



路为十字支撑，整体呈现为“田字格”形状。到明年，“新微智谷二期”又将作为硅巷的一部分，成为独角兽企业的集中地。“2019年时的新微智谷一期，就是从原本的商业体巴黎春天改造而来。”许引兰说，“我们一直都在探索，如何将科创与文创融合，更好地转化科创类企业的成果。”

相比愚园路的百年积淀和定西路의 科创新生，长宁另一条幽静的小马路武夷路更像是待字闺中的小家碧玉：“武夷路不像愚园路那样就在地铁上，这条落叶不扫的小路让我们看到可持续性绿色低碳街区的可能——她很安静，她可以厚积薄发。”如今，全新的“武夷 | MIX320”问世，“MIX”意为融合，也彰显出项目的最大特色——融合不同年代沉淀、融合不同风格建筑、融合各类潮流业态、融合时尚跨界玩法。著名建筑设计师章明教授主持设计的“武夷 | MIX320”，以海派历史文化碰撞现代工业风格。而正在建设中的“WYSH 翡悦里”，原址是1984年发行首只股票的上海飞乐音响公司——这一勇立时代潮头的文化基因，正迎来活力重启。“WYSH 翡悦里”得名于“武夷”和“上海”的拼音首字母，音同Wish(希冀)，寓意“连接历史与今朝、当下与未来”，在百年街区激荡出新的鲜活创想。

“越是好的街区，越需要创新。”在许引兰看来，如今的城市更新，最根本的是内容创新，“不仅是街区、楼宇的外壳要漂亮，更重要的是你为它注入什么样的灵魂，什么样的社群，什么样的合作伙伴。从前，一条开放式的街区可能会吸引来‘谈

朋友轧马路’的客人，而现在，更多的人会关注这条街与自己的契合度。年轻人需要街区提供更多的自由度和包容度，比如骑行友好、宠物友好。年轻人越来越坚持‘我就是我’，不被外部条件上标签。他们关注自己，也关注环境，关注地球。我们的商业形态需要跟着社会思潮和人们自我意识的变化而迭代，现在的消费者，不仅是选购商品、购买服务、购买体验，也愿意为文化价值买单”。

分时步行街，都市度假新乐园

提到赏樱，上海人的反应总是顾村公园或者同济大学，殊不知长宁区的凯田路也是一条樱花大道：达300米的道路两侧不仅满栽樱花树，还有时下最流行的“早C晚A”布局——众多咖啡品牌在此汇聚，形成“露天咖啡街区”，花式美陈、户外外摆、休闲活动在年中不断上演，是一条“互动感”很强的樱花大道。

去年8月，长宁的地标性商办综合体 IM Shanghai 长宁国际全新打造出“凯田集荟·惊喜长宁”凯田路分时步行街，至今，全上海已有5条主打夜经济的“分时步行街”——安义夜巷、外滩枫径、凯田集荟、富城路、大学路。

今年，凯田集荟几乎每个季度都有出圈之作——4月，第一季市集推出首届“可持续咖啡节”，在4·22世界地球日“开街”，一直持续到五一黄金周。其间每个周末的晚上，这里都人头攒动，热度超出预期。7月，在电影《芭比》以粉色席卷全

球之前，凯田路上已被打造成一片粉色的海洋，“夏日粉红嘉年华”吸引了大量游客前来沉浸式打卡。凯田集荟的“城市度假”理念口口相传，不胫而走。

长宁国际市场总监王楠已深耕运营多年，在她看来，如今的年轻人相比盒子一样的 shopping mall，会更加青睐可以逛的街、可以社交的场域：“商业1.0时代是百货商店，以购物为主；2.0时代升级到购物中心，不只可以买买买，还能吃喝玩乐，看看电影；3.0时代更加注重消费体验；而如今已然走到了4.0时代：社交型商业。如果是出于纯购物的目的，线上就能解决，更多的零售型品牌会依赖电商；但如果是出门去，那就不只是买东西，更是买体验，买感受，买交流。商场‘盒子’大同小异，街区却各有各的不同。”

为了与安义夜巷、外滩枫径等做出区别，凯田集荟经过一年多的不断市调、试错，逐渐形成了自己的运营逻辑。“我们是不收摊位费的，对所有入驻品牌免费。但与此同时对品牌的筛选门槛也相对较高，希望形成较好的质感。同时也会要求每个品牌让利给消费者。所以你在凯田经常能看到披萨咖啡免费送，巴黎水免费喝，商户来到这里，也是希望和客人有更加深入的互动，

下图：凯田集荟·夏日粉红嘉年华。

