

夏日荡马路，哪个街区最「好吃」

上海八大特色餐饮集聚街区邀你来打分

本报讯(通讯员 闫锦 记者 张钰芸)缤纷美食来“炸街”，哪个街区最“好吃”？日前，“2025上海特色街区美食缤纷季”活动在EKA·天物启动。即日起至6月29日，上海八大特色街区以“美食+”串联各类消费场景，文旅商体展联动，推出各种特色IP活动，为市民精心打造“舌尖上的特色街区”。

去年10月，上海市商务委开始在全市培育建设特色餐饮集聚街区，首批入选的有丰盛里、大学路美食街、老外街、EKA·天物、新天地、愚园艺术生活街区、七宝古镇、南翔老街8个街区。为发挥街区的市场影响力，推动餐饮消费业态、模式和场景创新，这次活动就在这八大街区举办。

■ 大学路美食街 即日起至6月30日，联动20家餐饮品牌举办毕业缤纷季活动，推出学生证专属套餐叠加银联云闪付折扣，设置毕业记忆打卡点、主厨课堂等，与师生互动，打造集美食优惠、文化体验于一体的毕业季盛宴。

■ 愚园艺术生活街区 本月推出“喜羊羊与灰太狼泡泡派对+夏季野餐派对”活动，包括葡萄酒品鉴会、户外电影、草地瑜伽、特色美食、啤酒畅饮等，邀市民游客共享初夏潮玩盛宴。

■ 新天地 6月20日至22日将举办“港式风情新天地碰头”活动，联合香港商会、酒友好市及酒神计划共同打造“港式风情市集”，以“老字号+新业态”的创新形式，展开一场双城文化对话。

■ 老外街 举行墨西哥文化狂欢节，包括传统墨西哥表演、美食市集、手工作坊三大特色板块，搭配墨西哥亡灵节主题彩绘、儿童皮纳塔游戏等互动体验，通过音乐舞蹈、美食美酒、民俗工艺的立体呈现，打造沪上首个沉浸式墨西哥文化嘉年华。

■ 七宝古镇 “非遗寻踪·食韵夜市”集赏花巡游、非遗手作、风味市集于一体，游客不仅可以品鉴七宝汤团、方糕等非遗美食，还能听评弹、学香道，参与沉香咖啡DIY。夜市特设沿河美食排档，结合“乐live”演出，以国潮元素串联古今食艺，打造跨越时空的味觉盛宴。

■ 南翔老街 9月底到10月将举行南翔国潮大会暨第十九届南翔小笼文化展，在人民街特设百桌长街宴，荟萃知名小笼品牌现场烹制，联动餐饮商家推出特色美食市集，同时配套舞狮、武术、民乐等非遗表演。

■ EKA·天物 6月13日至15日的“100+天物好市”活动，将汇聚100+全国特色美食、独立设计师及生活方式品牌，通过互动装置串联街区商家，融合咖啡美酒品鉴、创意手作体验，结合线上线下全渠道传播，强化其“都市美学人文生活街区”定位。

■ 丰盛里 举办“樱桃小丸子+书法展”，将“童趣+墨韵”文化融入美食特色街区。樱桃小丸子35周年生日会带来主题市集、限定咖啡厅及童年美食盛宴，童衍方师生书法展将传统书法融入石库门建筑，通过商户联动诗词扇面等创新形式，构建“餐饮+文化”消费新场景。

为进一步激活消费潜力，中国银联上海分公司联合八大街区180余家餐饮企业，在活动期间推出用云闪付折扣、消费券大放送活动，消费券有满50减10、满100减20、满200减40三种面额，从本月中旬开始发放，将持续至10月31日。

刚需和改善型需求持续释放

5月上海一二手房成交同比增17%

本报讯(记者 杨玉红)今年以来，上海房地产市场延续回稳向好趋势，从年初“淡季不淡”开局到“金三银四”的“小阳春”行情，市场活跃度持续。记者近日从市房地产交易中心获悉，今年5月份，上海房地产市场保持平稳运行，一二手房成交量同比双增长，价格指数总体趋稳，进一步巩固了全年“量升价稳”的基调。

数据显示，5月份上海一二手房合计成交223万平方米，同比增长17%。

■ 一手住房市场热度持续 成交面积62万平方米，同比增长24%。新开盘项目认购表现稳健，5月共有37个项目入市，外环内18个项目中12个认购比超过1，核心区域楼盘仍受市场青睐；在售项目去化效率提升，日均成交面积同比增加30%，市场需求释放均衡。

■ 二手房交易创近三年同期新高 成交面积161万平方米(1.9万套)，同比增长14%，为2022年以来同期最高值。自2024年10月起，成交量连续8个月突破1.5万套的“荣枯线”，单月成交同比连续正增长，说明市场流通性显著增强。

从价格走势看，上海房地产市场呈现“稳中有升”特征。

■ 一手住房价格稳中有涨 今年1—4月价格指数累计上涨2.0%，环比延续上涨态势，核心地段改善型项目价格支撑力较强，市场对高品质房源的认可度持续提升。

■ 二手房价格触底回升 年初受春节假期影响，1、2月份价格指数环比分别上涨0.4%和下跌0.4%；随着“小阳春”行情推动，3、4月份价格指数环比分别上涨0.4%和0.1%，价格波动收窄，市场逐步回归理性。

