商业价值百强榜TOP50，体现了其在电商直播领域的地位。

徐凡通过直播带货的方式不仅为消费者带来了新的购物体验。她的成功不仅体现在销售数据上，更在于她通过严格的选品和专业的推荐，提升了消费者的购物体验和信任度。徐凡秉承真诚与信任的创业理念，让“小小101”在激烈的直播竞争中构建了以信任为核心的内容生态，并先后荣获“2022抖音电商年度作者”“抖音品牌puco

卓越达人”等电商行业的重量级奖项。

然而，徐凡并未止步于流量红利，当大多数主播仍聚焦于流量红利时，徐凡已着眼于行业的长期价值，并带领团队踏上自有品牌建设之路。她深入肌肤护理赛道，主导创立品牌“芮度”，从自建工厂到生产工艺全程参与品控。她带领团队推出了一系列护肤产品，迅速获得了市场的认可，并与天猫、京东等主流电商渠道达成了合作。在徐凡的带领下，2025年10月，“芮度”凭借出色的品质，获得“全国化妆品行业十大名优品牌”“中国驰名商标”等多项荣誉。

徐凡在商业成功之余，亦积极践行作为电商直播领域领军人的社会责任。她积极响应国家“助农惠农”的政策导向，与憨豆熊、老金磨坊等芜湖市本地企业签订合作协议，通过“小小101”直播间，将家乡特色产品推向全国。同时，她还在短视频中融入芜湖人文风景与地域文化，助力家乡文旅产业发展，更以“文旅推介大使”的身份，为湾沚区农文旅融合项目引流赋能。徐凡成功探索出一条“电商+乡村振兴”之路，让电商直播成为了连接城乡、赋能实体经济的新桥梁。

作为电商直播领域最早的创业者之一，徐凡将“洞察趋势、深耕内核、赋能他人”的理念贯穿在每一场电商直播中，证实了电商直播的终极价值不在于一时的流量峰值，而在于能否从流量中沉淀信任，从信任中孵化品牌，从品牌中延伸责任。未来，徐凡将继续带领漫印文化传媒，在深耕自有品牌的同时，探索“直播+产业”的更多可能，实现个人价值与社会价值的双向成就，助力中国数字经济的高质量发展。 (张雨)

郑飞：“图像阅读”盛行，文学何以为？

随着数字科技的快速发展，当前网络剧、手机短视频等“图像阅读”现象盛行，与此同时，人们对于文学作品的阅读却日渐萎缩。文学尤其严肃文学又将何去何从呢？对此，毕业于华东师范大学中文系中国现当代文学专业，博士毕业后又致力于视觉文化研究，现任上海体育大学新闻与传播学院对外汉语教研室副教授的郑飞有着自己的见解。

以文学纪录片为例，郑飞认为“图像阅读”其实改变了以往单纯的“文字阅读”。“以前读文学，就是从文字到文字打转转，像个圈。”郑飞说，“纪录片用镜头把文学里的人、世界直接摆到眼前。”《文学的故乡》里，莫言站在高密东北乡的红高粱地，说起儿时劳作时高粱叶的风声依旧；贾平凹坐在西安老茶馆，敲着桌子回忆写《秦腔》时总想起老家戏台——这些镜头让文字不再干巴。“我当年读《红高粱家族》，猜不出高粱地的模样，看纪录片镜头一拉，大片红铺到天边，才懂莫言写的‘野性’是这片地养的劲儿。”

其次，郑飞提出“图像阅读”这种表现形式更能吸引年轻人靠近文学。“年轻人爱刷短视频，厚书翻两页就搁下，纪录片能拉他们靠近文学吗？”郑飞认为：“看片子不只是看热闹。美学家阿恩海姆说，视觉本身就是思考过程。镜头的选择、剪辑，作家的话语，都在引观众想‘这和文学啥关系’，这是‘视觉思维’。”他还举了自己上课的例子：让学生读迟子建的《额尔古纳河右岸》，学生对大兴安岭的雪想象各异，缺乏具象表现物。然而当《文学的故乡》播放后，镜头扫过能没过半人的积雪，作家迟子建的声音

以话外音的形式响起：“我写这条河，是因为它看着鄂温克人过日子、悲欢。”“眼睛看到雪、耳朵听作家话，这种多方位的感官刺激让读者十分轻松地就进入到了作者所勾画的文学世界，这远比单纯的文字阅读来得更加直观、更加立体。”

尽管较之于抽象、平面的文字图像更加生动、立体，但郑飞仍认为要注意到它的天然存在着的无法逾越的“技术门坎”。“技术是‘干活的’，文学是‘走心的’。镜头、剪辑有规矩，可文学里细微的感情、话里藏的意思，大多拍不出来。几乎所有文学纪录片都爱拍作家日常，如莫言的上学路、贾平凹的旧书店、余秀华的菜畦……之所如此，是因为这些东西都是现实生活存在的，是具象的，而对于作家们意识深处的构思却无能为力，不是他们不想拍，而是根本拍不了。另一方面，图像制作过程中的素材筛选也存在很大障碍，有时摄制组跟拍一天能有十几小时素材，最终剪辑后可能成品还不到1个小时，不少细节都被迫舍弃。”

郑飞最后表示，不管你愿不愿意承认，对于今天的绝大多数人来说，图像的阅读已然大大超过了文本的阅读，但不管是看书还是看屏幕，对于文学来说其核心更在于懂文学、爱文学。我们不能轻易否定图像对于阅读的冲击，“图像阅读”不过是多了一种靠近文学的手段，虽然它现在还有各种各样的问题，但总归不算一件坏事，就像《一直游到海水变蓝》里老人聊过往，文字和镜头凑一起才懂：文学从不是书本里的死字，是活在镜头里，也活在过日子的心里。” (王崇松)