



在城市更新中寻找全新消费场景

方翔



新民眼

本周,TOPTOY全球首家旗舰店将正式开业。从1月底试营业至今,三层楼高的招财猫化身空间图腾吸引了不少人的眼球,让消费者从被动的空间使用者转化为主动的参与者。这座建筑的前身,是当年上海规模最大的旅游品商店——上海旅游品商厦。

建筑是承载当代消费的创新容器。TOPTOY全球首家旗舰店所在的南京东路558号,2023年在城市更新过程中,通过结构加固等并针对商业业态整合重构,打造成一个交互型的新业态商业体,为中华第一商业街注入了新的活力。而TOPTOY旗舰店的设计,将空间叙事的游戏化转译渗透进每个细节,以IP主题构建闯关式动线,将购物行为转化

为具有明确目标、即时反馈与社交属性的沉浸式游戏进程。

这种容器效应的生成,得益于对消费密码的精准破译。泡泡玛特将旗舰店嵌入百年历史建筑群,当年轻人来全球旗舰店打卡拍照,他们不仅是在消费,更是在参与城市文化记忆的再生产。这,为传统商圈的焕新提供了富有启示意义的实践范本,创造出“购物+娱乐+社交”的混合体验。这样的业态融合,不仅提升了单位面积的营业额,更通过延长消费时长增加用户黏性,创造出全新的消费场景。

南京东路的焕新实践,印证了“微更新、渐进式”改造策略的效力。上海悦荟广场的改造是另一个注脚:这座拥有90年历史的Art Deco建筑,通过植入排球少年IP快闪店等文化体验场景,成功激活了历史空间的当

代价值。“轻介入、强赋能”的改造,既保留了建筑立面的历史肌理,又在内部空间编织起文化消费的叙事网络,实现了“历史真实性与当代功能性的平衡”。

“在保护中发展,在发展中保护”的城市更新,既要敬畏历史文脉,也要能敏锐发现新的消费场景。北外滩的蜕变也是同样的逻辑:从紫罗兰花海到KAWS艺术装置,从白马咖啡馆改造到阿那亚IP入沪,这些文化符号的植入不是简单的空间装饰,而是构建文旅融合新生态的战略落子。虹口区通过“小而散”资源地块的“点穴式”激活,以IP文化体验为媒介,将滨江岸线转化为具有全球吸引力的“城市文化客厅”。这种改造策略既延续了外滩的历史文脉,又创造出符合当代审美和消费需求的场景价值,实现“在发展中保护”的良性循环。

这些城市更新实践都遵循了相同的逻辑:将文化消费作为空间再生产的驱动力。无论是TOPTOY的游戏化空间转译,还是北外滩的IP场景营造,本质上都是对城市空间文化资本的重估与重构。这种重构不是简单地消费历史记忆,而是通过文化符号的当代转译,在历史空间与新生代消费群体之间建立情感联结与价值认同。

今天,上海的城市更新进入了精耕细作的新阶段。历史文脉保护与文化消费创新,不是非此即彼的零和博弈,而是通过空间叙事的重构,让历史建筑成为承载当代文化消费的“活的容器”。以功能引领价值提升,实现整个城市更新高质量发展。越来越多的年轻人在历史建筑里追寻文化记忆,在消费场景中触摸城市温度,城市更新的深层密码就在这样的时空对话中被不断解析。

发放专业服务券、扩大消费券覆盖范围

上海出台31条新政促进服务业发展

本报讯(记者 叶薇)2024年上海服务业增加值占GDP比重达78.2%,提前完成“十四五”规划中设定的75%的目标。近日,本市出台促进服务业创新发展若干措施,助推上海服务业迈向更高水平。

此次新政提出四个方面总共31项举措,包括——

建立重点企业名录库和重点项目清单,支持AI融合赋能,发挥市人工智能产业母基金作用,支持大模型企业设立产业生态基金;

支持拥有核心知识产权的全球顶尖科学家和大师级人物在沪开展颠覆性技术创新,建立本市重点服务领域人才需求目录;

支持浦东新区、静安区、徐汇区、虹桥国际中央商务区等发放专业服务券、新质服务券等,鼓励更多区域复制推广;

