

徐家汇“九栋楼”漕北高层升级改造

上海第一批高层建筑准备“焕新”



▲ 现状
本报记者 孙中钦 摄
▼ 规划图

本报讯（记者 袁玮）在华亭宾馆“身后”有一排令人瞩目的高层住宅，这就是被老上海称为“九栋楼”的漕北高层，这也是上海最早的一批高层建筑。作为徐汇区徐家汇街道2022年“三旧”变“三新”的重点工程，漕北高层将进行全面升级改造。

漕北大楼是体育公园周边重要的成片优秀历史建筑，是新中国成立以后上海城市建设成就的重要代表之一。由于建造时间早，违法建筑搭建时间相对久远，已投入使用多年，导致整治难度高、拆除阻碍大。为加快推进漕北大楼整体修缮工作，徐家汇街道漕北高层拆违工作小组第一时间前往实地开展调研，发现小区内存在不少乱搭乱建、乱堆乱放、占用公共空间等现象，不仅给居民的正常生活带来困扰，更影响了小区整体的环境面貌。

1月初，徐汇新村居委会分批次组织漕北大楼各楼栋居民代表召开关于漕北大楼修缮工作的居民座谈会，共计138名居民代表参会。会上，居民们针对漕北大楼优秀历史建筑修缮及周边环境提升需求深入交流。

2月24日，由徐汇区房管局牵头，会同徐家汇街道、徐汇新村居委会、小区业主代表、小区物业、设计方、监理等召开漕北大楼修缮工程进场对接会。会上，相关单位分别介绍了设计方案、施工内容及施工前准备工作。设计单位表示将进一步根据居民提出来的想法完善方案细节，以满足居民需求。

本报讯（记者 罗水元）上海既有桥梁加装电梯实事项目又有重要进展了：恒丰路桥率先完成两部垂直电梯的安装，于昨天起试运行，成为苏州河桥梁加梯第一例。

恒丰路桥，前身为木桁架结构，清光绪二十九年（1903年）初建，原名汇通桥。曾经先后多次拆除重建，1948年建成钢筋混凝土桥梁；1987年，在其东侧建新桥，以恒丰路得名。

这里距离汉中路地铁站（1、12、13号线）换乘枢纽约250米，周边市民步行过桥需求明显。但是，根据苏州河Ⅳ级航道通航净空要求，恒丰路桥梁体距离河面较高，原有的人行梯道较为狭窄陡峭，对于老年人、残疾人或者背

负重物的行人来说，上下楼梯非常困难。

2021年，市道运局、市道运中心联合静安区相关部门，从城市更新的角度出发，为恒丰路桥加装电梯。

为了让加装电梯工程顺利实施，既保证桥梁的结构安全，又满足无障碍通行的需求，还不影响“一江一河”总体风貌，市道运中心与参建单位在恒丰路桥功能和景观提升的基础上，做了大量的前期调研和方案的完善。

本次投运的两部垂直景观电梯，采用1.1米×1.4米无障碍电梯，载重量630公斤，核载人数8人，外立面采用全透明的玻璃幕墙，现代简洁。电梯内同步增设了新风系统、视频监控、盲文按钮、电子音

恒丰路桥电梯

昨起试运行

苏州河桥梁加装电梯第一例

优惠挡不住 开春买不停

“全国消费促进月·上海”关键词：“家消费”“她消费”

2021年，上海社会消费品零售总额突破1.8万亿元，同比增长13.5%，3年平均复合增长6.8%，规模位居全国城市首位。这是记者从昨晚举行的“2022年（春季）全国消费促进月”启动仪式上获得的信息。由商务部主办的“2022年（春季）全国消费促进月”将从2022年3月1日持续至3月31日，其中上海站聚焦“家消费”“她消费”等消费新热点。

消费市场

突破1.8万亿元

启动仪式上发布的《上海消费市场大数据蓝皮书》显示，2021年，上海社会消费品零售总额突破1.8万亿元，同比增长13.5%，3年平均复合增长6.8%，规模位居全国城市首位。线下支付端消费3.20万亿元，年均复合增长5.36%。网络购物交易额13163.0亿元，同比增长12.3%。

从重点商圈看，南京西路商圈、小陆家嘴—张杨路商圈、南京东路商圈年度线下消费总额位居全市前三名。从消费热点看，以服装鞋帽、汽车、化妆品、金银珠宝、家电家

居为主的“家消费”“她消费”在线下零售业消费中占比近四成。从外来消费看，上海外来消费流入近6000亿元，郑州市、南京市、北京市、宁波市和苏州市是上海消费流入的主要来源地。

从首发经济看，上海全年新开首店1078家，同比增长18.6%，规模居全国首位。全年超过3000个国际国内品牌在沪举办新品首发、首秀、首展活动。从夜间经济看，上海夜间出行活跃度和夜间灯光强度指标双项全国第一，上海夜生活综合指数位列全国第一。

