

咖啡来一杯,出门晒太阳的人多了;新店开一批,拎着购物袋的人多了

买买买 申城商圈人气在回升

本报记者 张钰芸

南京路上,拎着购物袋、捧着奶茶的人多了;网红店前,隔着一米距离,“北欧式”排队很常见;后街小巷,咖啡店门前、靠窗座位大受青睐……阳光灿烂的上周末,随着疫情得到控制,上海各大商圈开始慢慢恢复生机,不但品牌商家迎来老客人,还有一批新店逆势开业,做起被疫情耽误的生意。同时,习惯了戴口罩、测体温、勤洗手,阿拉上海市民也以一种克制的方式,享受起这段特殊时期的春光。



► 陝西北路,咖啡馆外春光明媚 记者 孙中钦 摄

◀ 排队等待冰激凌的年轻人 记者 李铭坤 摄

周末街头 人流渐增

赶在白色情人节之前,静安大悦城的摩天轮、新世界城的杜莎夫人蜡像馆都已开放,不少情侣开始重启疫情后的约会,而拖家带口的市民也不甘寂寞。上周末,申城街头的人流明显增多。

“进店的人多了,高峰时段需要排一会儿队。”昨天下午2时多,人民广场来福士广场B1层,敏华冰室门前排着三对情侣,每一对之间相隔1米,大约等待20分钟可以用餐。“店里的桌椅调整了间距,四人桌只能坐两个人,所以需要等待一会儿才能用餐。”

同一层的RAPL苹果派去年底才开业,记者昨天在这家网红店看到,来尝鲜的多是年轻人,排队的队伍约有10人,差不多5分钟就能排到。“特殊时期,不敢多逗留,买好带回家吃。”市民余小姐在旁边点了4杯奶茶,拿上苹果派后,就转向了地铁站。

来福士广场一楼的品牌店中,有一部分在门口放了隔离栏。“我们今天有两名店员上班,所以只能同时接待两组客人,放隔离栏是为了避免人员聚集。”MK包袋的店员说,不少2月14日被迫“同城异地”的情侣选择在上周末补过白色情人节(3月14日),所以客流量和销售额都有所增长。

世茂广场乐高城市中心旗舰店门口同样拉起了隔离栏,排队的市民有七八位。“出来几个才能进去几个,因为店里有不少小朋友,所以我们必须控制人流。”店员一边为排队者测温一边这样解释,目前试玩区域也已暂时取消。

走进新世界大丸百货,圣罗兰美妆专柜正在做直播,四五位消费者一边围观一边扫码进入直播App下单。“本想在专柜买口红的,比了比价,直播秒杀更划算。”钱小姐和男朋友手里已经拎着两个购物袋,是刚从第一百货买的情侣运动鞋。

掏袖子、伸手、量体温,每进一家店就要重复一次,逛一条南京路步行街要量十几次体温;部分商店尽管客流不多,但为了避免聚集,仍旧需要在外等待。特殊时期,逛街的规矩多了不少。但记者昨天看到,无论是手里提着购物袋,捧着咖啡奶茶,还是牵着爱人的手,逛街的市民几乎个个都愿意配合。

走出家门 试穿春装



春光灿烂,如约而至的不仅是市民,还有商家推出的春季新品。相比三八妇女节时的“云逛”商场线上下单,这一次不少市民走出家门试穿春装。

“今天客人蛮多的,一下午没停过。”来福士广场二楼的小CK店里,店员小徐忙得一头汗,十来位客人正在试鞋、试包,他和几位同事来回穿梭服务,还要兼顾收银。尽管货架上还有部分秋冬款靴子正在促销,但记者看到,绝大部分顾客都在试穿单鞋、凉鞋。“我们的春夏季新品已经上市了,有的客人一买就是三双。”他告诉记者,随着周边公司复工,店里的生意开始逐步恢复,周末更是迎来小高潮。

在新世界大丸百货,春季和初夏的新款服装已经成为主流。“秋冬款已全部收进去了,现在我们主要销售春夏季的款式。”在某品牌专柜前,店员告诉记者,为了促进消费,2019年的款式有满300元送300元的优惠,2020年的新款上市就打9折。“这是特殊时期的折扣,希望

能多做一点生意。我们也会把新款的照片发给老客户,让她们不用出门就能选购。”

复工之后,除了春季新装的需求逐步回升,迭代更新的数码产品也让人们心里痒痒。三星旗舰店里,前来询问新款折叠手机的顾客就有不少。店员告诉记者,尽管售价不菲,而且要提前支付定金,但目前已收到50多个预定需求。

