申观察

南京路 走向『二次元』繁花之路

老街新业有了『合规指引』『五五高手』坚持特色经营

本报记者 **姚丽萍**

两枚徽章,一枚是团徽,一枚是动画《哪吒2》里的南海龙王敖闰,一并别在00后胡跃荣胸前,看上去竟毫无违和感,甚至很是相得益彰。

胡跃荣是一名“二次元”从业者,现任新世界城FUN肆街区营业部主管。2025年“五五购物节”落幕之际,他在南京路一年一度的“五五营销大赛”上脱颖而出。

与“五五购物节”同龄的“五五营销大赛”上,各路“销冠”齐聚,生动演绎当下南京路的商业主题、消费倾向,更透露了最先锋的营销逻辑和繁荣密码。南京路——这条最富魔力的百年商业街,又将如何成就“二次元”的繁花之路?

■ 年轻人在新世界城FUN肆街区选购心仪的“谷子”

本版摄影 本报记者 **周馨**

焕新 传统百货设FUN肆街区

一年半前,从上海音乐学院毕业的胡跃荣入职新世界城FUN肆街区。当时,眼前的场景让他看不懂——新世界城大门外,大群粉丝在排队,绕楼两三圈再通过大楼消防楼梯依次有序进入FUN肆街区新品发布现场,当天总计入场1200多人。

FUN肆街区“魔力”大。2023年6月,新世界城FUN肆街区诞生。目前,二次元业态已扩展到商场4楼、8楼和11楼,经营面积达2万余平方米,集合各种二次元业态及衍生业态,更拥有上海零售商业体中最大面积的二次元策展场地。

在这里,有“Capcom(喀普康)中心”“光荣特库摩中心”等一批全国首店,也有潮玩星球全国2.0形象店、三丽鸥Sanrio Gift Gate形象店为代表的泛二次元头部品牌,还有“新铛集”自营店,与周边商场形成品牌差异化运营。此外,全年20多场独家首发快闪店及大型策展穿插其间,柯南30周年展、天官赐福全国首展吸引大量精准目标消费者。

这个街区还拥有强大的社交属性。这里为消费者提供场地,用于快闪活动、随机宅舞、竞技卡牌对战。无论是Cosplay、汉服巡游,还是仲夏霓裳夜歌舞晚会,都能让粉丝们在场景活动中参与社交、分享互动,激发创作灵感。这里已是二次元爱好者的社交聚集地,也因此衍生出新职业,比如“毛娘”和“妆娘”——粉丝要装扮成自己喜爱的二次元形象,就要化妆,“毛娘”专门做头发、“妆娘”专管化妆;粉丝对复刻形象的细节逼真程度要求之高,几近“强迫症”,“毛娘”和“妆娘”的专业要求之高,实在不是局外人所能想象。

FUN肆街区是传统百货向年轻化业态转型升级的一次成功尝试,已成为百货零售局部创新业态的领跑者,2024年度销售额达到1.2亿元,较2021年和2023年分别上升115%和56%。

街区里一直占据榜首的销量冠军是谁?答案是50岁的Hello Kitty!粉粉嫩嫩、圆圆润润,它几乎是全年龄段女性消费者的最爱。有趣的是,在FUN肆街区,竟看不到时下最火的Labubu店铺,只有一只小型POP MART售货机。“精准定位、错位竞争,就是FUN肆街区的经营之道。”新世界城商场第三党支部书记蒋志征说,南京路上有百联ZX、世茂、一百……诸多同行都在经营二次元,但大家决不会见到一个产品好卖就一哄而上,坚持特色才会百花齐放。事实上,目前新世界城商场和百联ZX的二次元商品差异率已达90%。

规范 成就产业链“一树繁花”

二次元,究竟是什么?“南金东箭”曾经为此困惑。“南金东箭”,一个冷门成语,指“优秀人才”。黄浦区市场监管局南京东路市场监管所所长金春靓拿来做微信名,很有些“二次元气质”。如今,他本人已是南京路上二次元经济的一线观察者、规范者。

今年3月,“诚信促消费·维权提信心·共筑满意消费环境——3·15主题宣传活动”在南京路世纪广场拉开帷幕,黄浦区发布全市首个“二次元衍生商品和服务经营合规指引”,支持规范二次元新业态,推动企业诚信经营,拉动内需提振消费。这个合规指引,正是从全国市场监管系统先进集体——黄浦区市场监管局南京东路市场监管所萌芽的。在尝试拟定合规指引前,80后金春靓和同事们请行家来上了三堂课,让“二次元”不再是雾里看花。

二次元衍生商品和服务是什么?是基于动画、漫画、游戏、轻小说等二维文化内容开发的周边产品、运营和组织各类二次元衍生商品销售活动的相关服务。比如,在主题快闪活动、二次元主题店、主题餐饮、电商、直播带货、动漫展等场景下的经营活动。

近年来,二次元产业快速发展,用户群体持续增长,受到不少年轻消费者青睐。同时,虚假宣传、商业混淆、不正当竞争时有发生,各类消费纠纷显著增长。为此,黄浦市场监管局深入调研制定合规指引,帮助企业分清责任边界、规避经营风险,推动市场从“野蛮生长”转向“有序繁荣”。

