



“摆”出烟火气 “摆”成风景线

记者走访申城多个商圈 探寻“外摆经济”发展新图景

本报记者 张钰芸 文 张龙 摄

民生调查



■ 外摆位是不少餐厅的“吸金之地”

最近，申城暖阳高照，气温一路上升。阳光慷慨地照耀在大地上，穿透每一排行道树，在建筑物上打出斑驳的影子。遇上这样的好天气，摆在室外的桌椅总是格外抢手。端一杯咖啡，约三两好友，临街而坐，晒晒太阳，吹吹小风，看看路上来来往往的人和风景，是许多消费者中意的初夏生活。

上海商业外摆新政发布一年有余，“外摆经济”给城市商业空间带来哪些改变？又该如何在城市烟火气中“绣”出高颜值、摆出高水平，展现生机勃勃的都市生活画卷？记者走访申城多个商圈，透视“外摆经济”中的高质量发展。



■ 鸿寿坊外摆位用绿植做间隔

刚刚过去的这个周末，杨浦区五角场商圈大学路人流如织。有年轻的情侣手牵手逛市集，累了就去餐厅点一份下午茶套餐，坐在外摆位上拍几张美美的照片；也有一家三口走进茶饮店，手捧冰凉又清爽的水果茶，找一个街边的位置看风景。

在上海，大学路是一条独一无二的马路。这里几乎所有商家都有外摆位，从餐厅、咖啡馆、甜品店，到服饰店、香水店、面包店，无一例外。不论走到哪一段，沿街都有两排外摆位将氛围感拉满。

“天气这么好，当然要坐在外面。”下午3时许，陆平和同学坐在81BAKERY的外摆

商业外摆延伸了商户的服务半径，能有效展示实物商品、服务商品和体验商品，同时也可以创新各种场景促进销售。随着气温升高，申城的“外摆经济”更是与城市烟火气一起升温。

Black Salt·黑盐咖喱酒档是大学路一家做东南亚创意菜的餐厅。去年夏天，店外空间被改造成外摆区，纯黑的装饰风格和店名十分契合。现在餐厅一共72个餐位有36个是外摆位，“高峰时段，外摆位经常供不应求。尽管室内室外的座位数量是1比1，但上座率却是四六开，外摆位明显更吃香。”品牌负责人杨海说，外摆位是餐厅的“吸金之地”，特别受年轻消费者的喜爱。

“不仅扩大了营业面积，更拉长了经营

2023年8月5日起，上海试行《关于进一步规范设摊经营活动的指导意见（试行）》。其中，以新型业态为主，符合城市高品质要求，品牌化、主题化、特色化的集市、夜市、外摆位、限时步行街等点位，被称为“特色点”，属于设摊开放区。自此，上海商业外摆不仅在政策上“有据可依”，运营管理上也更趋精细。

去年9月开业的鸿寿坊，是由多栋石库门建筑组成的城市微更新项目。尽管商业面积仅1.5万平方米，但今年五一假期却吸引客流35万人次，单日客流创今年新高。这个项目定位“精致烟火气”，在石库门、梧桐树、弄堂等各种海派生活场景中，外摆位随处可见。“项目在规划之初，对外摆位的具体位置、呈现方式，就有很明确的想法。”瑞安新天地鸿寿坊项目总经理王莹告诉记者，

许多国际消费大都市设有著名的商业外摆区。比如，巴黎街头大小咖啡馆的露天座位、洛杉矶购物街区的临街餐厅外摆、纽约著名的街头餐厅、伦敦购物中心的屋顶天台……这些外摆，不仅是消费场所，也成为城市气质的一部分。

“要了解一个城市，最好放慢脚步，可以骑一辆单车，也可以City Walk，中途找一个能坐下来甚至躺下来的地方，看看风景看看人，从快节奏的城市生活中找到休闲的感觉。”上海产业发展研究院首席研究员夏雨认为，梧桐树下的外摆位，展现的不仅是海派生活方式，更是开放包容的城市胸怀。

如今上海的商业外摆出现了更加专业化、艺术化的趋势。从有条件的商圈、商街，到各种特色小店，都会精心打造外摆区域、策划户外活动，以提升消费品质和氛围。夏



■ 开满鲜花的外摆位，大学路上的风景线

1 天气这么好 当然坐外面

位，桌上是两杯冰美式和一只肉桂卷。“里面有位置，但感觉有点小，说话也会影响别人，还是坐在外面吹吹风、看看风景舒服。”

“你在桥上看风景，看风景的人在看你。”苏苏举起手机，拍下树荫掩映下的外摆区：阳光经过半透明的条纹顶棚，在地面上打下斑驳的光影，露营风的折叠椅和折叠箱摆在一隅，一对情侣相对而视。“我特别喜欢