支持金融机构开展数据贷、云量贷等金融创新试点,支持人工智能企业将算力和语料作价入股开展多元融资;

支持微短剧项目开展版权质押融资;

加大促消费力度,加强市区联动,扩大消费券内容和商户覆盖范围,统筹有序发放专项消费券;

优化重大活动审批和管理,在确保安全的前提下适当放宽大型营业性演出可售(发)票数量限制;

打造消费新场景,培育壮大夜间经济、银发经济等新业态,开发“谷子经济”、邮轮旅游等。

据市发改委介绍,新出台的这一轮政策突出问题导向,聚焦重点领域分类施策,着力瞄准对“稳增长、促就业、扩消费”带动能力强的信息服务、科技服务、专业服务、工业服务等生产性服务业,商贸服务、交通运输、文体娱乐、医疗健康、住宿餐饮等生活性服务业。

据市商务委总经济师罗志松介绍,将全力做好“乐·上海”服务消费券的发放工作,会同各部门强化文旅商体展联动,最大限度促进消费市场发展。

截至目前,2025“乐·上海”服务消费券

累计参与人次超过700万人次,商户与消费者均呈现较高热情。市商务委将根据每月核销情况,优化后续消费券的发放安排,继续扩大商户参与覆盖面,加强风险防范。在目前“乐品上海”“乐游上海”“乐影上海”“乐动上海”四个系列的基础上,将会同市委宣传部分新增文化消费券的发放。

上海市经济和信息化委员会总工程师裘薇介绍,上海将紧跟当下数字产业前沿热点,围绕人工智能、元宇宙等领域推出一批新型信息消费产品与服务。

人工智能方面,聚焦金融、教育、医疗、制造等重点行业,着力打造一批可复制推广的AI应用场景,加快推进大模型、具身智能等人工智能新技术、新产品、新模式在上海率先运用。

元宇宙方面,围绕XR智能终端、云端渲染、3D引擎等方向,遴选一批元宇宙创新产品和解决方案;组织重大应用场景“揭榜挂帅”,培育一批连接技术方和场景侧的专业服务商,打造综合性标杆场景。

二手房加速成交,改善型需求主导『小阳春』

申城楼市呈现结构性回暖

本报讯(记者 杨玉红)国家统计局昨天发布最新数据,2025年2月上海二手房价环比微降0.4%,终结了连续4个月的上涨态势。在传统楼市淡季遭遇“价格回调”的背景下,上海房地产市场却量增价稳显现出令人意外的韧性——网上房地产统计数据显示,上海新房价格持续微幅上涨,二手房成交量达1.54万套,环比减少4.31%,但同比激增124.45%。

具体来看,上海楼市结构性回暖特征明显。在成交前十楼盘中,有不少是70平方米以下的小户型,相对较大的议价空间成为拉低整体房价指数的关键因素。“这既是春节假期效应的体现,也反映出市场正在经历理性回归。”易居研究院副院长严跃进指出,当前购房者更倾向于选择总价可控的刚需房源。

这一趋势仍在延续。浦东联洋板块的监测数据显示,上周花木板块网签二手房15套,超一半房源总价低于700万元。不过,值得注意的是,不少140平方米以上大户型成交周期大幅压缩至28天左右。虹口区瑞虹板块某中介门店3月上旬成交7套二手房,均为总价1000万元左右的改善房源,且挂牌周期较去年同期缩短30%以上。“房东预期明显转变,过去两周主动调价案例减少80%,惜售心理增强。”门店负责人说,部分房型较好的业主甚至取消了原先的降价计划。“改善型客户开始加速入场,他们更关注物业品质而非单纯价格。”中介潘小姐表示,3月带看量较2月同期增长150%,其中80%为多孩家庭或置换需求。据网上房地产数据,3月前17天上海二手房网签量达1.6万套,日均成交量较2月提升70%。