黄浦区市场监管部门统计显示,2024年涉及二次元领域消费者投诉中企业不按约定时间发货、无故拖延或无理由拒绝履行三包义务、售后服务不到位占投诉总量的一半以上。为此,合规指引对企业“预售管理”专设条款予以规制,鼓励经营者开发可供消费者查询商品或服务实时状态的小程序、App、网页等线上平台,并自觉接受监督。“合规指引规范试行3个多月来,此类投诉纠纷大幅减少。”金春靓说。更重要的是,合规指引鼓励经营者加强产品和服务创新、知识产权运用,积极开展商标注册、专利申请、数据产品知识产权登记。经营者应加强对授权生产、授权使用等行为的规范,明确授权时间、范围、内容、方式等,需要使用他人知识产权的,应当依法取得授权。

这个合规指引之所以出台,关键动因是,世界百年未有之大变局,百年南京路也遇到了。如今,银发经济已成蓝海,南京路有了新身份——乐龄时尚消费街区;同时,二次元也在此间蓬勃生长。事实上,二次元并非另类、边缘或者亚文化,未来一定是“全民二次元”。像众多80后一样,金春靓小时候看动漫,常常会被父母限制,而今他从不禁止自己的孩子看动漫;更有趣的是,已步入老年的父母更是手机不离手、小视频不离眼。而且,以动画片《哪吒》为代表的二次元作品全球传播创造的经济价值、彰显的文化自信,更让人们看见了二次元的巨大能量。

或许,三五年内,中华商业第一街就会成为引领二次元经济的风向标——不单单是产品零售“一枝独秀”,而是产业链“一树繁花”,从拥有自主知识产权的产品研发、生产加工、新品发布到线上线下销售、展览展示,聚集起完整的“一条龙”产业链。

“合规是企业发展的生命线,消费是区域繁荣的动力源。推动产业升级、保障优质供给、优化消费环境,让消费者在南京路上敢消费、愿消费、放心消费,成就二次元经济的繁花之路,是方向更是使命。”金春靓说。

■ 三丽鸥店内,卡通玩偶琳琅满目

激励 建南京路未来新世界

00后胡跃荣佩戴的两枚徽章,一枚是责任使命,一枚是职业志趣,这让他在“五五营销大赛”上引人注目。今年,“五五营销大赛”已满5岁。2021年以来,南京东路街道连续举办“五五购物节”南京路商圈营销技能赛,溢出效应不断叠加。第一百货、永安百货、时装公司、新世界城、宝大祥、来福士广场、泰康食品、稻香村……营销行家们层层比拼,走进总决赛的都是“五五高手”。

百年南京路,申城现代商业文明的肇始之地。“五五高手”们以赛促训、以赛促学,通过大赛历练技能,让职业技能、营销业绩双提升,一批批优秀营销团队和营销能手,成为南京路上服务商圈、引领消费的新生代。

历数“五五高手”,不能少了新世界城新铛集。新铛集,是集合蜡笔小新和叮当猫的专卖店。去年“五五购物节”期间,新铛集的销售额增长40%,店内消费者覆盖男女老少。销量增长的一个原因,就是产品研发的丰富多元满足了消费者的心理需求和实用需求,无论是巨大抱枕“蓝胖子”,还是机器猫磁悬浮小夜灯,一个个轻松解压、养眼好看并且够实用。“五五营销大赛”不只是各类新产品的推介大会,更衍生出诸多营销创意。比如,12万平方米百货大楼可以“兼任”大型剧本杀剧场,顾客进入商场尝试各种角色,过足戏瘾。这个创意来自南京路第一百货的“五五高手”。商场营销第一要务是引流,人来了,才可能有消费。既然剧本杀受到众多消费群体的喜爱,那就为他们提供机会,既满足需求也引领需求。

一个半世纪以来,中国许多体现摩登、引领潮流的现代化市政设施,都起始于南京路。中国最早的煤气灯、电灯,从这里开始;中国最早的铁藜木路、有轨电车、自动扶梯,从这里开始;中国最早的霓虹灯、摩天楼、大型综合游乐场,从这里开始。这里,充满生机和想象力,“魔都”之魔,可以在南京路的历史中寻找答案。

历史与传统,始终是沉淀在南京路商业文化中的财富。新生代对历史与传统的深度发掘,并因“五五营销大赛”灵感迸发、展现才华,再将创意应用于品牌文化的传承与弘扬,也正是大赛的核心价值。

今天,南京路商圈市场营销劳动技能大赛,究竟为何令“五五高手”们格外青睐?因为,“五五营销大赛”为他们提供了一个机会——用时下的商业逻辑解读魔都的繁荣密码,创造南京路的未来新世界,那是站在商业巨人肩膀上打拼出的繁荣新世界。

当“全民二次元”已是未来潮流,让南京路成为中国二次元经济的风向标,成就二次元的一路繁花,对所有“五五高手”而言,参与创造,与有荣焉!