



排队、等号、品春味……沪上老牌饭店迎来大客流

餐饮消费券带火假期“舌尖经济”

春风和煦，草木吐新，唤醒春日消费。正值清明小长假，市民游客“春日有约”，除了走出家门赏花踏青，亲朋小聚品尝春菜也是热门活动。加上4月“乐品上海”餐饮消费券已经可以核销，摇中号的幸运者出去吃一顿的热情更是高涨，带假假期餐饮热度节节攀升。

特色餐饮排长队

清明假期首日，上海各大商圈人气满满，老牌餐饮企业迎来大客流。

“午市晚市全部翻台三遍，估计假期三天都要排队。”杏花楼黄河路店的店长孔海明告诉记者，10时许就有客人开始领号排队，因为是节假日，晚市人气也很旺，没多久大堂

就全部坐满了。

“我们是从小人民公园一路走过来的，吃好午饭继续兜马路。”市民陈小姐带着父母一起来吃饭，想要尝一尝虾饺皇、马蹄糕等粤式点心。“我平时工作比较忙，趁着假期天气好，全家人一起出来，走走逛逛吃吃美食。”正是万物更新的季节，春菜应季上市，成为每桌必点的爆款。“香椿头绣球包和百花虾胶酿春笋，一冷一热，最受欢迎。特别是香椿头，错过等一年。”孔海明说，上海人爱尝鲜，时令新菜一登场就成了新宠。

宜动宜静、风景绝佳的徐汇滨江，也吸引了大批市民游客拥抱春日慢时光，周边餐饮企业因此人气

爆棚。徐汇绿地缤纷城里的百莲春保罗主打本帮菜，小长假三天包房都已订满，昨天中午大堂等座的顾客更是排到14时以后。“从绿地缤纷城走到徐汇滨江，只要几分钟。”饭店负责人表示，节假日只要天气好顾客就不会少。

“我们厨师团队是保罗酒楼过去的班底，所以有现划响油鳝丝、老上海黑椒牛排、菠萝栗子沙拉等好几道经典菜，很受上海食客喜爱。最近推出的冬去春来饭、荠菜春笋汤圆等，也是家庭聚餐时老少咸宜的口味。”

消费券消费更乐惠

4月1日至4月30日，2025年第

二轮“乐品上海”餐饮消费券可以核销。使用范围涵盖各地特色菜系、国际美食以及甜品饮品等，品类丰富，满足不同消费者的口味需求。

“黄河路店的粤式茶点调整价格后，叉烧包等多款点心低至9.9元一份，所以大堂人均消费不高，用餐饮消费券的市民不多，但最近用券买青团的情况不少。”孔海明说，杏花楼咸蛋黄肉松青团一盒6只55元，很多市民一买就是6盒，用上一张“满300元减90”的消费券，自己只要支付240元，相当于打了七二折。

在百莲春保罗，10桌消费者中大概有一两桌会拿出餐饮消费券结账。“昨天中午我在收银台观察了一会儿，好几桌客人都是摇中餐饮消

费券的，300元、500元、1000元各个档次都有。”饭店负责人表示，店里人均消费在80元到100元之间，节假日亲友小聚，用券的消费者明显增多。

张女士幸运中签一张“满1000减400”的乐品上海餐饮消费券，正好家中有人要过生日，比几家饭店后，选定了可以用券的上海1号私藏菜，生日宴套餐3588元一桌。“除了几道传统名菜和招牌菜，套餐里还有帝王蟹、波士顿龙虾、墨汁鲍鱼等硬菜，全家人都吃得很满意。”她说，高性价比的套餐组合叠加消费券的优惠，既满足了味蕾，又享受了实惠，“乐惠得不得了”。

本报记者 张钰芸

新消费 申活力

街区观察

本报记者 解敏

长寿路以南、西康路以西，由百年石库门里弄改造的鸿寿坊，成为近年来“小而美”城市更新模式的典范。鱼骨状里弄的青砖灰瓦间镶嵌着70多家店铺，餐饮占比80%以上。“日咖夜酒”的精致烟火气注入老建筑血脉，晨起买菜的阿姨与夜酌微醺的年轻人共享同一片天空。



假期里的鸿寿坊人气颇高

本报记者 萧君玮 摄

长寿街区重塑苏河畔消费地标

一处更新带动一片焕新

新晋网红

自2023年9月开业以来，鸿寿坊以1.5万平方米的空间实现了日均客流超2.7万、年接待量逾千万人次的“网红”效应。消费潜力不断激发，创意活动覆盖全年，不仅提升了整个街区的流量，也成为普陀区乃至整个上海“城市更新+业态焕新”的标杆。

以鸿寿坊为“活力原点”，人气和流量沿长寿路不断延展，各种丰富的活动不断聚集、引流，带动周边商业体乘势而上。去年夏天，一度沉寂的亚新生活广场通过重新定位、招商，采用“白天银发经济+晚上夜经济”的分层策略，重燃“市井烟火气”；一路之隔的189广场主打“亲子牌”；旭辉里则发挥出地铁上盖的优势……附近居民惊喜地发现，以前那条热闹的长寿路又回来了。

“长寿街区从来不缺客流。”街道办事处副主任郭民乐说，“鸿寿坊的出圈，证明消费客群有能力承接更精致、更现代的商业场景。”如今的长寿路正从“单点引爆”转向“全域焕新”。“我们希望每个商业体都有自己的特色IP，错位招商、优势互补，更好地串珠成链，出圈、破圈、成圈。”

