

如何打造“千亿级商圈”

——上海静安区南京西路商圈发展调查

本报记者 李治国

作为国内知名商圈，上海南京西路商圈一直是各路商家的“必争之地”，在这里既有商业与文化的邂逅，也有时尚与古朴的交融。这个商圈吸引人的，不只是它的名气，更是历经多年发展仍然葆有的蓬勃活力。这里是如何保持活力、聚拢人气的？打造“千亿级商圈”的底气又从何而来？

随着夏季消费旺季的到来，首届“上海之夏”国际消费季于7月6日正式启动。在为期3个月的消费季中，上海将推出百场商旅文体展联动活动，为境内外消费者提供多元消费场景，激发“大消费”潜力。

热点消费叠加热点商圈，将产生巨大的化学反应，让上海静安区“千亿级商圈”建设再次提速。记者了解到，静安区是上海“国际消费中心城市”建设的核心承载区，位于区域最核心的南京西路商圈则是上海顶级商圈之一，也是上海规划的国际级消费集聚区的重要组成部分。2023年3月，静安区启动南京西路“千亿级商圈”建设，力争在“十四五”时期末实现零售总额突破1000亿元，在上海全市乃至全国率先建成“千亿级商圈”。上海静安区委书记于勇表示，静安区将以南京西路“千亿级商圈”为重要切入点，努力将南京西路商圈打造成为品味上海的“活力街区”、体验中国的“上海窗口”、汇聚全球的“中国地标”。

打造“千亿级商圈”的路线图如何绘制？“千亿级商圈”如何形成更多的消费新场景？经济日报记者进行了深入采访。

克臻选上海烘焙工坊官宣新品首发。星巴克中国董事长兼首席执行官王静瑛表示，对新品在中国市场的未来表现充满期待。

如今，上海正深入推进国际消费中心城市建设的南京西路商圈无疑发挥着龙头作用。但不可否认的是，对标国际顶级商圈，南京西路商圈仍需在品牌影响力、文旅联动发展、商业联盟等方面持续努力。

“从伦敦牛津街、东京银座、巴黎香榭丽舍大道等国际顶级商业街的经验来看，它们不仅是商业目的地，更是文化旅游目的地，旅游经济对消费作出了巨大贡献。”仲量联行上海战略顾问部负责人吕孜认为，在商圈发展更加趋向多元的当下，强大的文化旅游吸引力是成就世界级消费目的地不可或缺的基础条件，这也是静安区打造后街、张园等街区的根本原因之一——在实现路径上有更多突破与尝试。

位于上海静安区南京西路与华山路交叉路口的静安寺广场历经多年“闭关改造”，于2024年3月18日正式焕新启用。（资料图片）



品牌通过调整提升业态、优化消费体验，让顾客从其承载的工艺、文化、历史中感受到独特价值，从而进一步激发消费活力。

基于这样的独特价值，不少新锐品牌选择在此亮相。在3月份举行的2024秋冬上海时装周上，作为国内设计品牌的优秀代表，国际知名超模吕燕创立的设计师女装品牌COMME MOI（似我），发布了引人注目的2024全新系列。自2015年上海首家门店设立至今，COMME MOI已经拥有30多家线下店铺。

吕燕表示，企业的快速发展离不开当地大力支持。静安区在兼具传统与国际优势的基础上，支持设计品牌发展，延展静安时尚设计产业链。企业得到静安品牌建设项目、文化创意建设项目、人才培养等诸多支持，实现更快成长。

与COMME MOI一样，近几年，扎根静安区并迅速发展“出圈”的优秀本土品牌还有很多。其中，功效型护肤品牌UNISKIN（优时颜）就是一匹“黑马”。2023年“双11”期间，该品牌以2.8亿元成交金额创造品牌“双11”行业排名新纪录，爆款单品第三代微笑眼霜热卖45万瓶，跃居天猫美妆国货眼霜排行榜第一名。2022年9月，优时颜线下专柜在南京西路的上海芮欧百货正式开业。优时颜联合创始人许嘉祺表示，南京西路商圈聚集了众多国内外美妆品牌，非常有助于国货品牌的学习和成长。他们选择落户之后，得到当地许多支持，如相关政策扶持、项目申报、搭建行业学习交流渠道等。展望今年消费市场，该品牌将积极发力线下业态，响应南京西路“千亿级商圈”行动计划。

