

老菜场

既要当『网红』更要当『心头好』



改造升级老菜场，如何精准把握“传统与创新”“烟火气与精致感”“公益性与商业化”的平衡？昨天下午，上海市副食品行业协会组织召开标准化菜市场提质建设经验交流会，来自全市各菜市场的“场长”带着鲜活的实践案例，现场分享了在市场建设、业态布局、经营招商、管理创新、便民服务、政企联动等方面的实效经验，让这场交流会充满“烟火气”与“干货感”。

兼具“温度”与“热闹”

乌中市集坐落在衡复历史文化风貌区最浓密的梧桐树荫下，墨绿色的外墙、复古的马赛克瓷砖、精致的拱形门廊、圆润的弧形窗户，一踏入这里，仿佛瞬间走进张爱玲笔下细腻雅致的小说场景。“每到周末，市集里满是打扮时髦的年轻人，他们举着手机四处拍照打卡，还有不少外国游客穿梭其中，沉浸式感受上海的市井烟火。”乌中市集负责人刘梅介绍，PRADA、祖·玛珑、亨氏等知名品牌曾先后在这里开展快闪活动，让传统菜市场的市井文化与现代潮流文化碰撞出奇妙火花。而2019年翻新后的高颜值，正是乌中市集成为“网红菜场”的关键密码。

除了靠“颜值”出圈，老菜场翻红还有哪些“秘诀”？8000平方米的上钢集贸市场，论外观不算出众，但这里的“温度”与“热闹”却让人印象深刻。“我们市场周边社区老龄化程度高，不少六层公房没有电梯，老人买菜很不方便。”市场负责人胡海波说，为此推出“红润管家”服务，“只要老人们打个电话，说清想要的菜，‘红润管家’就会帮忙挑好、买好，送货上门。”如今，“红润管家”的服务早已不止于代买蔬菜，还拓展到生活用品代购、便民服务代办等，今年更计划正式推出陪诊服务，截至目前已累计完成服务7万余次，成了老人们的“贴心帮手”。

去年4月，上钢集贸市场还被纳入邮轮客上海特色旅游线路，双语服务、热情摊主、浓厚市井氛围，让它成了外国游客喜爱的“烟火气新地标”。“得知纳入旅游线路，短短几天就增设了56处中英文标识。”胡海波回忆道，更让人暖心的是摊主们的主动参与：卖葱姜的周阿婆特意学了“Welcome to Shanghai”，见到外国游客就热情打招呼；水产摊位的老张每天仔细清洁摊位，生怕影响游客体验；水果摊的小王还自己制作了英文价签，方便游客挑选。“这就是国际化上海的烟火气，接地气又有温度。”

打造多元消费场景

老菜场既要当“网红”，更要做老百姓满意的“心头好”。今年7月全新开业的书房市集，秉持“保留老商户、优选新商户”的原则精准招商。内场40个摊位涵盖蔬菜、猪肉、牛羊肉、水产等基础食材全品类，稳稳留住老顾客；外场30个商铺则引入肯德基、Manner咖啡等知名连锁餐饮品牌，打造多元消费场景，成功吸引年轻群体。开业首月，老商户“光头平价海鲜”销售额比改建前增长45%，向天鹅、蔡小七等熟食店日均销售额超万元，肯德基更是日均接待客流超1000人次，实现了“老客不丢、新客常来”的经济效益丰收。

永昌集市泰山店在“智慧化”上做文章，加速推进智慧市场建设。AI智慧秤精准称重、客流分析仪实时监测人流……一系列先进软硬件的引入，再加上互联网大数据的助力，不仅让消费者买菜更便捷舒心，更提升了市场管理效率。宁家·黄山市集以惠民经营为亮点，精准对接居民实际需求。现炒餐饮区推出“3菜+饭汤”10元套餐，实惠又管饱；理发店针对55岁以上群体推出10元理发服务，解决老人“理发难、理发贵”问题；面馆凭老年卡可享8.8折优惠，细节处尽显暖心。最受欢迎的还要数平价菜摊位，依靠商务委专项补贴与市集额外40%租金补贴的“双重支持”，每天保持10个品种以上平价菜供应，售价始终低于周边市场均价，日均销售额轻松达到上万元。

今年以来，作为菜市场行业主管部门，市商务委聚焦品质消费、多元服务、环境提升等建设维度，全力打造以“生活+”为特色的功能多元菜市场。从建设“能买、能逛、能吃、能聊”的“邻里中心”式菜市场，到探索菜市场超市化改造，再到试点菜市场大摊位制，每一项举措都旨在把菜市场打造成融合民生保障、社区服务与商业创新的便民生活驿站。

本报记者 张钰芸 通讯员 闫锦

昨天下午，记者从2025年度人大代表集中视察“一江一河”活动获悉，“一江一河”岸线贯通里程已超过100公里。

近年来，市、区联手推动滨水公共空间促贯通、提品质、强功能，“一江一河”滨水区逐步成为贯彻落实人民城市重要理念的最佳实践区和示范样板区。

■ 还江还河于民，“生态之城”示范区初步成形

滨水区漫步、跑步、骑行等休闲道达到200多公里。儿童友好、宠物友好、无障碍区域范围持续扩大，形成了连续、共享、功能复合的蓝绿生态走廊、现代生活水岸。“一江一河”成为具有引领带动作用的宜居、宜业、宜游、宜乐世界级滨水区。

