

打响四大品牌·聚焦上海购物

“上海购物”兴起跨界风

上海购物中心协会发布的《2018年上海购物中心发展报告》估计,虽然购物商场的零售业营收增幅放缓,但是旺盛的健身护理和餐饮需求有效地填补了下滑,2017年城市商业综合体的销售额相比2016年仍有上升。这说明,购物中心在稳定发展的同时,内部的业态正在变得多元。

事实上,跨界风、复合店正在成为上海购物的一大特点:书店不再只是书店,而成了大型综合文化场所;卖场不再只是卖场,而成了满足多种生活需求的“生活市集”;甚至产业孵化中心也开进了卖场,形成又一种新的“前店后工厂”。

跨界风的根源,在于消费者对多元体验的追求。人们需要在购物、吃饭的同时,享受审美、亲子、科技等多元体验,甚至在购物环境中释放情感需求。作为大消费时代的新物种,跨界店、复合店通过业态叠加实现“1+1>3”,突破传统零售功能单一的瓶颈,用混搭满足目标群体的体验需求。



百联南桥购物中心给市郊百姓提供了一个集购物、餐饮、文化、休闲等功能于一体的大型现代商城。

本报记者 赵立荣摄

产业孵化中心开进了购物中心

■孔韬

在购物中心顶楼设置电影院是开发商的常规做法,但在缤谷广场,五楼的影院楼上还别有洞天——沿着手扶电梯向上,一眼就能看到上海首个影视二次元产业孵化基地——猫悦上城(“MoeTown”)。

这座“MoeTown”入驻缤谷广场四个多月,由上海市广播影视制作行业协会联合上海市动漫行业协会共同推动建设,建筑面积超过4000平方米,一半以上被用来建设联合办公空间。根据公开资料显示,已宣布入驻“MoeTown”的项目包括:从事改编和演奏动漫钢琴曲工作的90后德籍华裔钢琴演奏家 Animenz 工作室,曾获得世界3D大奖的中国台湾3D导演曲全立电影工作室、演员马景涛的个人工作室等。“MoeTown”内部空间装修完成后,预计可以满足30家左右影视二次元企业的基本办公需求。

近年来,上海涌现出一大批专注影漫联动、影游联动的专业小微企业和项目。影视行业和动漫游戏行业存在共同的公共服务需求,如人才培训、政策服务、公共技术支撑、内容制作空间合作共享等。随着“MoeTown”的建成,这两个独立行业的融合之路显然有了物理载体。

为什么要将孵化基地建在购物区域而不是办公区域?“MoeTown”打着“前店后工厂”的算盘。往来的行人沿着“MoeTown”回廊逛一圈,会发现墙壁上挂满了美术作品。这些都是年轻插画师、漫画家、涂鸦艺术家、潮人的原创作品——就算不知道这里是产业

孵化基地,人们也大可把这里当成修建在购物中心顶楼的美术馆,在购物之余满足自己的文娱需求。据了解,在“MoeTown”的中央街区上,未来还会陆续出现影视二次元作品展示、精品影视陈列、衍生周边潮牌秀和影视大咖工作室等内容。逛累了,“MoeTown”里还有一家主题咖啡馆可供休憩。

无独有偶,今年1月17日,一家名为“创想实验室”的孵化基地在七宝宝龙城的一幢独栋建筑里启动。这座孵化实验室也兼具展示与办公的功能。根据现有资料来看,“创想实验室”发力点在新零售,业务板块包含生鲜消费、个性化消费、亲子业态等。

“创想实验室”还与京东金融牵手,京东大数据和京东金融云将对线下客流、驻留时长、重点区域热力分布、用户消费偏好等进行分析,顾客可以通过面部识别享

受专属会员权益,商家能够据此实现精准营销,大幅降低广告抵达成本。

此外,“创想实验室”还与饭美美、赛狐咖啡、云之梦虚拟购物、花里花店、英瑞瑞玛等零售商达成了合作,消费者可以在“创想实验室”里尝试融合了线上和线下的新零售。以赛狐开在“创想实验室”内的无人超市为例,消费者可通过支付宝录入人脸识别信息,通过面部识别就能实现消费扣款,完成免密码支付。

