



■上海建设国际消费中心城市系列报道之一

上海紧紧抓住国际消费中心城市建设要义,为“上海购物”品牌树立外在辨识度和内在驱动力——“首发+国潮”,上海这样定义“消费软实力”

■本报记者 徐晶卉

上海第三届“五五购物节”昨夜启幕。在轮番上阵的12个标杆活动中,上海全球新品首发季、上海夜生活节、上海互联网青春生活节等一批已打出知名度的品牌消费活动将再度登场,有些瞄准“首发经济”发力,有些则着重推广“国潮经济”。

无论是“首发经济”还是“国潮经济”,背后的商业逻辑是相通的——通过创新引领,做到人无我有、人有我优,“引领时尚、定义潮流”。在建设国际消费中心城市的过程中,上海已然抓住了消费最关键的要义,为“上海购物”品牌树立独一无二的外在辨识度和难以复制的内在驱动力。

上半年上海引进各类首店366家领跑全国

就在几天前,设计师品牌Nuth全国首店在百联TX淮海开业。主理人坦言,这个创立于伦敦的品牌把中国首站放在上海,看中的正是这里首发经济的影响力和辐射力。果然,Nuth在小红书官宣开业后,一批潮流消费者立刻赶去“打卡”。

“我们在6月下旬的一周内已连开3家高级别首店。”百联TX淮海助理总经理许文君介绍,包括Dr.Martens全新概念全球首店、黑头全国首家城市LAB旗舰店、美国户外运动品牌“攀菲熊”中国首店。进入8月后,Dickies Energy Store全新概念全国首店即将开业,还有一家重磅级品牌亚太首店将于今年国庆节前后开业。

“首发经济”的比拼,重点在比拼速度,要“比别人快一步”。这“一步”,拼的是内功。不少专家指出,上海开放、包容、创新的城市品格,天然就适合品牌“探路”。更重要的是,上海自己也看到了这一点,在全国范围内率先提出“首发经济”,并通过制度创新吸引了星巴克臻选烘焙工坊等标杆型项目落地。有人曾做过统计,在国内5个率先开展培育建设的国际消费中心城市中,上海的首店数据一直遥遥领先,去年更是首次破千。今年上半年,即使遭遇疫情冲击,上海仍累计引进各类首店366家,在数量和质量上领跑全国。

“首发经济”的含金量,更在于标杆效应。在上海,全国首店及以上的高阶首店比例很高,把创新起点放在上海的首店也不少。很多品牌都说,愿意在上海先开首店“立标杆”,只有在竞争高度白热化的地方活下来、活得好、活得出彩,才会在全国其他城市布局。这种标杆效应的消费拉动作用巨大,《2021年上海消费市场大数据蓝皮书》显示,“首发经济”叠加境外高端消费回流利好,去年上海外来消费流入近6000亿元,更吸引了郑州、南京、北京、宁波和苏州等城市的消费者前来“买买买”。

这次“五五购物节”也给自己定了目标——成为推出首发、首店、首展的新秀场和展示新理念、新模式、新技术的竞技场。市商务委主任顾军透露,下半年,更多首店、首发聚焦“低碳化”“科技感”“国际范”正在蓄势待发,准备踩下油门,抢滩登陆上海。

上海贡献全国近六分之一新锐品牌销售额

如果说众多首店是上海打造国际消费中心

城市的先锋力量,那么,翻红的老字号品牌、蹿红的新消费品牌,则是城市根据已有的产业基础和消费特点打造出的独特资源,讲述的是把本土化消费品牌推向全国甚至全球市场的故事。

作为国产手表的代表性品牌,海鸥表和上海表的历史都可追溯到国产手表诞生的起点。这两个老字号品牌曾一度沉寂,最近却又“潮”了起来。上海表把品牌内涵与城市精神相连,开启了面向年轻族群的潮流腕表“FAB CHRONO系列”产品线,“95后”陈然刚抢到了一款限量版新表,“最下层是Shanghai英文浮雕,中间层是‘魔数’八角盘,最上层是秒针,三层镂空表盘很燃”。

焕新的老字号品牌,还有一个更贴合它的词——“国潮经济”。今年“6·18”期间,海鸥表、上海表在天猫、京东、抖音等多个平台“霸榜”,双品牌销售额同比增长24%,占据国潮腕表类头部地位。得物App相关负责人观察发现,即使在Z世代聚集的潮流社区,老字号品牌也丝毫不输国际大牌,已成功打入年轻圈层成为“社交符号”,重返时尚视野。

