

11月15日,曹杨商城闭店改造前的最后一个营业日。下午4时,商场内不少货架已清空,但并不冷清。一些老顾客专程赶来,并非为了“捡漏”,而是与相熟的营业员道别,再用手机拍下商场内最后的模样。

“我在曹杨住了这么多年,从小就喜欢跟爸妈来这里买东西。最喜欢商场的便民服务,裁缝铺、眼镜店、钟表维修……家里有什么东西坏了,第一个想到的就是来这里修。”居民李云云语气中满是不舍,“那家开了十多年的裁缝铺,老师傅的手艺我们都信得过;还有开了快三十年的珠宝改造行,帮多少老邻居修复过首饰……听说要改造了,心里真是舍不得,所以特地再来看看。但也盼着它焕然一新,变得更漂亮。”



曹杨商城启动改造前,不少老顾客赶来“道别”。本报记者 张龙 摄

73岁曹杨商城闭店改造 最后一个营业日不少顾客来道别 念它便民贴心 盼它升级焕新

闭店不打烊

始建于1952年的曹杨地区商业地标——曹杨商城,昨天启动为期18个月的焕新改造。不同于寻常的“关门谢客”,商场提出这次改造“闭店不打烊,焕新再出发”,力求在物理空间暂停营业的过渡期内,通过多元化服务保持与社区居民互动,为全新回归蓄力。

改造期间,商城将通过线上小程序、临时服务点等继续提供服务。曹杨影城一楼设立的顾客服务中心,将听取居民对改造的意见和建议,并计划在影城六楼开设市民课堂。曹杨商城有限公司总经理盛颖莹表示,这是为了不让“曹杨商城”四

个字在老百姓的记忆和生活中消失,“虽然改造闭店,但情感和服务温度不减。针对居民需要的裁缝、钟表维修等便民服务,我们也在与商户积极沟通,希望商城焕新后他们能够回来,继续服务周边居民。”

老店新愿景

对许多曹杨人而言,曹杨商城是生活中不可或缺的一部分。“他们不一定每天都来,但记忆中必定存有属于曹杨商城的片段。”

谈及老店升级的初心,盛颖莹表示这源于扎根社区、服务居民的国企担当。“改造不只是业态升级,而是基于社区商业特质的重新出发。”未来,商城将紧扣“15分

钟生活圈”定位,在保留传统便民服务的同时,引入更丰富的业态。“我们想成为居民家门口那个走过路过,总想进来兜一圈的地方。”在业态规划上,一方面持续服务“一老一小”核心人群,另一方面将引进兼具亲民价格与优良品质的品牌。

升级后的曹杨商城将更加多元,既引入时尚元素吸引年轻人,也保留老字号和国潮品牌;既布局连锁餐饮满足日常所需,也规划针对老年群体与亲子家庭的培训和文化休闲空间。商场的建筑风格与动线设计,将吸纳居民和社会各方建议,在保留历史记忆的同时,融入现代审美,打造一个集社区邻里中心、社交中心与文化中心于一体的公共空间。 本报记者 解敏

全域联动,多维赋能,静安区率先点燃年末消费市场 高端品牌发力 消费能级跃升

临近年末,静安区高端消费再现新亮点。近日,恒隆广场启动“HOME TO LUXURY”盛装派对,以“跃然云尚”为主题,通过艺术、音乐与品牌共创,打造沉浸式消费场景。

在“路易威登非凡之旅”带动商圈热度持续高位运行的基础上,静安以一场全域联动、多维赋能的高端消费盛宴,率先点燃年末消费市场。

品牌共振 打造消费新场景

“路易威登非凡之旅”是高端品牌深度展示的成功典范,恒隆广场则通过HOME TO LUXURY联动众多高端品牌共同发声,包括梵克雅宝、PRADA、Bottega Veneta等。据了解,这次活动集中发布了数百款首发新品与限量单品,形成品牌间相互赋能、资源共享的联动格局。这一举措背后是静安商业主体对消费趋势的深刻洞察与主动突围。作为全国高端商业标杆,恒隆广场希望以更具年轻力的品牌矩阵吸引更多广泛的客群,今年引入Jellycat等热门IP快闪体验,落地老铺黄金等本土高端品牌,强化与年轻消费群体的情感链接,推动高端消费从传统奢侈向时尚潮流的转型。

商场联手 提升消费新格局

如果说品牌共振是“点”的突破,那么商圈联动则实现了“面”的覆盖。在“路易威登非凡之旅”与恒隆广场HOME TO LUXURY等标杆项目的带动下,静安区充分发挥统筹协调作用,推动南京西路沿线商业载体功能互补、业态联动,着力打造“南京西路时尚消费走廊”,构建消费协同发展新格局。

各商业载体错位发展、形成合力。张园以“海派文化+限时主题”打造首发经济高地,推出“静安时尚消费季”,Tiffany、DIPTYQUE、YONEX等轮番登场;兴业太古汇借艺术季集聚MUJI无印良品可持续概念店、Sporty&Rich中国首家精品店等新锐高能级首店;CP静安凭借“超级IP+超级门店”实现销售额倍增;永源浜被打造成“时尚消费新地标”,积极承接上海时装周主场活动。久光百货等商场在HOME TO LUXURY活动期间同步延长营业时间,茂名北路限时步行街打造“微醺夜巷”主题市集,举办时尚运动季,实现“烟火气”与“国际范”有机融合,形成全域消费氛围的整体提升。

