

《上海市商圈能级提升三年行动方案(2024—2026年)》印发, “一圈一策”打造全球一流商圈

南京东路商圈今年加速“年轻化”

■本报记者 徐晶卉

哈根达斯全球概念创新店、首家“变形金刚”主题餐厅等首店旗舰店即将登陆南京路步行街。记者昨天从“康康前行,奋楫争先”南京路商圈年度大会获悉,南京路步行街今年将调改升级,加速拥抱年轻化。

就在前天,《上海市商圈能级提升三年行动方案(2024—2026年)》印发,对南京东路商圈打造全球一流商圈提出了目标。未来,南京东路商圈将对标全球顶级商业街区,深耕商圈高质量发展转型提质之路,助力上海建设国际消费中心城市。

持续推进建设世界一流南京路

商圈是促进城市繁荣和服务改善民生的重要引擎,《方案》提出,到2026年,国际级消费集聚区消费规模年均增长5%以上,外来消费占比超过40%,商圈坪效年均增长5%以上,客流量年均增长5%左右,每年全市新增首店数800家以上。

南京路步行街企业联合会会长陈湧表示,消费作为经济增长的“压舱石”和“稳定器”,其重要性不言而喻。南京东路商圈将积极贯彻落实《方案》,持续推进建设世界一流南京路,打造传承经典、引领未来的国际顶级商业街区,努力推动商圈高质量发展再上新台阶。

据悉,今年南京东路商圈将把促进商圈消费摆在优先位置,加强商圈资源融合,瞄准五五购物节、中秋国庆等重要节点,持续深化商圈整体营销活动和主题特色品牌活动,丰富活动内容,创新营销模式,制造消费新热点,增强消费者对商圈的认同度,为促进商圈消费力升级提供有效支撑。同时,将把优化商圈业态摆在关键位置,以发展首发经济、品牌经济、夜经济、绿色低碳经济为着力点,构建品牌汇集、品质高端、品位独特的消费供给体系,形成多元化业态格局,为商圈带来更大市场优势。

一批新项目将闪亮登场

南京路步行街之新,在于城市更新之中

的不断升级调整,与时俱进。今年,南京路步行街将迎来一系列新变化。

世纪广场焕新升级进行时,北侧5栋商业体改造升级也备受关注。南京路步行街商业经营管理有限公司总经理王纲介绍,项目整体将以“百变取景框”为设计理念,着力打造一处充满生机与魅力的都市“引力场”。记者获悉,这里已引进哈根达斯全球概念创新店、首家“变形金刚”主题餐厅等首店旗舰店,同时,围绕世纪广场区域,形成“六屏联动”新视觉,广场、商场、秀场“三场”联动新模式,呈现消费场景新亮点,撬动商圈消费增长。

“我们将于今年启动商场六、七层及屋顶的改造升级项目,以‘皇冠’为灵感,将之打造为‘外滩之眼’,成为南京路步行街和外滩第二立面的‘空中网红打卡点’。”新世界大丸百货执行董事叶一帆介绍了改造计划中的多个亮点区域,包括核心绿动、文化艺廊、互动空间、野趣花园、品牌秀场和天空之境等。他表示,此次改造是对传统百货业态的一次创新尝试,希望能让年轻消费者在不同时段都能找到适合自己的消费场景。

加速让年轻人爱上传统商圈

《上海市重点商圈消费洞察报告》昨天同步发布,选取上海7个重点商圈,从消费动能、乐活乐游、辐射&影响力、消费活力、经典传承5个维度研究各商圈定位特色与差异。报告显示,南京东路商圈2023年人气登顶,年度消费人数达442.7万,外来消费者达107.6万人。

南京路步行街在转型提质过程中,将优化客群结构作为重要切入点之一。据相关数据统计,商圈的人群画像中,25岁至34岁的占比最高,达到40.76%,高于全市商圈均值,表明商圈客群年轻化已成为新趋势。