新消费品牌的崛起,同样也是上海打造国际消费中心城市的内生动力之一。有数据显示,上海贡献了全国近六分之一的新锐品牌销售额,网络新消费品牌数量居全国城市首位。在中欧陆家嘴国际金融研究院副院长刘功润看来,这些新的国潮品牌是消费转型升级的重要体现,代表着年轻人的消费时尚、消费偏好,也必须依靠本土产业链的支撑,“一座国际消费中心城市,必然应该是引领消费潮流、焕发生机活力的城市,而新消费就是挖掘新赛道、实现新增长的强大动能”。

培育一批具有全球影响力的本土新品牌

每个国际消费中心城市的形成与发展路径并不相同,关键是在参与国际竞争中找到差异化的坐标体系。细看这几年“上海购物”品牌的发展,这座城市已为自己找到了定位——引领时尚、定义潮流。“首发经济”“国潮经济”,又或是“夜间经济”,都是坐标体系中具象的突破点。

在上海前滩新兴产业研究院院长何万蓬看来,消费是一个复杂系统,包括消费者、消费品、消费形态、消费环境、消费政策等,打造国际消费中心城市,对以上要素都有极高要求,“够得上‘中心’,内含着先行先发、集合汇聚、辐射牵引等含义,上海‘引领时尚、定义潮流’的定位,点明了打造国际消费中心城市的‘内驱力’”。

他进一步认为,消费是“火车头”,不能忽视其“改变”的重大作用,即消费改变生活方式、交易方式、生产方式和治理方式。上海要抓住“改变”这个话语权,势必要从先发性、渗透率、规模化和持续度入手,从这个维度来说,“引领时尚,定义潮流”的定位,同样也是城市软实力的应有之义。

接下来要做的事不少。顾军表示,上海已逐步形成“全球新品首发地示范区+首发首店地标性载体+网络新品首发平台”的首发经济载体建设体系,“进博会+时装周+首发季”的新品发布平台发展体系,未来还将加大制度和政策创新供给,进一步优化首发经济环境。与此同时,上海也明确要培育一批具有全球影响力的本土新品牌,创新一批老字号品牌,形成引领性本土品牌矩阵,加快建设国际消费中心城市。



上汽集团正在上海展览中心举办“5动全城、嗨购5限”汽车嘉年华。

本报记者 张伊辰摄

12条新举措加快国际消费中心城市建设 第三届“五五购物节”期间,市政府将安排专项资金发放电子消费券

■本报记者 徐晶卉

加强规划引领、加快创新驱动、坚持惠企利民。2022国际消费季暨第三届上海“五五购物节”启动活动及首届国际消费中心城市论坛昨晚举行。记者获悉,上海将推出《激发新动能 引领时尚潮流 加快国际消费中心城市建设的若干措施》,共有12条举措。而在第三届“五五购物节”期间,市政府将安排专项资金发放电子消费券,也支持企业以多种方式发放消费优惠券。

打造“国际级—市级—地区级—社区级”4级商业中心

记者了解到,《若干措施》共有12条新举措,重点聚焦3个方面。

一是加强规划引领,实施《上海市商业空间布局专项规划(2021—2035年)》,打造“国际级—市级—地区级—社区级”4级商业中心,形成超广域、多中心、集聚型、网络化、多能级的国际大都市商业新格局。完善夜间经济空间布局体系,点亮“一江一河”,建设具有引领性、高质量和可持续发展的24小时活力城市。

二是加快创新驱动。放大进口博览会溢

出效应,大力发展首发经济和品牌经济,吸引更多国际品牌跨国公司地区总部、本土品牌全球总部落户上海。加快发展数字经济引领新赛道,培育智慧零售、跨界零售、无人零售、绿色零售等新模式、新业态。对具有市场引领性的创新业态、模式以及创意活动,并对消费市场增长有突出贡献的企业予以支持。

三是坚持惠企利民。推进“一刻钟便民生活圈”建设,在“十四五”时期培育100个以上市级示范社区,力争每年新增2个区入选国家级培育建设试点。支持企业以多种方式发放消费优惠券,实施国家和本市扩大汽车消费政策,特别是市政府将安排专项资金发放电子消费券,同时对绿色家电等消费予以适当补贴。