升级多元商业生态

“千亿级商圈”不仅是规模的扩大，更是品质的提升。为此，静安区持续推进南京西路商圈功能迭代和空间优化，通过城市更新不断提升能级。南京西路主街沿线，一批功能复合、业态高端、要素集聚的商务商业综合体陆续涌现，以高品质载体吸引国际消费资源，营造多元商业生态、引领国际消费体验，南京西路商圈作为世界橱窗的影响力和吸引力正进一步增强。

在吕孜看来，商业载体要有总量规模，也要拉开梯度。如何优化商业布局，成为南京西路商圈迈向“千亿级商圈”的第一道坎。只有通过城市更新项目腾笼换鸟，打造品质更高、体量更大的商业载体，才能让南京西路在有限空间内进一步焕新提升。

今年3月，丰盛里·静安寺广场、机场城市航



位于上海静安区南京西路的Maison Margiela上海首家咖啡厅。肖鸣亮摄



站楼陆续亮相南京西路；与张园西区一墙之隔的张园东区正在修缮保护中，预计在2026年亮相，引入国际顶级名企、金融机构及专业服务产业，同步引入世界顶级酒店品牌，并将新建文化展示及演艺中心。

值得一提的是，锦沧文华广场作为上海城市更新的重点地标项目，其焕新升级之路承载着独一无二的城市记忆。锦沧文华广场在原址有限空间之上，精心布局复合业态，形成“高端办公+精致购物中心”的复合型商业体。办公区域的高净值客群为购物中心带来稳定客流，并以其优质商业氛围吸引来一众高能级商家入驻。

“商业载体腾笼换鸟，一方面服务于商业内容的更新变化，另一方面通过筑巢引凤，重塑与增强品牌吸引力，为它们的创新发展提供更多机会和空间。”吕孜认为，把脉客户群体的需求变化，让商业内容常有常新，是商业载体焕新升级一大亮点。从国内外知名轻奢、潮奢、奢奢品牌到健康、生活与美容零售业态，改造后形成的复合型业态，既满足周边10余万名白领日常消费商业需求，也是市民周末聚会社交的场所。

负责锦沧文华广场运营的上海新宝华资产管理(集团)有限公司总裁杨健表示，在复合业态和首店经济的双引擎驱动下，项目开业至今，在商业地产领域取得瞩目成绩，每个进场品牌的市场占有率、营业额均不断攀升。

南京西路街道党工委书记周惠珍说，未来两三年，恒隆广场扩建、张园东区和光明摩士达等一批标志性城市更新项目将纷纷亮相，形成沿南京西路完整的城市界面，逐步实现区域东与西、南与北之间功能协调与能级提升。

记者注意到，在打造“千亿级商圈”过程中，南京西路商圈在满足消费者“买买买”需求的同时，还通过商圈聚人气、带动消费的属性，推动区域更多维度产业融合发展，增强城市综合竞争力。“单一的街，无法形成‘圈’。我们要做的是打造有生态、有能级和吸引力的街区，让消费者不只逛南京西路，还要逛周边，让商圈更加丰满、有厚度。”沈虹说。

2018年，静安区发布《静安区南京西路后街经济战略规划》，对南京西路周边泰兴路、茂名北路等11条后街重新规划更新。仲量联行战略顾问部高级经理葛震曾对国际顶级商业街区深入

调研分析。在他看来，商圈空间的延展、消费内容的丰富与消费者停留的时间，这三者是相互促进的三角关系。“顾客待得越久，越有可能产生随机消费。如果说主街是‘大动脉’，后街就如同‘毛细血管’，串联起了完整的文旅体验。”后街承载着游客与消费者对深度体验的追求，不同的定位打破“千街一面”，赋予了后街更多可能性。