这种氛围，休闲舒适。”

不仅是大学路，如今的上海，好多街区几乎一年四季都有坐在户外的消费者。新天地的咖啡馆外，藤编的座椅造型独特；永康路上沿街商户打开落地窗，消费者坐在窗边吃冰淇淋；虹桥南丰城内街，宽敞通风的外摆位座无虚席……绿植花卉间、凉棚阳伞下，临街而坐，成为越来越多消费者的选择。

2 小店吸金地 城市烟火气

时段。”他告诉记者，黑盐在上海三家门店，只有大学路这家有下午茶菜单，晚上来喝小酒的客人也更多。“有了外摆位，下午茶才更有氛围。在周末、节假日高峰时段，外摆位会营业到凌晨一两点钟，所以整体营业额在三家店里是最高的。”

而在Discus Mart 市场部负责人杨文凯看来，外摆位最大的作用是“引流”。这家主打美式复古学院风的服饰店今年4月刚在大学路上开张，很快就成了网红店，门口

的外摆位功不可没。“很多人觉得奇怪，服饰店做什么外摆位？但这恰恰是我们的引流神器。”

“早在装修阶段，公司就想好了，要在临街墙面开个洞，引入网红冰淇淋快闪店，店外布置成外摆位。到时候吃个冰淇淋，再进店看看试试衣服，顺理成章。”不出所料，年轻人排队买好网红冰淇淋留影，然后坐进开满绣球花的外摆位，成为大学路上的一道风景线，而这些消费者有不少都会走进店里看看。“最高峰的时候，一天有6000人进店。”

尝到甜头后，Discus Mart 计划3—6个月更换一次商品。“夏天的冰淇淋、冬天的汉堡，还有四时的鲜花，我们会用常变常新来保持外摆区的新鲜感和话题度。”

3 外摆显个性 也要守规矩

外摆位不是放几张桌子、几把椅子这么简单，商户既有需要统一遵守的规范，做到门前责任三包，也有值得推敲的细节，要形成自己的风格和特色。

穿行在鸿寿坊，无论是开阔的中央广场，还是穿风的弄堂天井，抑或是西康路当街，都能看到不同风格的外摆位。它们既不是整齐划一的，也不是杂乱无章的，看起来和街景、建筑很和谐。“在鼓励每一家品牌摆出个性、摆出特色的同时，也有一些必须遵守的规范。”王莹说，外摆位在公共街区延伸

有一个前提，就是要保证通行街道宽度不小于4.5米；其次避免用隔离带，而是靠花箱、绿植等营造出与户外相融的场景；桌椅的材质、顶棚的高度、绿化的位置及品种，都会和商家在装修设计阶段提前探讨。

“弄堂天井是这个项目很有特色的外摆区，我们鼓励商家保持通透感，同时选择竹制的桌椅，打造上海人家的氛围。而在西康路新会路转角的咖啡馆，有几个看街景很棒的外摆位，常常有一人一狗坐在那里看落日、看行人，也成为别人眼里的风景。”王莹说，因外摆位带来了人气，商家也愈发重视对外摆区的策划，从更换四季花卉到提供小型试吃，从冬天的毛毯到夏天的穿堂风，从各种细节入手提升外摆位品质，增加消费者的愉悦度。

4 管理精细化 亲民不扰民

雨指出，虽然商家积极性很高，但“外摆经济”管理还需以放促活，有底线意识，做到不扰民、不污染环境，确保“摆”出好秩序，“摆”出品质和活力。

2012年，创智天地运营的大学路率先实行消费在外、经营在内的外摆模式。2019年，街区对全域外摆位实行一户一策精细化管理。同年，大学路自我管理委员会成立，商家、居民、企业有了自治共治的平台，带动大学路形成街区消费的特色，真正发挥出外摆位的效应。创智天地总经理王红说，“大学路作为深度融入社区的一条公共道路，我

们更要去平衡超高人气与有序管理之间的关系，为企业、商户做好服务搭好平台的同时，兼顾社区居民的感受和体验。”

可见，好的产品和消费体验离不开精心策划、运营和维护。对于商业外摆，摆放时间、摆放范围都需要精细化管理，让城市烟火气亲民不扰民。在保证外摆商品质量和服务水准的同时，也要重视外摆区域的艺术化呈现效果，持续提升品质，给消费者更好的体验。

“上海的商业外摆位，品种可以更丰富一点，质量应该更高一点。不仅是在市中心区域，也可以有更多元化的风格和类型，覆盖更广泛的人群，进一步推动消费新模式的蓬勃发展。”夏雨说，探路商业外摆，上海应该走在前列，为打造国际消费中心城市注入更活泼、更有趣、更国际化的海派元素。