

淮海路享用“蒂凡尼的早餐” 外滩试穿“水晶鞋”

近千家首店今年落户上海



上海新开业首店 前三季度 756 家 (同比增长 74.6%)

三季度 258 家	四季度
上半年 498 家	新世界城、TX 淮海等“老店新开”
	BFC 等一大波新商场集体亮相

在淮海路上享用“蒂凡尼的早餐”，在外滩试穿“水晶鞋”，这样的体验是否堪称梦幻？临近年末，申城“首店经济”愈发火热。本月23日，全球第二家、亚洲首家 The Tiffany Blue Box Café(见左图)将正式开业，蒂芙尼蓝色的设计让人恍如置身经典电影的场景中。昨天，BFC 外滩金融中心正式开业，在进博会上“火了”的英国珠宝鞋品牌纪娜梵在这里开出全球首店。今年前三季度，上海新进首店 756 家，同比增长 74.6%，四季度的“首店经济”更加加速跑，预计全年首店数量将近千。

售主力，中国元素几乎随处可见。例如黑白水墨画珠宝鞋是和非物质文化遗产项目洛阳雀金绣合作，用孔雀翎和黄金制线、以缂丝工艺织就鞋面，而一双以清朝宫廷鞋为原型的花盆鞋底，宝石中压上“福”字。

引领潮流 存量商业脱胎换骨

打响“上海购物”品牌，“首店经济”已经成为了一张“王牌”。上海今年前三季度新开业首店数量达 258 家，加上上半年开业的 498 家首店，1 至 9 月累计首店总数 756 家，同比增长 74.6%。

据中商数据统计，今年三季度新增中国/大陆首店 53 家，1-9 月共计引入中国/大陆首店 189 家，其中包括 98 家国际品牌首店及 18 家港台地区品牌首店，更有 14 家全球首店和亚洲首店，各项指标继续稳步前行。

而随着今年年底，新世界城、TX 淮海等“老店新开”，BFC 外滩金融中心等一大波新商场集体亮相，预计今年全年首店数量预计可达近千，再创新高。

近年来，上海存量商业进入脱胎换骨的高峰期，新开商场更是在全市遍地开花，“首店经济”正是它们适应消费潮流，开展差异化竞争的不二法宝。

“香港广场经历了近一年的业态调整，除了蒂芙尼，我们还引进了 Swissline、73hours&friends 等多家首店，旗舰店，为消费者提供更新更跨界的消费体验。”吕晴表示，首店概念和复合型业态，是香港广场调整业态的两大主旨，旨在用全新体验为消费者带来“必须打卡”的亮点业态，增加消费粘性。而将在本月 12 月 20 日重新开业的新世界城，也把古驰高级珠宝店亚洲首店、世界首家“火影忍者世界”主题乐园等带到中国。昨天正式开业的 BFC 外滩金融中心则吸引了法国高级时装品牌浪凡亚洲旗舰店、把众多京都名物带给中国消费者的全球首座“京都之家”等首店落地，为外滩添彩。

本报记者 张钰芸

必须打卡 境外网红落地申城

奥黛丽·赫本穿着经典的小黑裙，在纽约第五大道蒂凡尼店前驻足，边喝咖啡边吃羊角面包的场景，是许多人心目中的经典场景。2017 年，蒂凡尼在纽约第五大道上开出 Blue Box Café，成为全球粉丝的“网红”打卡点，排队者无数。如今，这家咖啡店也将落地上海，选址于明年将迎来开街 120 周年的淮海路，落地香港广场。

“蒂凡尼香港广场旗舰店是该品牌在中国大陆地区的第一大旗舰店，总面积约为 1000 平方米，Blue Box Café 位于二楼。”丽丰控股上海区推广及营运高级经理吕晴告诉记者，这家咖啡店内使用的约八成餐具都是蒂凡尼自身的产品，还会有很多仅在上海销售的限定产品，例如带有“Shanghai”字样的马克杯，为上海旗舰店特别设计的钥匙圈，还有蒂凡尼箱包等较为少见的家居品类。

参加了两届进博会的纪娜梵以珠宝鞋闻名，如今两届“鞋王”都能在外滩边上看到了。纪娜梵全球首店日前在 BFC 外滩金融中心开业，尽管“鞋王”只展不卖，但几千元到数万元的鞋款成为销

外滩再添新地标

BFC 昨开业 主打跨界 限量 定制

包括全球首座“京都之家”、法国高定时装品牌浪凡(LANVIN)亚洲旗舰店、意大利 IGFID 集团时尚集合店 LE TEMPLER ON THE BUND、亚洲“流行天王”主理的潮流品牌 PHANTAGI 以及“进博网红”英国新锐奢侈品牌纪娜梵(Gènavant)。据悉，“京都之家”以京都名物为核心，从时尚、美妆、生活方式等领域向大众呈现精美的手工艺文创产品，文创作品将依托京都府的城市文化底蕴持续更新。