企业将以多种方式发放消费优惠券

从《若干措施》来看,上海支持企业以多种方式发放消费优惠券,而在昨天的活动上,12家中外消费企业代表纷纷宣布了“消费大餐”,其中不少企业已经有了具体方案。

百联集团推出时间跨度为3个多月的营销活动,投入18亿元消费券周周送;光明食品集

团推出“线上随心订55折爆款”活动;雅诗兰黛集团表示,今年将进一步丰富品牌矩阵,投入数亿元营销费用,同时还会有百余款新品登场;阿里巴巴主打“百亿补贴”“精品首发”,让上海市民买得超值;微信支付将发布超过1亿元的商户优惠券,促进消费市场回暖;拼多多将发放38亿元的消费补贴,并设立上海专区;美团将投入超过18亿元资金及补贴,在此基础上,还将投入10亿元为上海地区商户提供精准帮扶;抖音将发放10亿元优惠补贴,并拿出百亿流量支持消费。

此外,今年的“五五购物节·汽车嘉年华”活动在上海展览中心举行,上汽集团带来了10多个品牌50多款“热卖车型”,准备了一批五五折的“钜惠大礼”,掏出了单车最高优惠超13万元的“真金白银”。

记者了解到,一批首店、新品也准备好了。欧莱雅中国将在“五五购物节”期间带来两家重磅首店,多家精品店也将集中开业;雅诗兰黛旗下国际高端专业护发品牌艾梵达将在上海开设首店;路威酩轩成员丝芙兰8月及9月将引入6个风靡海内外的国际新品牌,其旗下的主要品牌也将将在张园西区项目中呈现多元新消费体验,共同助力上海国际消费中心城市建设。

“桑达”过后是“桑拿”,申城本周持续高温 今年第6号台风“翠丝”生成,对上海无影响

本报讯(记者张天弛)“桑达”下线,“桑拿天”上线。根据上海中心气象台发布的数据,虽然“桑达”逐渐远离,但高温天气也回归申城。昨天最高气温,徐家汇站达到36℃。闵行、青浦和浦东等地也都超过了高温线。

台风走后,熟悉的三伏天体感又回来了。

据预测,本市今天多云,午后到上半夜局部阴有阵雨或雷雨,风力减小,偏北风转东南风3至4级,最低气温28℃,最高气温将越过高温线,达到36℃。

而随着副热带高压再度加强西伸,本周申城也将出现持续高温天气,本周7天最高气温都在35℃以上,极端最高

温度预计出现在周五,可达38℃。同时,午后多强对流天气,湿度大,体感“焖蒸”。

目前来看,能控制住这一轮高温天气的降温因素还没有出现。虽然今年第6号台风“翠丝”已于昨天下午生成,但它的云系结构比“桑达”还松散,强度

也更弱,对上海没有实质影响。根据上海中心气象台发布的数据,昨天14时,“翠丝”中心位于日本冲绳那霸市北偏西方向约90公里的东南南部海面上,预计接下来将以每小时25至30公里的速度快速向北偏西方向移动,强度变化不大,今天将在黄海南部海面减弱消散。

修改后的《上海市环境保护条例》今起正式施行 管住光污染,保护“轻罗小扇扑流萤”生态意境

■本报记者 王嘉旖

夏夜漫漫,本是观星好时节,然而都市夜空常被户外广告牌、灯光秀占据,“观星自由”成了奢侈。生活在都市的人与动物,自然节律、生活规律也受到光污染影响。

今天,修改后的《上海市环境保护条例》正式施行,其中重点增加了光污染防治内容。比如,禁止设置直射向住宅居室窗口的景观照明,为监控补光灯明确技术标准等等,旨在为光污染明确责任主体、规范标准,破解该领域长期“无人管、无法管”之困。

亮度管理按区分,平衡景观照明与城市生活

继废气、废水之后,光污染也成了备受关注的新环境污染源。

但具体什么样的光线会造成危害,后续鉴定又该参照何种规范执行?”在调研座谈会上,专家直指光污染难防治的“要害”。

在法律层面,现行上位法并未明确提及“光污染”,仅谈到光照对居民生活可能产生的影响。在技术层面,环评国家标准中也并未为光污染确定规范,检测机构因此较难对光污染开展鉴定,行政部门也难作出相应处罚。

对此,专家学者认为,光污染标准制定不应“一刀切”,要平衡好景观照明与城市生活。《条例》修改后明确,禁止设置直射向住宅居室窗口的景观照明。但法条也根据实际情况,为外滩、北外滩和小陆家嘴等确有景观照明需求的地区留有余地。明确上述地区如因营造光影效果确需投射的,相关部门应当合理控制光照照射时长、启闭时间,并向社会公布。