系统布局 构建消费新生态

静安区商业创新从未止步于短期热点制造,而是致力于构建具有强大韧性与活力的消费生态系统,推动区域消费从活动瞬时流量吸引,迈向系统性生态共建的可持续发展新阶段,实现消费能级的持续跃升。

一方面,静安注重标杆引领与系统布局,以高端商场标志性项目为牵引,将大型活动带来的爆发性关注转化为持续的消费模式创新,推动“首发经济”“体验经济”深度融合,成为吸引全球高端消费资源和创新理念的强磁场;另一方面,静安高端消费呈现十足“韧性”。自“路易号”等大型活动举办以来,静安高端消费品销售额持续增长,不仅为品牌提供了价值重塑的优质舞台,更充分验证了新模式、新业态、新场景对提升区域整体商业能级的重要作用。 本报记者 陈佳琳

黄浦江大闸蟹拿下14座奖杯

全国河蟹大比拼结果出炉 松江四品牌同获“最佳口感奖”

本报讯(记者 曹博文 通讯员 刘芮孜)“王宝和杯”全国河蟹大赛日前闭幕,松江“大泖”“昆泖”“金泖”“泖湖”四大河蟹品牌组团参赛,首次同获“最佳口感奖”。松江黄浦江大闸蟹参赛企业在大赛中共斩获14座奖杯,交出一份高质量答卷。

记者获悉,这次大赛吸引全国各地150余家河蟹养殖单位同台竞技,送评的河蟹经统一编号后,由专业评委围绕种质

特性、规格品相、肉质口感等盲评打分。松江四大品牌这次集体“出战”,全部荣膺金奖,并凭借过硬品质一举拿下全国20座“最佳口感奖”奖杯中的4座。区水产技术推广站获评“最佳组织奖”。值得一提的是,“大泖”品牌除获“金奖”“最佳口感奖”外,还收获核心奖项“最佳种质奖”,赢得了“大满贯”!

“四家水产品牌同时获评最佳口感奖

还是第一次”,松江区水产技术推广站长江芝娟介绍,“王宝和杯”全国河蟹大赛评审标准严苛,在业内权威性高,区水产站一直把这项比赛当作年度“考试”积极参与,从最初的“颗粒无收”到如今“硕果累累”,令人振奋。下一步,松江区将持续深化产学研协同创新,完善优质种源供给与绿色养殖技术体系,让“上海之根”的河蟹鲜味享誉业界、香飘海外。

烧艾养生,哪些艾条可放心

虹口区消保委发布测评结果和消费提示

测评结果显示,在包装信息完整性方面,多数样品能完整标注产品名称、规格数量、企业名称及地址等基本信息,有1款样品仅用单层塑封膜包装,产品在运输、存储时容易散包或受潮;在卷纸材质方面,多数样品使用桑皮纸或纯棉质,符合标准,个别样品卷纸有印刷文字或图案;在艾绒性状方面,个别样品颜色偏暗并伴有轻微霉味;在燃烧特性方面,多数样品表现良好;在整体使用体验方面,多数样品表现良好;在理化检测中,所有样品均未检测出农药残留和二氧化硫。 调研中有8款样品霉菌检出值≥10mg/kg,

霉菌的存在不仅会影响艾条的品质,还可能在燃烧过程中释放出对人体有害的霉菌孢子,引发呼吸道疾病等健康问题。

【消费提示】

选购注意事项——

看包装:选择包装信息完整、印刷清晰、材质优良的产品,注意生产日期。

观外观:挑选外形均匀圆柱体、包裹结实紧密、两端平整、无漏绒、夹绒、折痕、黏合剂渗漏的艾条,颜色为淡黄、灰黄、土黄、灰绿等自然色,无霉点、异味。尽量不选艾条上有印

刷文字、图案的产品。

闻气味:优质的艾条气味清香纯正,无霉味、酸败味或其他异味。

试燃烧:若条件允许可简单燃烧测试,观察点燃难易度、燃烧稳定性、烟雾颜色及气味、灰烬状态等,选择燃烧平稳、烟雾适中、灰烬细腻的产品。

使用注意事项——

■ 确保周围环境通风良好,避免烟雾浓度过高引发不适或火灾隐患;在施灸过程中,要密切观察皮肤反应,避免烫伤。一旦出现皮肤红肿、疼痛等异常情况,立即停止使用,并及时就医。

■ 仔细阅读使用说明,注意艾灸操作方法,根据个人身体状况和需求,合理控制施灸时间和频率,避免过度使用。

■ 未使用的艾条应存放在阴凉干燥处,避免受潮、受热。

本报讯(记者 金旻矣)天气转冷,不少人又开始“烧艾养生”,艾灸相关产品的消费需求持续攀升。为了解市场上主流燃烧型艾条(柱)产品质量,虹口区消保委联合上海中药行业协会开展消费测评。综合专家测评结果和相关理化指标,海氏海诺、御道、华佗(地脉灵虎)、蕲郎中、绿源堂、蕲河金艾、素阳等品牌综合表现优良,可放心使用。

虹口区消保委通过电商平台购买北京同仁堂、蕲大妈、海氏海诺等市面上主流艾条(柱)产品共18款,样品价格从30元—50元不等。按照《艾条(柱)保健用品生产技术规范》《清艾条》(T/HNJK 0122025)及《中国药典》相关标准,围绕产品包装及外观质量、燃烧特性与能效表现、感官体验等,邀请业内知名中药专家测评。同时,委托市质科院检测样品是否存在农药残留,以及二氧化硫、霉菌等指标,运用统计学等方法分析数据,找出问题。