



筑的安全性及舒适性；对于园区内的工业建筑，在保持建筑自身特色的同时，运营新设计、新材料，赋予建筑建于时尚与功能性的新面貌。

整个修缮过程自2016年起，持续了近5年时间。其中哥伦比亚乡村俱乐部、海军俱乐部及附属泳池、园区的工业改造建筑于2018年正式对外开放；而孙科别墅作为上海市第一批优秀历史建筑，整个修缮过程持续至2020年。2020年11月，孙科别墅以“理想之地——上生·新所城市更新及历史文献展”的形式，首次对公众开放。

目前，“上生·新所”对于三栋老建筑也有着不同的定位：海军俱乐部——时尚秀场及演艺新空间；哥伦比亚乡村俱乐部——茑屋书店的生活美学；孙科别墅——文化策源地。在传统商业向新业态转型的背景下，“上生·新所”提供了自己“二创老建筑”的独特经验：以文化运营手段打造沉浸式文化社区，全年不间断的展览、音乐剧、音乐会、戏剧、讲座等活动，持续吸引目标消费者到访。

据园区方面观察，来到“上生·新所”的主力消费者，年龄集中在18-45岁之间，可以分为以下五类：尝鲜文艺范：喜爱戏剧、音乐会、讲座、展览等各种文艺活动；潮流Z世代：00后人群，热衷于时尚、潮流打卡；奇妙旅行家：喜爱在大街小巷穿行city walk，喜爱老建筑；乐活邻里客：居住在附近的居民，把园区当作一个可游可逛的休闲散步空间；创意打工人：附近办公群体选择到“上生·新所”内的门店办公。

曾经的百年老建筑，如今已然

作为文艺和创意的载体，游客盈门，重获新生。

首店+新品， 逛不厌的老店新魅力

在开放式街区、体验式市集流行，百年老建筑成为潮流打卡地的新商业世代，传统的shopping mall又将如何升级焕新？长宁中山公园板块的老牌商业体“龙之梦”是个成功的案例——2005年开业至今虽已将近20年之久，却仍然坐拥排名上海前三的客流量——周末的人流量可达10万+，秘诀就是不断地顺应时代需求，持续作出改变。

去年年底，长宁龙之梦以全新的名字“归来”——龙之梦城市生活中心。这一次的更新，强调了“城市生活”的体验式场景，品质空间大升级、品牌大升级、会员大升级。此前在虹口来福士曾引起游客大排长龙的90年代怀旧“城市集市”，在龙之梦又有不同的主题演绎：梧桐。将梧桐区的街市风貌复原到B2



左图：龙之梦城市生活中心。

层的城市集市，带给游客一种全然不同的城市体验。

龙之梦企划部的蔡晶告诉记者：“龙之梦立足接地气的大众消费，多元化的新型业态、网红餐饮、体验式场景、不断更新的品牌，都是吸引消费者的元素。与此同时，我们也在线上进行探索，运营有抖音本地生活号，在直播间为新来的商户打call宣传——商户最在意的始终是流量，流量是王道。”

在传统商场屡见闭店、消费者把钱袋子捂紧的当下，龙之梦却依然保持着100%的出租率和周末10万+的人流量，背后也有“首发经济”的助力。

9月，全国首家盒马“黑标店”即将在龙之梦开业。盒马的业态布局不仅是开出更多数量的门店，还有盒马鲜生、盒马奥莱、盒马mini、盒马X会员店的细分。在“向上走和向下走”的探索中，盒马黑标店Premier属于“向上走”的顶配，规模预计达到6000平方米，是当之无愧的城市旗舰店，与此同时，京东也将在龙之梦开出京东电器城市旗舰店上海首店。

今年，长宁区将继续深化“全球新品首发地示范区”建设，“商业+文化”“商业+艺术”“商业+运动健身”等跨界复合体验型品牌将以首店首发形式不断呈现。而龙之梦城市生活中心坐落于长宁区核心商圈，周围有中山公园三条轨道交通和六条公交线路直达，自然也受到众多商户的青睐。另据京东方面透露，决定选址的因素，不仅是客流量和交流便捷度，还因为“长宁区政府为京东的首店入驻提供了极佳的营商环境”。