如何让年轻人重新爱上传统商圈?越来越多新业态在南京路“落地开花”。百联ZX创趣场,开业仅一年,便成为沪上年轻一代社交消费的“二次元文化圣地”。“我们的经营理念是‘Play Together’,就是要跟粉丝们玩到一起。”项目市场管理部副经理施艳敏表示,商场内的每处细节都在“拥抱二次元”,整体上是基于“Z世代”文化和圈层认同,打造因共同热爱二次元文化而聚集的社群空间。

外认真。让她没想到的是,只半节课时间就解决了困扰她许久的难题——究竟什么样的枕头最合适自己,“其实关键就是枕头高度,合适的枕头应该是头压下去一半左右能撑住,高度正好是侧卧后脖子到手臂外侧的距离。”

曙光医院党委副书记郝微微表示,今年春季班开出的骨科、妇科、儿科三门课程只是“小试牛刀”,还有很多非遗项目,值得在未来进入课程表。

有人在市民艺术夜校收获了实用生活技能,也有人奔着“无用但快乐的事情”而来。距离上课还有半个小时,刘小姐便早早赶到四楼多功能厅等候上小提琴课。从事金融工作的她毫无小提琴基础,只因被这件乐器的优雅所吸引。“忙碌的工作、生活之余,也需要有属于自己的艺术时间。”她说。

“今年春季班开出的680门课程中,约三分之一为新课。”市群艺馆馆长徐皓介绍,为满足市民需求,市民艺术夜校在前中期做了大量调研,针对学员兴趣做了精准课程设计。比如了解到90后、00后对电竞感兴趣,就在首次加入夜校的闵行区虹桥爱琴海电竞教学点开出潮玩卡牌对战课程。

与此同时,今年春季班对以往抢课速度排名靠前的热门课程做了再开发式梳理,让百门课程分布于更多点位。“今年中医课程在总校试点后,接下来有望结合曙光医院院区向黄浦、浦东拓展,让传统文化走进更多企事业单位。非遗手工作、传统戏曲等课程在总校、分校一直比较受欢迎,未来计划把这些课程进一步推向远郊地区,让更多市民享受优质文化服务。”徐皓说。

上海市民艺术夜校春季班昨天开班

课程“热辣滚烫”名师“春风化雨”

■本报记者 李婷

夜幕降临,古宜路上的上海市群众艺术馆却变得热闹起来。天空下着小雨,不断有人步履匆匆地赶来。昨天是上海市民艺术夜校春季班开班的日子。今春,“一课难求”的夜校再度刷新热度,启动报名首日出现了峰时涌入73万人同时在抢课的现象。以总校市群艺馆为例,昨晚同时开出的13门课程,就包括4秒被抢光的小提琴课和5秒被抢光的石氏伤科。市民艺术夜校的课程缘何如此受欢迎,记者走进课堂一探究竟。

“上课之前,我们先动一动热身,一只手握住另一只手的手腕,向上拉伸,俗称伸懒腰……”19时,在三楼报告厅,曙光医院骨科主任詹红生以别样的方式“开讲”石氏伤科。不过两分钟时间,学员们已经感受到课程的“热辣滚烫”,有人头上开始冒汗,有人手微微发抖。“最重要的是让大家听得懂、学得会、做得到、用得上……希望通过我们的科普让更多人少来医院,最好不来医院。”为了昨天一个半小时的课程,这位国家级非遗上海石氏伤科疗法代表性传承人花了6个小时的时间提前备课。

“干货满满,不仅知识点多,而且实



小提琴课程课堂上,来自上海交响乐团的演奏家王琳现场给学员示范该如何握持小提琴。

任医生来授课,“含金量”爆表。“当老师的,要经常伏案工作,颈椎都不好,我们三个同事都在线报名了这门课程,最后就我幸运地抢到了。”高女士调侃自己是肩负着重要的使命来上课的,因此要听得格