数据显示，今年1—5月，上海房地产市场“量升价稳”特征凸显。

■ 成交量大幅提升 一手住房累计成交266万平方米，同比增长9%；二手房成交828万平方米，同比增幅达38%；一二手房合计成交1094万平方米，同比增长30%，反映出刚需和改善型需求持续释放，市场活跃度较去年同期显著提升。

■ 价格走势保持平稳 一手房价格指数累计上涨2.0%，二手房累计上涨0.5%，价格波动控制在合理区间，体现出“房住不炒”定位下市场的健康发展态势。

当前，上海房地产市场呈现两大特点：一是核心区域新房认购热度较高，改善型需求主导市场；二是二手房交易持续活跃，刚需置换链条进一步打通。上海易居房地产研究院副院长严跃进认为，随着城市更新政策深化、区域配套设施完善，以及信贷环境保持宽松，上海房地产市场有望延续平稳运行态势。

世纪联华鲁班店 永辉嘉定宝龙店

老店新开，商品服务都不一样了

赶在端午小长假之前，申城又一批连锁超市完成调改，以全新面貌迎接消费者。5月30日，扎根打浦桥20年的“老牌超市”，上海世纪联华鲁班店历经百日焕新后回归，首次召集“潮银俱乐部”成员来做社区体验官；前一天，永辉超市上海嘉定首店，也是上海第6家学习胖东来模式调改的门店——嘉定宝龙店焕新开业。老店新开有哪些亮点？又将如何激活区域消费潜力？



永辉嘉定宝龙店的外贸商品专区



世纪联华鲁班店的自有品牌

本报记者 张钰芸 摄

引入更多自有品牌

中环店验证可行性，鲁班店探索创新力。在世纪联华中环店调改大半年后，世纪联华鲁班店继续探索城市社区商业的转型发展：一方面强化供应链优势和本地化运营，满足社区高频需求；另一方面推出“潮银俱乐部”，精准匹配银发需求，打造“15分钟银龄品质生活圈”。

昨天上午，记者在世纪联华鲁班店看到，生鲜区、烘焙区、熟食区都聚集着不少消费者，三文鱼、牛排、面包、榴莲、椰子汁、啤酒，都是购物车里的热门款。“调改后店里商品数量减少到8000多个，

经营面积少了一个楼层，集中在二楼。我们在数量上做‘减法’，品质上做加法。”上海世纪联华常务副总孙权表示，在淘汰低效同质化商品之后，鲁班店挖掘了更多健康国民好品牌，引入了更多联华自有品牌。

除了牛肉品牌“八百里牛”、烘焙品牌“麦丝瑞可”外，世纪联华的自有品牌还有食品“优鲜”、洗化“Tasy她树”、居家百货“一番良品”和生鲜“农华”等系列。以“优鲜”为例，时下消费者喜爱的椰汁水、茅根竹蔗水、NFC100%桑葚汁等，都是全新上市。

“根据开业前的消费者调查，我们还

新引入了500多款深受市民喜爱的经典沪上优品，例如老字号胡庆余堂、海狮、寿仙谷等。”孙权说，为增加逛超市的体验感，新店强化了试吃试用等服务，不仅可以品尝各种食品，还能体验理发染发等服务。

鲁班店推出的“潮银俱乐部”，是为50+人群打造的社区服务枢纽，时尚又实用。“新一代银发族要的不只是优惠，更是品质生活与社交认同。”为此，“潮银俱乐部”请社区居民来当“健康官、快乐官、价格官、好物官”。

“比如，你是成分党就可以担任‘健康官’，向超市建议引进哪些配方纯净的产品。如果你对价格很敏感，就可以告诉我们，谁家的产品价格比我们更低。”孙权说，这样可以增加消费者的参与感，还能做到为他们“直采”。

场景服务全面升级

作为上海嘉定首家学习“胖东来模式”调改店，永辉超市嘉定宝龙店的升级历时35天，5月29日正式开门营业。在商品方面，调改店全面对标胖东来——下架6846件单品，淘汰率57.7%；新增3862件商品，新增率为43.5%，商品结构达到胖东来标准的80%，进口商品占比提升至20%，烘焙、熟食等鲜食比例从3%跃升至11%。

生鲜板块升级显著，构建起“地标+有机+定制”矩阵，引入崇明特色蔬菜、盐池滩羊、潮汕风味牛肉等产品，新增土猪肉、进口牛肉。烘焙区多款明星产品禁用反式脂肪酸，熟食工坊引入胖东来同款甜肠、麻辣牛肉条。外贸商品专区则上线了4个品牌13款外贸商品，包括牙线、鱼罐头、橄榄油、饼干等。

不仅商品焕然一新，场景与服务也彰显对消费者的关怀。门店拓宽过道，取消强制动线，货架高度从2.4米降至1.6米，购物空间更加通透；海鲜区提供活鱼切片、打氧保鲜服务，肉禽区提供切丝、剔骨、绞肉服务，食品货架悬挂放大镜，连卷袋旁配湿手器，细节满满。

嘉定区商务委员会主任陈焯表示：“永辉嘉定宝龙店的创新升级，是政企联动促进商业能级提升的嘉定实践。我们希望永辉的示范效应带动更多商超品质升级，进一步辐射北部农村和工业园区等商业薄弱地区，那里的人群同样需要优质商品和服务。”

本报记者 张钰芸