“创想实验室”很清楚,市场上早已铺开了各种联合办公品牌,自己不是这个领域的抢先者。而作为各类新兴产品的展示平台,也有选址在更好商圈的快闪店等尝试在前。因此,运用身处商业综合体中的地理优势,吸引与商业零售有关的公司参与,做好办公与展示的联动,成了“创想实验室”的主要策略。

拓宽边界,“书店+”还能玩出多少可能

■孔韬

赢商网数据显示,2017年实体书店零售额达344.2亿元,同比增长2.33%,摆脱了负增长态势。在电商的冲击下,实体书店与大型购物商场的牵手,打出了一片新天地。2018年,人们更关心的是:在上海的各大购物中心里,“书店+”到底能玩出多少花样?

“书店+咖啡馆”成标配

金虹桥国际中心地下室,有一家咖啡馆,若不是挂着“新华一城书集”招牌,消费者可能很难想到这是大家熟悉的“新华书店”。走进咖啡馆,一排排书架果然立在旁边。

商场里的书店大致都是这样一番配置。比如,位于大悦城的西西弗书店与位于芮欧百货的钟书阁,将咖啡馆设置于书店深处,为逛累了的人们提供休憩和看书的场所;最绝的是位于虹桥天地的言几又,咖啡馆设置在正中央,书架围绕着吧台而建,也分不清谁是谁的配套。

这些咖啡馆大都十分安静。喝上一杯咖啡,听着古典音乐,实在是适合阅读、思考或创作的好地方。过去,在商场开的书店人气也挺足,可总是看的人多,买的人少,难有收益。“书店+咖啡馆”模式显然是对这种需求的正视。正如西西弗书店在它的发源地贵州的书店墙上写的那一句:“背包太沉,存吧;站着太累,坐吧;



新华书店徐汇日月光店一改传统书店的布局,注重营造以书店为纽带的特色文化圈,为读者提供更多文化增值服务。

本报记者 叶辰亮摄

书店太贵了,抄吧;手弄脏了,洗吧;您有意见,提吧。”

横向一体化的野心

“书店+咖啡馆”只是实体书店跨界发展的一个缩影,实体书店的触角正伸向更多地方。看看言几又的店铺里卖多少东

西,就能窥得它横向一体化的野心。对于言几又来说,卖图书、咖啡、餐饮、文创产品、亲子板块、有机食品、创意木作都已经不新鲜了,它甚至牵手京东,在成都开了一家京东·言几又智能家居店——业态横向到底,背后的逻辑依然是吸引人流,努力让人们在店内逗留足够长的时间。

书店其实贩卖的是生活方式和生活态度。这一点,只看店内的文创产品就可知一二:印着书店标志的笔记本、钢笔、马克杯总是书店里的重要商品。如今的书店不满足于光做图书分销的渠道,也要在店里留下自己的烙印。而消费者可以通过购买这些商品,将这些代表着生活方式或人生态度的东西带出消费场景之外。

现在,言几又已经从一家单纯的书店变成了一处文化服务场所,许多新书发布会都在这里举办。与全国各地其他言几又类似,虹桥天地言几又也专门辟出了一块空间,建成一个带观众席的小型舞台,用来承接各类文化活动。

线上与线下合作无间

实体书店也不再“错位竞争”来回避电商;相反,它们正充分利用线上渠道拓展自己的服务。

西西弗根据自主研发的大数据系统,把握不同书店客群的细微需求,每家新店图书均有一定差异。

“新华一城书集”提供微信支付通道,方便读者便捷消费。通过“新华一城书集”微信公众号,读者还可收到每日好书推荐。目前,新华书店在浙江推出自主售书服务,在安徽推出共享书店,在四川提供借书、荐书、查书、还书、图书信息发布等服务。未来,上海“书店+”的玩法会更多。

生活市集:大卖场重聚人气的新版本?

■孔韬

家乐福在长宁区北新泾地区新开了一家旗舰店,它被定位为“目前为止国内购物环境最好、最智能化、面积最大的家乐福超市”。大约自2013年起,电商压力之下,大卖场关门之声不绝,北新泾地区原本的卜蜂莲花和世纪联华都在过去几年陆续撤离。家乐福是找到了新的“风口”吗?