用。“坐在第三排的俞先生全程认真地做着笔记,1997年出生的他从事办公室工作5年,颈椎腰椎不舒服是他和同事比较常遇到的问题。一节课下来,俞先生发现收获远超预期。让俞先生惊叹的是,12节课会有7位主

“上海主场”让柏林爱乐巡演变驻演

(上接第一版)中国上海国际艺术节中心总裁李明告诉记者,专业的剧场、高素质的乐迷、广阔而具有潜力的市场、专业的艺术节运营团队都是吸引柏林爱乐驻演上海的原因。为了促成驻演事宜,艺术节自2019年起就开始积极筹划,但是所有名团的成行都不是一蹴而就的,而是经过长时间的协商谈判后,最终敲定了今年来沪驻演的行程。柏林爱乐乐团驻演上海是重大文化事件,在亚洲地区也极具标志性,为了保障演出的完美呈现,艺术节提供专业周到的保障工作,通过多方沟通协调包机事宜,克服目前尚无上海柏林两地直飞航线这一问题,让柏林爱乐能够直达上海。“众所周知,世界一流名团的巡演行程永远是非常紧凑的,此次柏林爱乐访沪行程中,除了四场交响乐之外,明星室内乐组合包括其十二把大提琴音乐会,同时还穿插安排了多项艺术教育,是前所未有的。”李明说。

从过往的两天演出到近十天的驻演时长,此次不仅刷新了柏林爱乐在沪的“最长场次”,也刷新了柏林爱乐在沪的“足迹范围”和“覆盖人群”。从上海大剧院的4场近400分钟的交响音乐会,到走进各区的室内乐演出,再到深入校园的艺术教育活动,柏林爱乐的足迹遍及全市,“让不仅‘懂经’的乐迷,还有更多艺术爱好者、少年儿童都能感受到古典音乐魅力,让柏林爱乐之声更好地走进上海的千家万户”。

“上海限定”助力文旅消费为城市引流

今年,经过与柏林爱乐乐团的反复沟通,上海大剧院的演出在柏林爱乐乐团官网上实现了海内外同步开票——“上海市场,全球同步”,通过这一功能实现与全球乐迷的链接,提高这一上海文化品牌的能见度,提升上海在全球城市体系中的影响力和竞争力;同时也将以名团优质资源为城市引流,助力上海打造中国人境旅游“第一站”。

为了让上海文化“码头”成为世界名团“主场”,艺术节不仅提前预估乐迷的

关注度,在票务支撑平台上进行技术保障,以保证全球同步开票的顺利进行;更是通过撬动高能级、高流量、高品质的演出落地上海,吸引长三角地区乃至全世界的乐迷提着行李箱来感受“上海限定”的艺术享受。中国上海国际艺术节中心党总支副书记、副总指挥杨佳露告诉记者,为了在乐友的同时带动文旅消费,艺术节与几个区的文旅部门密切沟通,充分调动学校积极开展联动活动,全面激发“大消费”潜力,发挥文旅业作为流量型城市人口、服务型经济引擎的重要作用。

演出消息传出后,艺术节收到大量外省市乃至海外观众的来电及线上咨询,在从购票平台到支付手段再到汇率结算等细节问询中,“做足预案,仍被乐迷的高涨热情所感动”。杨佳露说,4月7日一经发售“优先购”立刻秒空;8日正式开票后所有演出票,5分钟之内全部售罄,有超过40%的购票观众来自境外及全国其他21个省市区。“顶级演出折射上海城市强大的承载力与吸纳力,也将进一步助力上海打造中国人境旅游第一站。”