而相比逛百货商场,宅在家里两个月的人们显然更享受舌尖上的时令美味,第一食品商店、泰康食品店、杏花楼、新雅、沈大成等老字号的生意因此复苏得更快。记者在新雅旗舰店的门口看到,两条“北欧式”的队伍分别指向青团和熟食,有的顾客拿到青团后,就直接坐在了街边石椅上,暂时摘下口罩,品尝春天的味道。一走进第一食品商店的一楼,则是熟悉的黄油香味,牛奶棚、老香斋的现烤糕点奶香浓郁,拥趸不少,二楼的风味酱菜、特色熟食也有顾客排队称斤,买回去给全家换换口味。



后街小巷 享受阳光

人气复苏的不仅是市中心的商圈,还有社区里的后街小巷。买一杯咖啡,晒一会儿太阳,逛一逛熟悉的小店,不少市民选择就近“放风”,享受春光。

“很久没有出来吃饭了,趁着天气好,周末出来喝杯咖啡,配一块现烤的蝴蝶酥。”华山路上的家烘焙店前,有宽敞的外摆位,木质的长桌和长椅上,围坐着几位市民,正在轻声聊天。

愚园路上的家巧克力店,则打开了一整排的窗户,四五张外摆位和靠窗的位子全部坐满,端起一杯冰巧克力,拉下口罩,自拍的姑娘让人忘记疫情。店主告诉记者,从上周五开始,生意就有了明显好转。“主要还是因为疫情在好转吧,大家开始逐渐走出家门了。”

愚园公共市集里,耳光馄饨、泰康食

品以及修皮鞋、配钥匙的小店已经 reopening,住在周边的居民买好小菜,顺路过来打包一份馄饨。“这段时间来拍照打卡的文艺青年基本没有了,都是附近居民或者白领。”耳光馄饨店长说,尽管外卖数量还是比堂吃多,但只要生意进来,就是好事。

走过天桥,徐家汇商圈背后的天钥桥路也人流不断,除了在白玉兰面包房、山林熟食、鲍师傅糕点的门口排队购物,奶茶店、咖啡馆的人气也不错。“前段时间我们基本上就做外卖,见到的最多是外卖员,没人经过当然不会有到店的生意,但最近一周开始恢复了。”

此外,记者在浙江中路、福建中路等地看到,沿街商铺的开业率也明显提升,不仅是便利店、餐饮店,理发店、美甲店、音像店等也开门营业了。

老店重开,是生活逐步走上正轨。新店亮相,则是上海商业的活力基因。被疫情“冻结”的“上海购物”,正在春光里逐步恢复往日的节奏。

这两天,威海路上的一家小店常常会让路人驻足,初看以为是一家花店,走近才发现是一家巧克力店,里面也在售各种有趣的小物件。吧台里的小哥一边做着热巧克力,一边招呼顾客试吃70%的巧克力。因为疫情,这家年前就试营业的新店2月中下旬才正式开业,却也因为逆势开店,吸引了不少周边顾客的关注。“特殊时期能看到新店不容易,门口的鲜花多肉更让人感受到春天的到来。”

不仅是街边的特色小店,上海的各大商场里也有品牌店逆势开业。记者从港汇恒隆广场获悉,3月9日Manner Coffee新店开张,3月27日首次入驻徐家汇商圈的梵克雅宝也将正式开业,为一楼的奢侈品格局再添重磅品牌。从上周开始,高岛屋则接连有特色餐饮品牌新店开张,包括牛腩之旅、串儿小新、鲷鱼屋等,馆内的其他餐厅也全部恢复营业。记者了解到,这些新店在年前已经完成装修,在符合开店条件后陆续投入运营。

“目前我们正在积极筹备各项开店计划,相信疫情的影响只是短暂的。”麦当劳则表示,尽管3月没有新开门店,但未来麦当劳在上海的开店策略不会受到疫情的影响,全年开店计划依然照旧。

去年2月,加拿大国民咖啡Tim Hortons在上海开出首店,今年计划新开50家左右门店。中国市场CEO卢永臣表示,原定于2-3月开业的新店受疫情影响延迟了。“今年1月份我们开出了5家新店,2-3月份因为缺少人手新店装修往后延迟,一部分会在4月抓紧开出,一部分可能延迟到5-6月,但我们全年开店计划数不变。”

新店开业 后市可期