这家家乐福新开旗舰店所在的申亚时代广场(申亚悦悦18),其两公里范围内居住着30万居民。瞄准社区的

大卖场,不再把消费者完成商品购买当作消费的终点。走进申亚时代广场的家乐福可以注意到,其水产区域辟出了大片就餐区域,玩起了“现场烹饪”,消费者能在此轻松享用处理不便的海鲜。而位于滨谷广场的家乐福,店内服务人员忙忙碌碌,有切面包的、卖水产的、散称糖果的,充满生活气息。沿着螺旋楼梯上楼,还能发现一个新的就餐区,水产同样是这里的主打。

原本以标准化取胜的大卖场如今将提升体验作为了卖点——除了餐饮之外,最明显的是家庭体验。黄兴路上

的大润发门店单独辟出400平方米母婴区,为孩子们装饰了游乐场;母婴区里还有一块“新零售试验田”,每周就有一个天猫上的新、奇、特品牌来这里做快闪店……

零售以外的业态更多成了大卖场配套。在申亚时代广场,家乐福的B2层“打包”了各种生活配套服务,包括美发、洗衣、修鞋、植物医生等。走进这里,不仅可以购买生活用品,还可以一站式满足各方面的生活需求。

位于安顺路与凯旋路交界处的九华邻里中心近日完成了改造,二层实现了

传统实体菜市场和互联网的结合。附近居民除了可以采购基本的副食品外,还会接触到各类生活服务项目。一层设有咖啡烘焙、书吧、场景厨房、烹饪教学、鲜花艺、洗衣、修理等综合社区服务;两个露天活动场所以底层两个共享教室可开展演出、舞蹈、教育、培训、宣传、展览等各类活动,亦可成为老年活动、亲子活动的场地。

生活市集,或许就是大卖场用来重聚人气的新版本——商品可以网购,服务总不能“快递”。“售卖生活”的新定位,正在对大卖场进行升级。

文化和旅游部下发紧急通知提出要求 深入开展安全隐患排查治理 提示海外自助游警惕各类风险

新华社北京7月7日电(记者胡浩)记者7日获悉,文化和旅游部印发关于做好暑期旅游安全工作的通知和关于进一步加强出境自助游相关工作的紧急通知,要求深入开展安全隐患排查治理,坚决防范各类涉旅突发事件的发生。

7月5日,两艘载有中国游客的游船在泰国普吉岛附近海域遭遇特大暴风雨发生倾覆,造成重大人员伤亡。

文化和旅游部要求,各地旅游部门要进一步加强与气象、海洋、国土资源、水利等部门的联系,准确把握水情及恶劣天气的预测预报,有针对性地开展气象灾害风险预警,及时发布预警信息,做好风险提示工作;要进一步完善协调联动机制,强化与安全监管等部门的应急联动,协同应对各类涉旅安全事件;要结合暑期旅游特点,部署安全检查和隐患排查,深入开展专项整治,指导景区加强隐患排查治理,督促旅行社,尤其是出境旅行社密切关注汛情预报,合理安排旅游线路,避免组织旅游团到汛情严重的区域旅游,一旦遭遇突发汛情,要采取有效措施应对,并及时调整团队旅游行程。

文化和旅游部提出,要采取多种形式开展旅游安全宣传教育,特别是要对出境自助游的我国公民做好旅游目的地安全风险提示和危急情况的应急处置教育,增强公民出国旅游的风险防范意识,鼓励广大游客购买旅游意外保险,保障出游安全。要加强应急值守,确保应急通信畅通,信息报告及时准确,应急处置迅速有效。