“豪华配置”将柏林森林音乐会“平移”到黄浦江畔

作为中国上海国际艺术节特别项目,柏林爱乐将在中国的首次驻演献给了上海,更在许多方面推出了“深度定制”:在演出阵容上,集结了指挥界“黑马”基里尔·别特连科、钢琴家王羽佳以及世界顶级交响乐团的“豪华配置”;在选曲上,4场交响乐音乐会的曲目编排也精心设计,将为乐迷带来极致的古典乐体验——从贝多芬瓦格纳、勃拉姆斯、施特劳斯特威尔再到穆索尔斯基、普罗科菲耶夫,在“柏林爱乐在上海”曲目单中,涵盖了古典主义、浪漫主义曲目以及俄罗斯音乐。值得一提的是,在首场交响乐演出中,基里尔·别特连科将世界级露天音乐盛典柏林森林音乐会曲目“平移”至上海,让乐迷身处上海大剧院就能“直通”柏林森林同歌视听盛宴。

上海文化“码头”,世界名团“主场”。这个初夏,柏林爱乐和全球乐迷共同期待着,黄浦江畔将奏响怎样璀璨的全新乐章。

(上接第一版)汪梓欣说,其中最难的一环是让AI与企业“相互理解”。刚开始试验的时候,设计师使用平台工具生成的图片虽美,却不符合企业的实际需求。双方探讨发现,作为“新型沟通语言”提示词的精准运用对后期效果影响巨大,于是图蝇AI又对组织架构、训练及设计方法进行优化,如此磨合3个月之后,效果一下子就出来了。

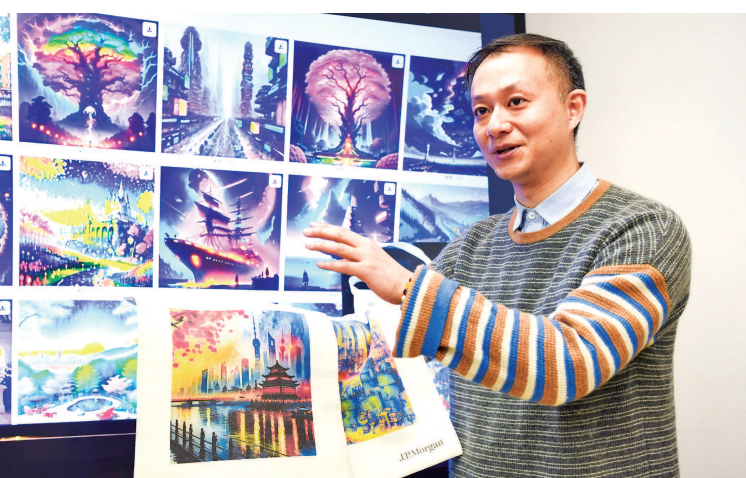
“原本客户需两周才能完成一个花稿,现在将所有设计流程放在AI平台上运转,生产一幅成熟设计稿只要一两天,效率提升近10倍,花型图案选中率也从10%升到30%。”他说,如今这家外贸企业已创作出超300幅成熟的设计作品,并在短短半年内收获了60多笔海外订单,实现了从“人工驱动”到“人工智能驱动”的转型。

AIGC创业在沪“有氛围感”

作为上海最早一批涉足AIGC的创业企业,图蝇AI无疑是幸运的:创业没多久,就赶上了AIGC的热潮。

创业最早源自兴趣。汪梓欣告诉记者,图蝇AI创立于2020年,最初从事社交电商方向。但作为技术男的他,闲暇时经常会和海外社区做艺术分享。彼时,AI图像生成程序刚开始在海外

起跑更早,为纺织业加载AI驱动力



企业负责人在介绍图蝇AI的产品。

市场走红,汪梓欣对于数字生成艺术十分着迷,他给记者展示了前几年的作品,“当时我就感觉到,AI已经具备了内容创作的能力,落地应用是迟早的事”。

2022年初,图蝇AI开始面向AIGC赛道创业。那一年团队走访了纺织行业不少服装面料企业,发现这个行业还处于转型早期,“不少设计师都已开始接触

■本报记者 周辰

同济大学副校长姜永琪曾用过一个有趣的比喻形容文创产业——文创像葱花,单个碗碗恐怕无人问津,若将其恰到好处地撒在其他菜上,却是提鲜增香的点睛之笔,使人对这道菜欲罢不能。