首店磁场

长寿路北面，两处有着近百年历史的旧里弄建筑群近期焕新登场。几年前，统益里和泰来坊的居民通过旧改征收实现了居住品质的跃升。如今这两处相距不到300米的地块更新改造后，既保留昔日印记，又注入现代活力——

充满海派氛围的昔步·统益里，集文化艺术、餐饮、零售、复合创意办公等多元功能于一体，开业3个月来，入驻店铺中，区域首店比例达100%，全市首店比例超过五成。入口处，一把巨大的户外椅引人注目，红色枫叶涂装，让人感受到加拿大品牌Venque的活力。第七届进博会期间，这家店签约入驻统益里，成为品牌的上海首店。两层楼的空间，各种户外运动产品琳琅满目。餐饮方面，以西餐、咖啡、洋酒为主的Sbrunch&Bar首店、港式点心、火浪概念烤肉店等精品餐饮，对年轻客群很有吸引力。

曾在泰来坊住了大半辈子的李阿姨近日路过澳门路江宁路，在修葺一新的MOXY酒店外驻足良久，“过去我们一家三代人挤在10平方米的灶披间，现在变成酒店大堂了！”今天的泰来坊变身万豪集团旗下的MOXY酒店，本月开始试营业。这也是万豪集团今年在沪开业的首家门店。

酒店还原里弄结构，内部装饰融入了大量工业风涂鸦，悬垂的轴承、自行车轮胎、蒲扇、啤酒瓶，是对普陀沿苏州河老工业区的致敬与回望。酒店共有92间客房，基础房型600—700元/晚。一楼部分客房有庭院，顶楼部分房型1比1还原老虎窗结构。总经理王东东说：“酒店距离上海火车站约1.4公里，步行可达地铁站及街区各商业体。开业后，有望成为游客入沪第一站。”

宠物友好

“人宠双向友好”是长寿街区的关键词。除了鸿寿坊、旭辉里，MOXY酒店专辟“宠物友好”房，“毛孩子”可以随主人一起入住。统益里则引入了宠物消费品牌Wagtopia的中国首店，既可以烘焙宠物零食、提供洗护服务，也是宠物们的社交场所。在Wagtopia首席运营官安宇看来，统益里打破传统购物中心的“盒式”结构，为消费者创造了新的体验。店铺户外空间可举办各种活动，如晨间遛狗、宠物生日派对、教育工作坊等。又因毗邻长寿公园，每天吸引众多携宠爱宠人士前来，既可放松休闲，也能帮助宠物主人更好地了解照顾自己的爱宠。

“宠物友好是我们商业模式的核心，很高兴能在上海看到越来越多的社区积极拥抱宠物友好理念。这一趋势正推动着宠物行业快速发展。”安宇表示。

精准服务

在长寿街区“首店磁场效应”的背后是一套精准的营商服务组合拳，为商户装修备案、证照审批、外摆经营、活动策划等提供全面保障，同时协调解决招商引资中的各类急难愁盼。

许多园区企业曾通过街道搭建的政企沟通平台获得供需对接、诉求协商、政策解读等服务。“借鉴这样的成功经验，我们也计划为区域内的商业体搭平台。”郭民乐说。

老街坊拎着菜篮在零包装超市精挑细选，年轻白领在宠物集合店为“毛孩子”挑选定制蛋糕，游客举着咖啡来苏州河畔打卡——不同年龄、不同需求的群体，在这里都能找到属于自己的消费场景。跨越世纪的长寿路，正用“新旧共生的烟火气”重塑苏河畔的消费新地标。

新民随笔

乡野「挑」出马兰头

王蔚

“离离离草自成丛，过眼儿童采撷空。不知马兰入晨俎，何似燕麦摇春风。”这是陆游描绘的春日挑马兰头情景。

一个“挑”字足以说明马兰头的野性——野到在田野、河堤和山坡都能随处生长，野到春暖花开时节，当你走过乡间小石缝、田埂草丛，它正在阳光下微笑呢。只要弯下腰去挑，它就会成为你的盘中佳肴。

都市人是有口福的，正在大量上市的马兰头，满身裹着泥土气将春天送到千家万户。它不仅营养丰富，还有消积食和清热解毒等功效。清代文学家袁枚在《随园食单》里写道：“马兰摘取嫩者，醋合笋拌食，油腻后食之，可以醒脾。”

“马兰气香，可作蔬。”民间历来将马兰头视作春日时鲜菜。人们爱吃凉拌马兰头，或用马兰头包馄饨、做菜包子，就是为了品味它独有的乡野气香。汪曾祺用《故乡的食物》细述如何制作马兰头拌豆腐干，认为这就是江南人的味觉乡愁。难怪百姓中流传着各种为之点赞的俗语：“马兰头，浇麻油，吃一口，想三口”“开春不食马兰头，你都不懂春的鲜”……

在上海崇明等地郊区，农家喜欢把马兰头叫作“螃蜞头草”，分红梗和青梗两种，焯过水晒干后就成了螃蜞头干。周末去郊外踏青，不难看到在路边兜售螃蜞头干的阿婆。吃多了梅干菜烧肉，不妨换成用马兰头干烧五花肉，烹饪手法大同小异，但后者的香气更足，口感也更鲜嫩。我还喜欢清炒马兰头，只需素油、盐和稍许白糖，没必要加蒜泥或腐乳汁，用旺火急炒而成，吃一口在嘴里，那种原始的气香、清香和幽香，仿佛会在舌尖徘徊许久。

马兰头从田间野菜变成时令珍馐，不正表明哪怕现代化的步伐再快，对大自然的归属感和憧憬始终是人心生生不息的情结吗？



改造后的泰来坊 本报记者 张龙 摄