针对出境自助游,文化和旅游部要求,各地要进一步加强我国公民在境外旅游的合法权益和生命财产安全保障,切实做好我国公民出境自助游相关工作。要立即对当地在线旅游企业和平台、旅行社开展紧急排查,下架一批不合格自助游产品。游客在购买境外单项旅游产品时必须填报游客信息,要求在线旅游企业和平台、产品供应商在宣传销售高风险的出境自助游项目时加强风险提示。要指导在线旅游企业和平台建立完善出境自助游应急机制,明确在线旅游企业和平台相关责任,完善应急预案,细化安全措施,畅通信息渠道,及时进行风险提示。此外,要开展形式多样的文明旅游和理性消费宣传,引导游客合理规划出游线路,选择有运营资质的交通工具,不在旅游探奇中盲目追求刺激。

新华社北京7月7日电(记者胡浩)文化和旅游部7日发布风险提示指出,我国出境游市场规模迅速扩大,涉及中国游客的海外涉旅安全事故也迅速增加,广大游客海外自助游要警惕各类风险。文化和旅游部提醒,海外自助游主要安全风险包括以下几类:

一是涉水活动风险。涉水项目具有较强的观赏性、娱乐性和刺激性,深受中国游客欢迎,但却存在不同程度的安全风险,已成为引发海外中国游客旅游安全事故的主要方面,其中,溺水和水上交通事故是造成游客死亡的最主要因素。据不完全统计,2017年以来,泰国、马来西亚、印度尼西亚、马尔代夫等几个热门旅游目的地就发生百余起中国游客不慎溺水身亡事故。

二是交通风险。目前,越来越多中国游客在海外旅游期间选择自驾游或乘坐当地私营交通工具。各类交通事故成为当前中国游客在海外面临的最主要安全风险之一。由于各国基础设施状况和交通规则不同,中国游客存在不熟悉当地路况、交规及疲劳驾驶等问题,部分出境旅游目的地国家公路基础设施落后,自然灾害多,容易引发交通事故;一些互联网旅游公司对境外提供的服务项目的真实性、合法性和安全性缺乏审核,安全责任和保障义务界定不清,存在较大安全风险。

三是野外和空中项目风险。一些国家地貌奇异,山川秀美,为中国游客提供了大量丰富的野外观光项目,例如登山、丛林探险、热气球观光、滑翔伞等,这些活动也存在不同程度的安全风险,主要包括地震、火山喷发等自然环境和气候变化等不确定因素引发的旅游安全事故;因设备故障或项目操作及管理不善而造成游客摔落等安全事故;因身体条件不具备冲动冒险参与高风险旅游项目,导致发生安全事故等。

四是盗抢风险。近年来,部分国家受经济低迷、失业率率高企、难民涌入等因素影响,接连出现恐怖袭击事件以及偷盗、抢劫、诈骗等行为,殃及中国游客。同时,部分游客安全意识淡薄,携带大量现金、喜欢单独外出等,导致发生盗抢事故。中国游客主要目的地中,不少国家经常发生针对中国游客的盗抢事件,给当事人带来较大损失。

文化和旅游部提醒广大游客,出境旅游特别是海外自助游要增强风险防范意识,警惕各类风险,平安出游,理性出游。要做好行前准备,关注旅游、外交等有关部门发布的出行提示,了解目的地天气、卫生、交通和社会治安情况,谨慎或暂勿前往恐怖袭击频发、政局动荡不稳或发生重大疫情的国家和地区。要提高安全意识,看管好随身物品,遵守当地交通法规,遇突发事件时保持冷静,妥善应对,及时报警。同时,要理性消费,合理规划出游线路,选择有运营资质的交通工具,谨慎选择高风险旅游项目,不在旅游探奇中盲目追求刺激。要购买旅游意外保险,保障出游安全。

发挥专业优势服务浦东开发开放 浦东新区新的社会阶层人士联谊会总会揭牌成立

本报讯(记者唐玮婕)浦东新区新的社会阶层人士联谊会总会成立大会暨浦江力量向赛艇昨天下午在黄浦江东岸举行。浦东新联总会集统战性、专业性、民间性于一体,是浦东新区新的社会阶层人士加强交流成长的重要载体,也是新的社会阶层人士发挥专业优势服务浦东开发开放的重要阵地。

作为上海建设“五个中心”的重要承载区,截至去年年末,世界500强企业有320家在浦东投资,浦东新区区域内本土民营企业近25万家,持牌类金融机构达1053家,高新技术企业达1711家。在这些活跃的社会经济细胞体中,集聚着大批新的社会阶层人士,经估算,浦东新区新的社会阶层群体近100万人。这一