真正好的文创产品,既是某种实体的文化价值的浓缩,同时又能放大这个实体本身的吸引力,使人们产生到访与消费的兴趣和冲动。

然而,如今市面上却有一批“食之无味、弃之可惜”的文创产品,似乎在杯子、雨伞上印了名字就算作文创了,可收到的人却觉得“丑得拿不出手”。这究竟是“甲方”预算没到位,还是设计师审美的滑落?

黄浦区首届“礼上往来”文创设计大赛昨天拉开帷幕,文创产业链平台同步启动。参与大赛的文旅产业和设计院校的相关人士认为,现象背后的深层次原因更值得探讨,当科技浪潮影响和重塑文创产业,怎样在文创礼物中体现人文与人的价值,打造文创产品消费场景,整条文创产业链都应行动起来,共同助力文创产业高质量发展。

好文创设计到底缺啥

部分文创拿不出手,并不是甲方审美之争那么简单。黄浦文旅集团总经理夏锋介绍,为了打造能够代表黄浦、代表上海的文创产品,企业进行了深入调研,发现那些成功的文创产品通常都具有深刻的城市记忆点,此外年轻人往往会为那些更有参与感、科技感的文创产品埋单。

而这样的文创产品之所以少见,不仅因为缺设计人才,同时更缺少一个互通有无的平台。譬如建立一个知识产权交易平台,有设计文创产品需求的企业就可以在这个交易平台上自由选择满意的文创IP或设计,这样可以激励设计师们更自由地创作好作品。

“上海不缺好IP,关键是IP怎样转化为产品”,从设计到转化又是一道槛。夏锋观察到,在黄浦区,旅游不再是程式化地“到此一游”,越来越多游客拖着行李箱来看演出展览。随着文旅场景越来越丰富,体验越来越多元,对于游客购买文创产品的消费心理和共鸣点成为值得研究的课题。

为此,黄浦文旅集团昨天启动“礼上往来”文创产业链平台,联手全国知名文化机构、高等院校、企业集团、老字号等产业链上下游,构建创意设计、产品开发、精准营销等全链条服务。通过可视化数据库及项目管理平台,发挥合作单位的资源及空间优势,提供资源支持及销售渠道落地,完成文创从IP授权、创意、开发、制作、销售全链闭环。

产业链新增长点在哪里

“文创产业链正在发生质的变化。”同济大学上海国际设计创新研究院常务副院长苏运升认为,人工智能、大模型的出现使产业链发生了重要变革,同时也是行业的新增长点。通过参与文创设计大赛、参与文创产业链平台,苏运升希望能够将学界的前沿观察和理解直接投入到应用层面,促进全国文创产业链迅速适应和应对变革和新趋势。

“过去,人们先做出产品,等待消费者购买;现在,着眼于具体的个体精准定制文创礼物已经成为趋势”,苏运升认为,从标准化到定制化,文创设计必须平衡好人与机器的参与程度和方式,以文创产品反映人与人之间情感的连接。

文创产品要反映人文价值的观点,也得到了几家文博馆的共鸣。不远千里赶来上海参加活动的新疆维吾尔自治区博物馆文创部主任关懿说,文物在展柜里是带不走的,然而文创产品却可以把历史文化传播出去,越是好的产品就能将文化传播得越远。

梓欣坦言“特别有氛围感”。一方面,该领域需要既懂技术也懂艺术的复合型人才,而上海在这方面有优势;另一方面,上下游产业链也都能在这里轻松找到。

立志在海外市场“立标杆”

