

乐游都市

# 业态创新吸引粉丝 “批量”更新转型提质 百年南京路争揽年轻客

新世界大丸百货今年启动高层改造,以“皇冠”为灵感,打造“外滩之眼”;世纪广场北侧5栋商业体陆续完成升级,形成“广场、商场、秀场”的“三场”联动新模式……记者从昨天下午举行的南京路商圈年度大会上获悉,对标全球顶级商业街区,今年南京路商圈将以商业体改造更新等为重点,加速客群年轻化,推进商圈转型提质,助力上海建设国际消费中心城市。

本报记者 张钰芸 文  
本报记者 陈梦泽 摄



▲ 以“百变取景框”为设计理念的南京东路558号  
▲ 百联ZX创趣场引进众多知名二次元品牌

## 客群结构年轻化

老店焕新、新店首秀、消费券联动、二次元活动接连不断……近年来,南京路商圈持续升级软硬件,不断提升潮流量,在提振消费信心、激发消费活力、提升消费能级等方面取得了一定的成绩。据不完全统计,今年春节期间,南京路商圈七天销售额同比增长22%,消费热度跻身全国前三。

2024年是商务部提出的“消费促进年”。南京路步行街企业联合会会长陈湧表示,消费作为经济增长的“压舱石”和“稳定器”,其重要性不言而喻。南京路商圈将积极贯彻落实《上海市商圈能级提升三年行动方案(2024—2026年)》,把促进商圈消费摆在优先位置,瞄准春节、五五购物节、中秋国庆、百货会员日等重要节点,持续深化商圈整体营销活动和主题特色品牌活动,制造消费新热点,同时把商圈转型提质摆在核心位置。

转型提质的切入点是什么?南京路商圈给出的答案是“优化客群结构”。据相关数据统计,南京路商圈的人群画像中,25岁至34岁的占比最高,达到40.76%,这一数据高于全市商圈均值,表明南京路商圈客群年轻化已成为新趋势。

会上,新世界大丸百货、环世纪广场区域、百联ZX创趣场等重点项目分享了各自在年轻化方面的特色做法,展现了对于年轻消费者需求的深刻洞察和创新应对策略。

## 多个项目加速改造

继世纪广场改造升级之后,南京路商圈多个商业项目正在加速改造,今年将陆续亮相。

“我们将于今年启动商场6、7层及顶层的改造升级项目,外观上以‘皇冠’为灵

感,通过材质转换和灯光设计,将之打造为‘外滩之眼’,成为南步街和外滩第二立面的‘空中网红打卡点’。”新世界大丸百货执行董事叶一帆表示,在商业体内部,商场6、7层将打造为“你中有我、我中有你”的复合空间,其中6层以“游园”为主题,增加“核心绿动”等绿植区域,引入餐饮品牌,将营业时间延长到午夜12时。7层设置文化艺廊、互动空间、野趣花园、品牌秀场等亮点区域,计划每年举办2到3场城市级艺术展览。顶层则将改造为观景平台、天空之镜,并引入酒吧餐吧,可以一览外滩、陆家嘴“三件套”和黄浦江的风光。

此次改造不仅是对商场物理空间的升级,更是对传统百货业态的一次创新尝试,希望能吸引更多时尚、年轻的消费者,让他们在不同的时段都能找到适合自己的消费场景。

世纪广场北侧5栋商业体改造升级也备受关注。南京路步行街商业经营管理有限公司总经理王纲介绍,去年年底刚刚完工的南京东路558号项目,整体以“百变取景框”为设计理念,同时结合南京路的历史沉淀、世纪广场的全新体验、商业街的时代特性,着力打造策展型综合商业体。目前,这里已引进哈根达斯全球概念创新店、大陆首家“变形金刚之方舟”主题餐厅等首店旗舰店。南京东路546号项目的外立面将设计为高达16米通透的LED格栅屏,整栋商业体计划引入一家知名品牌旗舰店。南京东路626号项目前身为春申江大楼,改造后更名为“春申好市”,将打造成“沉浸式文商综合体”,引进品牌主题乐园、东南亚风格餐饮、娱乐品牌和文化策展活动等。同时围绕环世纪广场区域,将形成“六屏联动”新视觉,“广场、商场、秀场”的“三场”联动新模式,呈现消费场景新亮点,注入时尚潮流气息,撬动商圈消费增长。