《条例》也提出,要分区域进行亮度管理,不同区域的照明效果和光辐射控

制将对应不同标准。差异化的管理手段,也是为了留住“轻罗小扇扑流萤”的良好生态。受多方因素影响,今年被不少环保爱好者认为是萤火虫“大年”。但少有人知,一盏小小路灯,也可能干扰萤火虫彼此间发出的生物信号,导致种群数量有所波动。据市生态环境局副局长、一级巡视员吴启洲透露,目前相关部门正组织修订《上海市景观照明总体规划》以及景观照明、户外广告招牌等一系列技术规范,以更细致的准则,为实践提供遵循指导。

由“治”到“防”,让玻璃幕墙、监控补光不晃眼

光污染源中,除景观照明,户外广告招牌外,玻璃幕墙也是“祸首”之一。“一站到窗户边温度就高,大白天也不敢拉开窗帘。”炎炎夏日,类似投诉不断攀升。

在建筑师看来,针对玻璃幕墙造成的光污染,相较于“治”,更应注重“防”。因为一旦玻璃幕墙建成后,更换、贴膜等后续治理成本很高。想要“一劳永逸”,就要在建筑建设之初通过一系列行之有效的举措规避风险。据此,修改后的《条例》明确户外设置照明光源、建筑物外墙采用反光材料的,应当符合国家和本市有关规定、标准规范。

由“治”到“防”的思维,同样适用于“亮瞎眼”的监控补光。“本为交通安全设置的补光灯,没想到却因光线太强,反倒引起了安全隐患。”市人大城建环保委的调研中,一些市人大代表直言,监控补光灯对车辆驾驶员和行人造成了眩光干扰,严重时甚至还造成了短暂的“光盲”。《条例》修改后吸纳了这一建议,并明确,公安、交通等部门在监控设施建设过程中,应当推广应用微光、无光技术。

■本报记者 祝 越

“家里终于有大厨房了,还多了一个储物间。”经过“抽户回搬”,闵行区江川路街道电一小区居民张磊斌家有了大变化——原本要和邻居合用煤卫,如今变成了独用,居住面积也翻了一倍。

记者昨天了解到,针对各类老旧住房,闵行区全面启动新一轮旧改,形成“一地一策”“一楼一策”,采取“单边扩建”“拆除重建”“抽户改造”等多种方式,有效推进成套化改造,预计到今年将有8000户居民受益。

其中,江川路街道瑞丽、电一、汽一小区旧住房成套改造项目日前开工。这是江川辖区的第三批旧住房成套改造项目,共涉及3个小区35幢房屋、居民1450户。

“电梯房方便我们老人,以后我们走路也方便,这里视野很好,看上去外面很舒服,风景也很好。”家住电一小区的居民周燕华在这里已住了几十年,这次旧改她作为“抽户搬离”居民,下个月就要离开这里。不过,期待不久后就要入住新房,周阿姨心里特别激动,对未来生活充满期盼。

江川地区的非成套房屋主要分为市、区房管局所属的直管公房以及电气集团所属的系统公房,由于建设时间早、房型多为煤卫合用,居民生活非常不便。经统计,街道共有非成套房屋244幢,建筑面积40.3万平方米,非成套居民6525户,占全区非成套房屋总量的61.93%。

自2005年起,江川路街道着力改善群众居住质量和居住环境,聚焦“老小旧远”等民生难题,为彻底消灭“煤卫合用”,打响旧住房成套改造项目攻坚战。

历经17年,江川路街道从零开始,逐步积累经验,并形成了拆落地、加扩建、抽户异地安置以及内部分隔四种成套改造方式。

目前,累计改造面积31.93万平方米,完成79.23%,成套改造房屋209幢,受益居民5075户。江川路街道办事处副主任范斌告诉记者,当天启动的旧住房成套改造项目是街道最后一批,所以具有重要意义。今年这一批35幢改造完成后,江川路街道基本完成了所有的非成套房屋改造,后续还将争取对历年来没有实施改造的居民,最后再做一次改造。

据了解,闵行区政府为民办实事项目中“实施5万平方米老旧工房改造”,主要集中于江川路街道汽一、电一、瑞丽等小区,截至目前,已完成约8万平方米的老旧住房居民签约。吴泾镇5530弄老旧工房成套改造范围为46幢非成套房屋,建筑面积9.2万平方米,涉及户数2113户,截至目前,已有1幢房屋完成全部签约,居民已临时外搬过渡。

闵行区全面启动新一轮旧改,采取『单边扩建』『拆除重建』『抽户改造』等多种方式,有效推进各类老旧住房成套化改造

消灭『煤卫合用』,今年八千户居民将受益