你眼中的主题色彩是什么?你眼中的创新精神是哪种颜色?你偏爱的艺术风格是什么……在互动装置界面上做完3道选择题,就能一键生成图片,通过工业级数码直喷打印机,一个独一无二的帆布袋就完成了。就在这两天,图蝇AI为巴黎春天带来的会员专属礼遇活动,受到了消费者的追捧。

“过去一年,图蝇AI平台软件已更新至4.0版,不仅迭代了AIGC领域的最新技术,也根据业务需求补充了一些专业功能。”汪梓欣表示,图蝇AI已在纺织印染、文化创意、品牌营销等数字艺术领域找到了应用场景,并为服装、广告等多个行业带来新的技术突破。

除在国内拓展业务,图蝇AI今年还打算“走出去”立标杆。这几天,汪梓欣正计划前往孟加拉国。孟加拉国是世界第二大纺织品、服装出口国,数字化转型还处于初期。之前孟加拉国的咨询企业在上海看了我们的项目,十分感兴趣,希望借助我们的前沿工具赋能当地企业。”

中国信达资产管理股份有限公司上海市分公司资产处置公告

中国信达资产管理股份有限公司(上海市分公司)关于华融融达期货股份有限公司股权资产的处置公告
华融融达期货股份有限公司(以下简称“华融融达公司”)为一家在中华人民共和国注册成立的公司,中国信达资产管理股份有限公司持有该公司31,675,063.00万股股份,现拟向境内(外)合格投资者转让上述股份。
华融融达公司注册资本 183,030,730.4万元,属金融期货行业,企业地址为郑州市郑东新区商务内环路27号楼1单元3层01号、2单元3层02号,经营范围为商品期货经纪、金融期货经纪、期货投资咨询、资产管理、基金销售。
根据华融融达公司已提供的2023年度财务报表(未经审计),截至2023年年底,公司总资产为476,454.86万元(合并口径),负债总额343,277.03万元,净资产133,177.83万元;全年营业收入21,149.10万元;利润总额538.18万元;净利润650.48万元。
投资者可登陆华融融达公司的网址http://www.hrrdqh.com查询详情。
投资者应具备的条件:1.财务状况良好,具有足够支付能力的法人、自然人、其他组织等,国家有关法律、法规限制的除外;2.同意并配合转让方完成法律、法规规定的行政审批及征求华融融达公司其他股东行使优先权等手续;3.应当符合《期货公司监督管理办法》等相关法律、行政法规、规章规定的受让资格和条件。但不属于国家公务员、金融监管机构工作人员、政法干警、资产处置工作人员、债务管理工作人员以及参与资产处置工作的律师、会计师、评估师、拍卖人等中介机构人员等关联人或者上述关联人参与的非金融类机构法人;不属于与参与不良债权转让的资产公司工作人员、债务人或者受托资产评估机构负责人、管理人员等有近亲属关系的人员;不属于失信被执行人或失信被执行人的法定代表人、主要负责人;不属于影响债务履行的直接责任人员、实际控制人等;不属于标的债权所涉及的债务人和担保人;不属于反恐、反洗钱黑名单人员;不属于其他依据法律法规、司法解释或监管机构的规定不得收购、受让标的资产的主体。
公告有效期:自公告刊登之日起20个工作日
受理征询或异议有效期:自公告刊登之日起20个工作日,如对本次处置有任何疑问或异议请与上海市分公司联系。
联系人:倪女士、刘女士;联系电话:021-52000874、021-52000843;电子邮箱:nipei@cidam.com、liuxiaoyun@cidam.com
分公司地址:上海市静安区北京西路1399号信达大厦24、25楼
对排斥、阻挠征询或异议的举报电话:021-52000868、021-52000862
对排斥、阻挠征询或异议的举报电子邮件:xiayang@cidam.com、engqaoqin@cidam.com
特别提示:以上资产信息仅供参考,信达公司不对其承担任何法律责任。
该股权资产的有关情况请查阅我公司网站,网址:www.cidam.com.cn