新房市场同样现暖意。3月以来全市触发积分制的新盘增多,不少新盘开盘均价较周边次新房仅低5%,吸引了不少购房者,市场活跃度稳步抬升。随着市场预期逐步转变,量价关系正在重构。链家研究院报告显示,3月二手房挂牌量稳定,带看转化率持续升温。买卖双方的心理博弈进入新阶段,卖方报价试探性下调减少,买方更倾向于在价格洼地快速决策,这种微妙的变化正在夯实市场底部。而住建部近期重申“支持刚性和改善性住房需求”,在提升市场信心的同时也加速了潜在购房者的入局节奏。

综合来看,上海楼市呈现“总量企稳、结构优化”的良性态势。虽然短期价格存在波动,但供需两端的深度调整已为中长期发展奠定基础。随着传统置业旺季到来,叠加政策效应持续,楼市“小阳春”预期正逐渐转化为现实动能。

“首”声夺人 铺展东方时尚叙事

2025秋冬上海时装周3月25日开幕

本报讯(记者 张钰芸)近百场新品首秀、近千个品牌首展,还有数十场重量级国际合作的首发活动……2025秋冬上海时装周将围绕“首”字做文章,成为具有国际吸引力的创新平台。记者从昨天下午的2025秋冬上海时装周新闻通气会上获悉,新一季上海时装周将于3月25日开幕,中国民族时尚品牌EP YAYING雅莹担纲开幕大秀。

“雅莹希望以时装为媒介,传递东方时尚叙事。”雅莹集团董事长、总裁张华明介绍,本次开幕大秀将以“雅莹·上海”为主题,融合非遗技艺与前沿科技,通过“雅境”“雅乐”“雅行”三大篇章演绎上海城市脉络与江南文化基因。以此次大秀为起点,今后雅莹还将着力建设上海总部,作为品牌文化枢纽,承载创意发布、品牌塑造、人才培育和跨界合作的重任,推动上海时尚产业的发展。

作为2025秋冬上海时装周的压轴之作,耐克将以跑步和田径运动中女性展现的力量为灵感呈现“Victory Lap 领跑之秀”,汇集专业运动员、时尚设计师及新锐

偶像,以设计语言解构运动精神,从赛场跨界到秀场,以沉浸式声光秀场重塑运动时尚浪潮。耐克大中华区女子类别市场高级总监董涛表示,耐克与上海时装周双向奔赴,希望不仅能在上海时装周上展示最新产品,展现运动魅力,也能为时尚界提供更多灵感。

本季上海时装周有哪些新面孔?记者从昨天的发布会上获悉,包括意大利的Lorena Antoniazzi、越南的LSOUL、英国高端礼服品牌MARCHESA、美国设计师品牌Auteur等海外品牌以及香港文创新派华服品牌Sparkle by Karen Chan和颇受明星青睐的AS Dalio等品牌都将首次登陆新天地秀场。

迪士尼中国将携手10家本土品牌亮相秋冬时装周。华特迪士尼公司亚太区产品开发及设计部副总裁林丽真介绍,以“玩心无限”(Toy Story: 30 Years and Beyond)为主题,迪士尼将首次呈现以《玩具总动员》为灵感的时装秀。3月28日至4月8日期间,不同主题的时装展示先后在上海张园W4馆

开放,部分秀场作品限时展出;现场更特别设立快闪店,提供各类周边产品。

科技力量融入T台,2025秋冬上海时装周以新质触达时尚未来。除了宇树人形机器人G1,NMTG与艺术家将合作推出赛博马艺术装置,探索人机互动的前卫表达。先锋时装品牌BillionDevon则将运用VR技术构建未来浪漫主义世界观。

走过二十余年,上海时装周之于城市的意义早已超过一场时尚盛会,它更是一次城市能级的巅峰呈现。在这里,文化遗产与科技创新的碰撞催生首秀爆款,本土情怀与国际视野的交融定义首展坐标,消费活力与产业升级的共振激活首发新范式。

从中国设计全球首秀,到国际品牌首展落地,上海时装周正以“首发力”重构时尚话语权——当全球创意在此汇集,世界潮流风向便在此定调。市商务委员会副主任、一级巡视员刘敏表示,期待更多品牌从首发活动、首秀发布起步,在上海开设首店,未来扎根上海设立总部,进一步走向世界,取得更大发展。