

步行街东拓, 焕新南京路 流光溢彩



东拓段引入全球最大、规格最高的华为旗舰店。本报记者 袁 婧摄



2020年上海旅游节开幕仪式与南京路步行街东拓开街活动日前已正式举行, 傍晚时分的南京路步行街东拓段吸引了各地游客。本报记者 邢千里摄



新世界大九百货配合步行街东拓开街, 将举办系列活动, 以此丰富消费者的体验度, 进一步带动新一季消费季和金秋旅游季。本报记者 袁 婧摄



消防车和消防员定点驻守, 加强安全巡查, 确保南京路步行街上市民游客的安全。本报记者 赵立荣 通讯员 汤 洁摄

老字号 有抹不去的情怀, 更有拼得起的创新

■本报记者 徐晶卉



老字号邵万生入驻南京路步行街东拓段, 店面装修更加年轻化, 显得清新时尚。本报记者 张伊辰摄



▲星火日夜商店入驻南京路步行街东拓段, 保留24小时营业的特色, 同时引入了便利店的服务模式。本报记者 张伊辰摄

▶南京路步行街东拓段的江西路上, 黄隆泰老店新开, 推出了以“杯中花园”为主题的系列新品。本报记者 邢千里摄



南京路步行街东拓段开街, 1599米长的“中华商业第一街”上, 一头一尾能碰到两家三阳南货店, 但如果仔细观察, 很难彼此挂钩——人民广场一头的老店, 以传统的月饼、腌腊制品及南北货为“掌中宝”, 排队的人群以老上海“死忠粉”为主; 外滩一头的新店, 装修风格走小清新路线, 咖啡+糕点的组合“萌萌哒”, 排队的都是小年轻。

一老一新两家门店, 就像是南京路的过去与未来。在这条海内外闻名的商业街的历史中, 老字号有抹不去的底蕴与情怀, 而它们也要随着南京路的更新去探索更多创新可能。东拓向最上海、最时尚、最国际走去, 老字号也一样。

“新店与老店相比, 九成的产品都不一样。”三阳总经理沈民说。老店或许有丢不掉的历史包袱, 新店却可以“推倒重来”, 有意思的是, 新店的许多设计都出自大学生群体, 沈民说门店招牌的三阳标识就出自大学生的手笔。除了三阳南货店, 南京东路江西路附近的邵万生、老大同和黄隆泰所开出的全新自制品形象店, 同样出自年轻大学生的创意。记者看到, 这些老字号特色首店的店招都采用年轻人的语言体系, “善道米店”“花茶潮品店”等充满时尚气息。不仅如此, 这些特色首店在营销上被注入“万种风情”, 邵万生结合糟醉新品、现切火腿与啤酒推出“西班牙风情”, 老大同善道米店把米与华夏民族稻谷文化相联推出“民族风情”。

在南京东路江西路口, 慈昌里、慈安里所组成的商业网点, 一共入驻了邵万生、三阳、老大同、泰康食品、汪怡记、星火日夜等近十个老字号品牌, 相加超过千岁。虽然换上时尚的底子和全新的产品, 但老字号的技艺传承并没有丢。

在三阳南货店新店, 南宋宫廷名点马蹄糕“重出江湖”, 沈民介绍, 这款产品已经销声匿迹几十年, 此次在原配方基础上做了减油减糖处理, 推出桂花、抹茶等三种口味。他透露店内还有不少新品即将上架, “值得期待”。

从茶文化入手, 黄隆泰推出以“杯中花园”为主题的系列新品, 无论在商品陈列还是视觉视觉上都有全新的体验。9月初就进入试营业阶段的泰康食品(优选店)一开始就给自己设立目标: 不做泰康食品分店, 但红砖外立面、木质楼梯的老上海风情还是被保留了下来。在泰康食品有限公司总经理董新宝看来, 老字号要在创新中保留“最上海”的灵魂, 才能更好服务八方来客。

记者获悉, 下一步, 新世界集团更多国有老字号将启动“焕新计划”, 以南京路步行街东拓为契机, 通过引入新锐品牌, 全新业态, 通过跨界营销和新媒体传播, 展现百年南京路与百年老字号的新形象。