■ 汇聚核心产业，“创新之城”发展区初现蓝图

围绕“五个中心”核心功能承载，人工智能等先导产业不断汇聚。外滩-陆家嘴-北外滩-浦江金三角成为享誉海外的国际航运、金融中心。徐汇滨江推进西岸传媒港等七个百万级产业组团建设，构建起数字经济、文化创意、现代金融互为支撑的产业结构。“一江一河”滨水区初步形成了具有国际影响力的产业链集聚带、领军企业

总部集聚区，现代化国际大都市核心竞争力和全球影响力日益提升。

■ 实现开放共享，“人文之城”实践区初具规模

世界F1摩托艇锦标赛、极限运动世界巡回赛等重大赛事常态落户滨江，“一江一河”品牌赛事体系持续完善。上海旅游节、国际光影节等特色文旅活动频繁上演。水岸联动、城市漫步等各类旅游产品日趋丰富。今年国庆中秋假日期间，仅杨浦、虹口、黄浦、浦东、徐汇五区滨江累计接待游客超1200万人次。“一江一河”滨水区已经成为市民游客休憩放松、旅游打卡首选目的地。

■ 布局高端前沿，“未来之城”探索区初露端倪

杨浦滨江复兴岛全力打造量子城市时空创新基地，面向未来产业的闵行滨江“大零号湾”科技创新策源功能发展迅速，徐汇滨江“模速空间”大模型创新生态社区，成为国内人工智能高地之一。“一江一河”滨水区依托独有区位优势和资源禀赋，已经成为引领行业方向、代表时尚潮流、体验未来生活的首发首秀首展首选地。

本报记者 姚丽萍

新闻链接

“一江一河”四个发展阶段

>> 2002年至2010年的基础设施建设期

黄浦江两岸地区加快推动土地收储和基础设施建设。

>> 2011年至2017年的升级发展期

滨水公共空间建设驶入快车道，2017年底，实现从杨浦大桥到徐浦大桥45公里岸线基本贯通开放。

>> 2018年至2020年底的全面发展期

2020年底，苏州河实现中心城段42公里岸线基本贯通开放。“一江一河”实现了“工业锈带”向“生活秀带”“发展锈带”的转变。

>> 2021年至今的品质提升期

形成完整连续、舒适宜人、绿色生态的公共空间体系。

■ 夜幕降临，漫步苏州河

是不少市民的休闲选择

本报记者 刘歆 摄

建设最佳实践地 文明创建新作为

闵行奏响区域发展“协奏曲”

打造“文明朋友圈”品牌

在建设习近平文化思想最佳实践地的进程中，闵行区以“学思想 见行动”主题活动为引领，推动各级文明单位积极融入城区发展大局，将文明创建成果转化为服务群众、助力治理、促进和谐的生动实践，奏响了一曲共建共治共享的城区发展“协奏曲”。

共建共享聚合力，闵行区积极打造“文明朋友圈”品牌建设，推动政府、企业、社区协同发力。今年，闵行区动员区内30余家文明单位推出“共赴文明之约·共享幸福闵行”系列主题活动，涵盖文明互动、便民服务、非遗体

验、音乐沙龙等内容，让市民在家门口享受高品质精神文化生活。中建科工上海分公司发起的“追光小屋”项目，从企业志愿行动发展为上海市为民办实事项目，累计为244户困境未成年人改善居住学习环境，彰显企业责任与城市温度的深度融合。上海市闵行资产投资经营(集团)有限公司立足区属国企使命，将红色文化与双拥工作紧密结合，通过军地共建、精准服务退役军人等方式，打造爱国拥

军模范单位，形成“企业关爱、军人反哺”的良性互动。

除立足主责主业，各单位还把履行社会责任作为文明创建的着力点。上海航天设备制造总厂有限公司通过组建“信仰星空”青年宣讲团，用“中国航天精神”激励青少年仰望星空、脚踏实地；上海紫竹高新区(集团)有限公司成立志愿者联盟，开展科技暑托班和创新工坊等，将“芯片+人工智能”等前沿科技成

果转化为可触可感的教育内容，为青少年埋下崇尚科学、勇敢探索的种子。此外，在今年国庆中秋长假期间，新虹街道、复旦大学附属闵行医院、上海农商银行闵行支行等文明单位的志愿者，再次穿梭于虹桥交通枢纽，为往来旅客提供咨询引导与应急服务，传递着城市温度。面对节假日大客流及中国国际进口博览会等重大活动，全区文明单位积极响应号召，连续多年组织志愿者奔赴虹桥枢纽，累计服务时长超1.2万小时，服务旅客超10万人次，他们用热情与坚守，擦亮了城市文明的窗口。

未来，闵行区将持续发挥文明单位的示范引领作用，深化创建内涵，与城市发展同频共振，为建设更有温度、更具魅力的全国文明城区注入不竭动力。 本报记者 赵菊玲