记者曾经多次前往南京西路周边采访，经过多年积累，除了在南京西路主街上知名的静安寺商圈、梅泰恒“金三角”、“兴业太古汇—张园—丰盛里”等之外，“巨富长”、吴江路、陕西北路老字号专业街、安义夜巷等后街也在蓬勃发展，一条条“毛细血管”的兴盛，提升了南京西路的厚度。特别是散落在后街的各个产业园区，成为培育产业动能、集聚创新要素的战略载体，以及各类新业态、新模式、新产业集聚的创新平台。

在静安区的长乐路与巨鹿路之间，有一家名为“趣办一百〇八上苑”的产业园，面积不足1万平方米，却集聚着近年来静安区新引进的多家时尚创意企业，包括全球时尚专业媒体WWD、意大利品牌MISSONI、英国纺织设计与制造商Camira等。园区运营方、上海乐乐文化创意发展有限公司运营总经理刘媛媛表示，园区开业以来始终保持满租状态的秘诀并非空间的“小”，而是产业定位的“精”——通过集合经典文化与时尚潮流、线下展示与线上引流相结合，吸引时尚、艺术和IP孵化等文创类企业，为更多艺术创意提供时尚表达平台和成长空间。

硬件在提质，软件在提效。2023年初，静安区在上海率先发布《关于进一步优化消费环境的实施方案》，着力破除制约消费扩容升级的体制机制障碍，培育激发经营主体活力和发展动力。静安区还将探索在张园西区打造集保税展示、时尚展览、艺术活动等功能于一体的高端进口消费品保税展示交易平台，通过保税展示交易，让更多高端进口商品快速便利进入南京西路消费市场，优化区域消费供给、丰富消费者选择，提高区域消费能级。

展望未来，于勇表示，静安区将持续深化上海国际消费中心城市示范区建设，对标国际最高标准、最好水平，面向全球多元消费人群，吸引国际消费资源，营造多元商业生态、引领国际消费体验。

百年商街有了新目标

今年“五一”假期，适逢上海“五五购物节”启动，静安区各大商圈、商街、商场人头攒动，“买买买”热情高涨。其中，位于南京西路商圈的始祖鸟博物馆、苹果静安零售店等今年新设零售门店备受消费者青睐，成为游客打卡静安区的新地标。历经百年沧桑的南京西路，在商业与文化、摩登与古朴、保护与开发的抉择中不断蜕变。

2022年7月，意大利奢侈品牌集团OTB集团旗下4家品牌首店同时入驻位于南京西路核心商圈内的锦沧文华广场。OTB集团亚太区首席执行官迭戈·梅纳林表示，南京西路商圈毫不亚于世界上其他知名奢侈品集聚区域，是他们进入中国市场的首选地和最优选。

“商圈是促进消费升级的重要载体，是提升城市经济活力的重要引擎。”上海静安区商务委主任沈虹表示，静安区社会消费品零售总额近3年连续保持中心城区第一，尤其是南京西路商圈，集中了2000多个国内外知名品牌和全市1/3的高能级首店。今年静安区将聚焦“全球新品首发地、高端品牌首选地、中国品牌集聚地”功能再发力，打造真正意义上的世界级地标性商圈。

3月21日，苹果公司上海静安Apple Store开业之际，苹果公司首席执行官库克来到现场出席开业活动。Apple零售业务高级副总裁迪尔德丽·奥布莱恩表示，“我们很高兴在静安区开设这家Apple Store零售店，这是一家传统与现代无缝融合的零售店，与这个历史悠久的上海街区相得益彰”。

同样在3月21日，国际奢侈品牌罗意威的中国首个大展《匠艺天地》在位于南京西路的上海展览中心顺利开展；南京西路兴业太古汇的星巴

放大品牌集聚效应

诸多高能级旗舰店、品牌首发首秀展率先抢滩南京西路商圈，印证着其在上海乃至全国消费市场的重要地位。

今年以来，南京西路沿线商圈热点不断，古驰在静安张园举行古驰四城联动开幕活动及公众开放日活动；缪缪在荣宅举办时尚新品发布活动；葆蝶家在恒隆广场开设快闪店……从2019年起，南京西路商圈累计引进各类首店563家。