## “落地开花”新业态

如何让年轻人重新爱上传统商圈?越来越多的新业态在南京路“落地开花”。

作为国内首家聚焦二次元文化的商业体——百联ZX创趣场开业仅一年,便成为沪上年轻一代社交消费的“二次元文化圣地”。

“我们的经营理念是‘Play Together’,就是要跟粉丝们玩到一起。”该项目市场管理部副经理施艳敏表示,商场内的每处细节都在“拥抱二次元”,整体上是基于“Z世代”文化和圈层认同,从构建共同的话语体系着手,向二次元爱好者传递“懂你”的态度,打造因共同热爱二次元文化而聚集的社群空间。

第一百货商业中心的“星空间”和六合路,也将在今年升级亮相。第一百货商业中心总经理赵维刚告诉记者,第一百货去年在7层打造4000平方米的“星空间”,目前有12个沉浸式剧场,已经成为市民游客看剧追“星”的新地标。乘胜追击,今年将在10、11层扩容出占地面积3500平方米的中型剧场,引入更多经典剧目、国际剧团,预计7月中旬陆续开幕。而六合路则将再次升级,在保留品牌集市的同时,引入更多演艺元素,例如设置艺术装置、开展品牌走秀和户外表演等,承接“星空间”的溢出效应,成为又一个年轻人的社交主场。“今年‘五五购物节’前夕,还将有一个900平方米的超大互动3D屏和纽约贝果博物馆、Roastelier咖啡馆亮相,让第一百货成为年轻人喜爱的休闲打卡地。”



新民眼

最近,许多人发现,来上海的外国游客变多了。来自海关的数字显示,今年一季度,上海进出境航空旅客达782.9万人次,较去年同期增长3.5倍。尤其是随着中国对外免签“朋友圈”的不断扩大,入境旅游高峰比春天先一步到来。

过去几年,外国人来中国旅游,比较集中的一类问题是可能“有钱花不出去”。随着中国人日常生活的数字化突飞猛进,外国友人和国人的消费习惯出现鸿沟,加上实名制支付的限制,无法绑定“微信”扫码点单、不能用12306订火车票、不会用“滴滴”打车,一个外国人来中国旅游,在消费环节可能会遇到各种不便。

入境旅游本该带来人与人之间的正向互动,不仅能够创汇,对于塑造城市形象也具有重要意义。发现问题、解决问题、积累经验,才是长足发展的关键。正是相关部门关注到了这些较为普遍的问题,眼下,入境游的一些不便正陆续得到解决。

前不久,国务院办公厅印发了《关于进一步优化支付服务提升支付便利性的意见》,提出了一揽子具体举措来打通入境“难关”,解决旅游支付难题。其中,总的原则是“大额刷卡、小额扫码、现金兜底”。随后,央行也发布了《外籍来华人员支付指南》,介绍了外籍来华人员可以选择移动支付、银行卡、现金等一系列服务的获取方式和使用方法。

上海通常是入境游客落地中国的第一站。目前上海市已恢复近4万台支持外卡的POS机,分布在酒店、机场、景点、购物场所,用以满足境外游客支付,未来的目标将增长到8万台,并覆盖餐饮、出行等主流消费场景。

此外,通过“外卡内绑”和“外包内用”两套解决方案,入境游客在上海也能流畅使用电子支付。下载支付宝后绑定国际银行卡,入境后就能像中国人一样用支付宝。还有来自7个国家和地区的10个电子钱包用户,无需下载App,就能直接使用自己家乡的钱包扫码支付。在便利支付的同时,外籍人员在上海扫码消费的单笔限额也提升至5000美元,年累计交易限额由1万美元提高到5万美元。

在世界经济全球化的今天,旅游被视为促进经济发展的新引擎,其中入境旅游尤其受到关注。数据显示,2023年上海已成为入境旅客移动支付消费最热门的城市之一,2023年第四季度相比第一季度,境外消费者的来沪交易量增长了13倍。面临新的发展机遇,拓展入境旅游的便利性、增加新触点、提升体验度,直接关系到这股热潮能否持久。作为世界看中国的窗口,上海在提升自身吸引力的同时,正多措并举优化服务,推动入境旅游高质量发展,为吸引各国游客纷至沓来发挥积极作用。

# 支付友好让城市更开放

解敏



改造一新的世纪广场