优惠升级

齐发亿元补贴

本次“全国消费促进月·上海”聚焦“家消费”“她消费”，带来亮点纷呈的活动。

国美推出“直降、立减、套购满万返千、全网比价”等多重优惠活动，向上海发放首批8000万元消费补贴券。苏宁易购双线同步发售100款全系家电核心新品，推出“收旧价低双倍补”、3000元家装家电专属基金等活动。红星美凯龙整合20万件限定爆

款产品，放利补贴达10亿元。月星家居发放亿元补贴，百安居打造家装建材开工嘉年华。永达汽车联合东方购物推出多达10场的专业汽车直播活动，开启全渠道汽车新零售。

为了迎接“三八妇女节”，服饰、美妆、美容美发、金银珠宝、健身等重点领域也有一系列促消费活动。上海时装周将在举办20周年之际，发布百余场新品，推动可持续时尚发展。新世界聚焦“女性时尚消费月”，在三周时间里推出“3.8女神节”“花样女神节”“百变女神节”，分别推出三八妇女节专辑、春季化妆品节专辑和新世界春季时装周专辑。徐家汇商城推出“潮市集”“春季女人节”及“惠动女人心”等一系列以女性为主题的特色活动。优衣库首发70多款春夏新品，优惠力度达2亿元。百联股份推出“beauty with u”春季美妆节，带来美妆福利团、线上百联云店、第三方支付优惠等多重优惠活动。高岛屋推出满额立减、化妆品优惠升级活动。

本报记者 张钰芸



新民随笔

“出圈”的条头糕

方翔

近日，一家全球知名的咖啡品牌店，在上海开设了首店。除了供应精品咖啡，还推出条头糕等中式糕点的精致拼盘。此前，上海的一家老字号也推出过咖啡配条头糕的组合，并在朋友圈中得到了不少的曝光率。

糕团是江南食品中的一大特色，清代苏州文士顾禄所著的《清嘉录》中就提到了条头糕。上海毗邻苏州，早年很多苏州人移居到上海，所以也很自然把苏式糕团带到上海。条头糕在改良之后，成为了具有海派特色的糕团。夏衍在《懒寻旧梦录》中曾提到：“那时候学校里是可以向校役订点心的，如条头糕、麻酥糖之类。”

条头糕来到上海之后，最大的变化是有了“品牌”：据说创建于清宣统元年（1909年）的乔家栅最早推出条头糕，沈大成、杏花楼等老字号随后也纷纷推出。这些老字号产品也影响到了浙江。夏丏尊在《鲁迅翁杂忆》中提到，鲁迅在浙江两级师范学堂任教时，“晚上总睡得迟，强盗牌香烟、条头糕，这两件是他每夜必须的粮”。

老字号关注传统工艺的传承，更关注如何让条头糕进一步吸引年轻人。前两年，沪上一家老字号推出“拿铁+条头糕”的下午茶套餐。出乎意料的创意搭配，带来了源源不断的惊喜，并吸引了更多咖啡店关注中式点心。

品质源于传承，生命发于创新。条头糕的“出圈”有偶然性，但更有必然性。要让“西式咖啡+中式点心”不违和，既要有合适的咖啡，也要有合适的点心，而这两样东西上海都具备：上海是全世界拥有咖啡馆最多的城市，而像条头糕这样的中式点心，经过老字号一代代的传承，早已融入人们的生活。

“出圈”的条头糕，不仅不“老”，而且很“潮”，这给市场最大的启示就是，与其“吃老本”，不如主动跨界，在传承中引领创新。

■ 设50年门槛

■ 今后三年一评

上海老字号启动新一轮认定

本报讯（记者 张钰芸）时隔八年，上海老字号启动新一轮认定。申城五部门联合印发的《关于开展上海老字号认定的若干规定》（以下简称《规定》）昨起施行，今后本市将每三年认定一次“上海老字号”。今年“五五购物节”期间，新认定的一批“上海老字号”将在2022老字号博览会上集体亮相。

2006年和2011年，商务部先后认定了两批“中华老字号”，其中上海有180家，位居全国首位。2014年，上海市商务委认定了

42家“上海老字号”。目前，上海共有老字号222家，其中，中华老字号均成立超过60年，至今已有65家创立超过100年。

新一轮的上海老字号认定，是希望通过健全名录，引导更多老字号重视品牌发展，强化产品质量和服务质量，从而深化上海老字号的保护、传承与创新，加快推进上海国际消费中心城市建设。

即将施行的《规定》共有27条，对上海老字号的认定条件、申请程序、标识权属、违

规整改、品牌发展、知识产权保护等方面做出规定。

认定条件包括：必须满足创立时间达50年（含）以上；传承独特的产品、技艺或服务；具有中华民族特色和鲜明的上海地域文化特征，具有历史价值和文化价值；拥有对应的代表性注册商标的所有权或专用权；生产销售日用消费品或提供生活性服务；具有良好信誉，得到广泛社会认同和赞誉；经营状况良好，且具有较强的可持续发展能力等。