记者了解到，未来静安区将持续发力品牌集聚，构筑国际化开放高地，通过聚集多元化国际品牌、培育本土品牌、打响老字号品牌，形成兼具时尚性、潮流性和大众娱乐性的多元品牌矩阵，将南京西路商圈打造成为全品类全球品牌高地。

国际大牌闪亮登场的同时，本土品牌也在此崭露头角。近年来，静安区通过加强本土商贸品牌培育，持续打造优质中国品牌集聚地，进一步激发消费新动能。其中，场景营造是当今商业品牌吸引力的重要来源之一。以始祖鸟博物馆为例，作为一个主打高端功能性的零售户外品牌，它凭借独创的商业场景，在更大消费群体中引发了目的性消费热潮。这离不开静安区打造“千亿级商圈”的布局与努力，既为顾客提供品牌，还引导商户丰富消费场景与体验，进一步提升消费吸引力。

国药老字号雷允上同样不落人后。雷允上西区公司市场部经理张颀介绍，他们以“私人定制”方式推广普及中医药健康养生文化，将体验与消费融为一体。来到雷允上医馆，孩子们可以换上汉服，变身“小药师”体验中医药文化、认识多味本草，还能亲手制作香囊带回家。沈虹说，他们的客群已有向中青年转化的趋势。商场与

调查手记

营造新型消费场景是关键

在当今的商业环境中，传统的销售模式和消费场景正面临着前所未有的挑战。上海南京西路商圈的成功转型，不仅提供了一个鲜活的案例，更揭示了营造新型消费场景对于商业兴旺的重要性。

包括南京西路商圈在内的国内诸多商圈，面对市场的不断变化和消费者需求的升级，都曾遭遇过发展瓶颈。通过持续的创新和变革，不少商圈正在重焕生机。其中，最关键的一环就是营造新型消费场景。

何为新型消费场景？简而言之，就是在传统的购物环境基础上，融入更多元化、个性化和科技化的元素，从而为消费者提供一个更加丰富、有趣和便捷的购物体验。南京西路商圈正是通过引入高端品牌、打造首发经济、注重文化融合以及引入智能化和数字化手段等方式，成功塑造了这样一个新型消费场景。

引入高端品牌，打造品牌集聚效应，是营造新型消费场景的重要手段。高端品牌的入驻，不仅提升了商圈的整体档次，更吸引了大量追求品质和时尚的消费者。这些品牌带来的不仅仅是商品，更是一种生活态度和文化传播。

同时，南京西路商圈还非常注重发展首

发首店首展经济。通过举办各种新品发布会、品牌展览等活动，商圈成功引领了时尚潮流，成为消费者追逐新品和潮流的首选之地。这种首发经济不仅为商圈带来了巨大的流量，也进一步提升了其商业价值。

文化融合也是营造新型消费场景不可或缺的一部分，通过打造主题街区、文创市集等，能够将商业与文化紧密结合，为消费者提供独特的购物体验。这种融合了文化的消费场景，不仅能够吸引更多游客和消费者，也将推动商圈的文化创新。

值得一提的是，随着科技的飞速发展，智能化和数字化手段在营造新型消费场景中的作用日益凸显。以南京西路商圈为例，这里通过引入智能导购、无人便利店、虚拟现实(VR)试衣间等高科技设施，为消费者提供了更加便捷高效的购物体验。这些科技手段的运用，不仅让消费者享受到了科技购物的新体验，也能够推动商业产业链的不断创新与升级。

可以说，在未来的商业竞争中，只有抓住营造新型消费场景这一关键环节，持续满足消费者对新型消费场景的诉求，才能把握引领商业发展新趋势，引领消费新潮流，实现商业的持续繁荣与永续发展。

上海静安区南京西路商圈

区域面积 1.8平方公里

自2019年起，累计引进各类首店 563家

力争在“十四五”时期末实现零售总额突破 1000亿元

其中
全球首店 2家
亚洲首店 2家
全国首店 18家

2023年
引入各类品牌首店
超100家