BFC 还通过“文化+市集”吸引都市潮客。每周末在 BFC 举办的周末市集活动，涵盖设计、美食、手作、

音乐、魔术、阅读、亲子互动等不同主题，带给家庭群体丰富而新奇的社交体验；以生活化的情怀和匠心出发点而打造的“文创里”荟集 50 余家原创设计店铺、超过 100 个品牌，融文化、创意、生活美学为一体，探索充满灵感的城市生活新方式。

城厢文化碰撞海派气质、经典传承呼应现代创新……BFC 和豫园相距数百米，形成了一道上海特有的景观。BFC 和豫园融合成为一个集文化、艺术、旅游、消费、金融、商业和自然景观于一体的“大豫园”文化片区，有望成为上海最有代表性的地标新名片。

本报讯(记者 杨玉红)昨晚，集办公、购物、艺术中心、酒店、健康管理多业态于一身的外滩新地标——BFC 外滩金融中心(以下简称 BFC)揭幕，吸引了很多上海、全国乃至全球“首店”入驻。这也标志着“大豫园”文化片区雏形已成。

北望万国建筑群，东观陆家嘴，西邻豫园，南依世博会园区，BFC 外滩金融中心地处中山东二路 600 号，也是上海外滩唯一的综合体项目，总建筑面积约 42 万平方米。其中，两座 180 米的办公楼就刷新了外滩楼宇的高度。走进 BFC，随处可见“艺术”“设计”跨界融合的前卫概念产品。BFC 相关负责人介绍道，“跨界”“限量”“定制”是品牌入驻的标准，这里希望打造更多沉浸式体验店、潮流买手店。

昨晚，多家新店纷纷开门迎客，

上海首家“学习强国”主题公园上午启用

学习“掌中宝”有了公园“互动区”

本报讯(记者 江跃中 通讯员 韩鸿伟 赵健)手机扫描文化墙，墙体上的文字内容会变成视频;“学习强国”智能机器人可以和居民互动，回答居民提问……今天上午，普陀区石泉路街道文明创建示范项目——上海首家“学习强国”主题公园，在街道兰田片区网格化综合管理服务中心“七彩人生”小广场建成启用。主题公园设置了“互动学习区”“AR 体验区”“学习强国机器人体验区”和“平面展示区”4 大区块，涵盖“新时代新思想”“平语近人”“社会主义核心价值观”等内容，采用多媒体加平面宣传等方式，生动立体地展现“学习强国”的学习文化，以及政治性、互动性、趣味性和智能性。

记者在现场看到，“学习强国”主题公园充分运用“5G”技术，两台“学习强国”多媒体触控屏上，只要点击就能阅读学习“学习强国”平台的优质内容;“AR 体验区”中，居民通过 AR 扫描镜或者用手机 APP，扫描文化墙，墙体上的文字内容会以视频的方式动态地表现出来。石泉路街道党工委副书记宋胜利告诉记者，“学习强国”主题，不仅提升了整个



主题公园设置“互动学习区”“学习强国机器人体验区”等四大区块 本报记者 张龙 摄

公园的空间环境，还将学习文化与群众生活、休闲健身紧紧联系在一起，使公园成为集思想教育、休闲健身、传承文化、党建科普、形象展示于一体的生活、学习的共享平台。

自“学习强国”平台上线以来，石泉路街

道广大党员群众积极参加学习，60 岁以下党员“学习强国”APP 注册率达 100%，60 岁以上的学习达人也层出不穷。活动现场，出席活动的领导嘉宾为前期石泉路街道“学习强国”学习标兵颁了奖。

本报讯(记者 郭剑峰 特约通讯员 施坚轩)近年来，随着金融业改革开放深化，金融创新蓬勃发展，金融安全问题随之增多，金融犯罪案件持续高发，犯罪手法不断翻新。2019 年 1 月至 10 月，本市检察机关受理金融犯罪审查逮捕案件 1487 件 2375 人，批准逮捕 1344 件 2017 人。受理金融犯罪审查起诉案件 1676 件 3343 人，提起公诉 1120 件 2086 人。为进一步严厉打击和有效预防金融犯罪，昨天下午，上海市检察院宣布上海金融检察研究中心成立。

上海金融检察研究中心设立在市检察院，牵头抓总、指导协调。三个分中心分别与上海市地方金融监督管理局、证监局、银保监会等部门对接，开展协作，为各类金融机构、科创企业、金融消费者等各类群体提供“专门、专业、专家”服务。

市检察院还组建了证券期货、银行保险两个金融检察跨层级的办案团队，带头精办金融领域大要案、专案。同时对全市各级检察院办理的金融领域疑难复杂、新类型等案件提供专业化指导;积极参与金融犯罪案件问题解决与犯罪预防;召集专题研讨会、上海金融检察论坛，推进成果转化，提高理论研究成效。

上海金融检察研究中心成立