群体年轻化、专业化、知识化,有干事的激情、有创业的活力,也有社会影响力,是浦东乃至上海国际经济、金融、贸易、航运、科创中心建设的中坚力量。

为推进新的社会阶层人士统战工作,浦东新区前期已经成立了企业管理技术人员联谊会、专业机构从业人员联谊会、自由职业人员联谊会、新媒体从业人员联谊会、创新创业人员联谊会 and 喜马拉雅新联会六个区级新的社会阶层联谊会组织,并经过以上六个联谊会组织倡议,成立浦东新区新的社会阶层人士联谊会总会。

市委常委、市委统战部副部长郑钢淼,市委常委、浦东新区区委书记翁祖亮共同为浦东新区新的社会阶层人士联谊会总会揭牌。

小弄堂借力“大设计”做大“单位亩产”

(上接第一版)
以设计作为创新引擎,带动“环同济知识经济圈”整体升级,越来越多业内人士认为,这将是2.0版“环同济”继续高速增长,并直接对标“设计之都”建设,成为上海文创产业经济高地的重要途径。

“设计”真有这么强大的力量?在同济大学,很多师生正从身边的变化,对“设计”所撬动的新技术、新产业、新业态、新模式有了全新的洞见。

由同济大学创意设计学院工业设计专业主任刘力丹创办的小米生态链企业“小猴科技”推出的一款螺丝刀套装,去年在网上刚一开售,就卖出70万套,迅速成为“网红”。原来,这套螺丝刀是与德国著名工具品牌 Wiha 联合开发的,24枚 Wiha 精密批头由内置磁铁吸附在内盒中,外置铝合金收纳盒,设计如此精巧并精工严密封造,售价只有99元。

“螺丝刀并非人人都愿意掏钱的必需品。很多人买它,是中意它的设计。”姜永琪分析,过去,“设计”只是一项服务或产品生产过程中的一个环节,而今天,“设计”完全可以创造需求,并为人们的生活定调,“设计”甚至成为未来经济最重要的初始投资。

或许,这也正是今天“环同济”在升级关键期的新力量。“环同济”周边,创意设计氛围日益浓郁。近年来,同济大学已先后建成中芬中心、教育部中外合作办学机构“同济大学上海国际设计创新学院”、上海国际设计创新研究院、同济大学-麻省理工大学国际合作联合实验室、021孵化器等若干互相支撑的学科发展平台。

巨石相互碰撞产生的火花,会点燃茅草

“环同济知识经济圈”的出现,本来就是一个政、产、学、研、用紧密合作的结果。知识溢出、技术辐射、产业集聚、人才荟萃,正是这很多因素的综合作用,“环同济模式”才取得了成功。“结合即将完成的课题,陈强认为,助力上海建设“五个中心”,打响“四大品牌”,打造“环同济”升级版,无论是功能定位还是内涵提升,都有赖于科学合理的顶层设计。

在姜永琪眼中,四平路1028弄这条弄堂里正在进行的实验,将展示“大设计”可能带给“环同济”的美好前景。“目前,不少相信这个故事的企业和行业大咖都已入驻,这些企业和行业大咖就像一块块石头,已经成形,且有分量。他们来了,他们的粉丝也被吸引来了,这些年轻人就好像茅草。”姜永琪说,大学和这个社群所起的作用,就是让这些“石头”相互碰撞,产生各种创意创新火花。而这些火花会直接点燃巨石身边的茅草——那些身处“环同济”的年轻人。“对大学来说,点燃年轻人的创新热情,激发他们的梦想和激情,这才是根本。”

事实上,这就是如今很多人看好“环同济”升级版的主要原因——在这里,始终有一种得天独厚的创新创业文化:大学“破墙”,政府鼎力支持,社区共同参与,在这种共建合作模式中,大学优质资源不断向社区渗透,人才培养得以实现无缝衔接,适合大学生和草根创业者“闯荡”的生态群落,将萌发一颗又一颗希望的种子。