



一年前，南京路步行街东拓段正式开街。

青年报资料图 记者 吴恺 摄

南京路步行街与外滩的强强联手展示出强劲新活力。

本版均为受访者供图(除署名外)

南京路步行街东拓段开街一周年

“中华第一商业街”释放新活力

9月12日，是一个被载入上海商业历史的日子。一年前，南京路步行街东拓段开街，正式让上海的两大地标外滩和南京路实现了“全贯通式”的强强联手。一年后，东拓开街为商业注入了哪些灵感与新动力？记者在调查走访中发现了令人惊喜的新变化。

青年报记者 冷梅

青年
发现

流量变现

商场与商街互为增量

商场销售额同比上涨48%
商街走秀快闪活动连台

作为东拓段伊始市口最好的百货，新世界大丸百货占尽天时地利。而在商业营销的战术打法上，新世界大丸百货也是业内出了名的“学霸”。日前，为迎接东拓段开街一周年，新丸百货也备上了一份“贺礼”，同期举办“第七届秋季化妆品节”，给出超强优惠力度。国际一线化妆品8折，再享400元团500元美妆券；黄金饰品立减66元/克，折后消费500元赠100元现金券；女鞋精选商品3.5折起，折后消费满500元赠150元现金券……

这几天，新丸的柜姐们已开始为消费者拆解了“打折公式”，以一瓶炙手可热的祖玛珑蓝风铃香水为例，它的原价为620元，享受八折就能以496元的心动价拿下。而如果消费者办理一张广发或交通银行的信用卡，可获得200元银行券，只需再加200元现金，就可购买一张500元的美妆团购券，如此，就能以3.2折价格拿下这瓶香水。

新丸百货的化妆品节行至第七届，几乎年年都会举办，东拓段开街赋予其的新意在哪里？新丸百货公关经理马牧告诉青年报记者：“更能体现世界级商街的气场了。东拓前，新丸百货虽身处南京路步行街的一端，但地理位置有点尴尬，南京路步行街到河南路便戛然而止，客流需要跨过一条交通主动脉才能抵达商场。而在新丸百货的正门一侧，则是一条狭长的小路，机动车川流不息，以至于很长一段时间，商场活动都只能放

在河南路前的小广场上，总觉得缺少了些气场。”

显然，如今一切大变身。东拓段开街后，在世界级商街的映衬下，新丸百货的活动更有气场了。以本次化妆品节为例，记者在现场看到，内场中庭已经搭好了迪奥展台，从上往下看宛如电影胶卷一般——这是迪奥年度的大型快闪活动。而在外场，步行街段的“兰蔻24小时持妆片场”已对外亮相，吸引很多消费者驻足拍照。

事实上，东拓段开街这一年来，步行街已经成为商场走秀、快闪、大型装置的最佳落地点，马牧告诉记者，大品牌谁都不想错过南京路的巨大流量，纷纷把品牌推介的主阵地放在这里。

商街与商场的有机互动，实实在在地拉动了消费。数据显示，今年1至7月，新丸百货销售额较去年同期上涨48.11%，进店客流达730万人次，较去年同期上涨53.21%。

同样受益的还有开进东拓段江西中路上的4家上海老字号。领跑的黄隆泰花茶店从去年9月开业至今(截至8月)总销售额143.6万元，老大同善道米店同期总销售额128.9万元，三阳南货60万元，邵万生40.29万元。上海邵万生商贸有限公司办公室副主任韩国亮告诉记者，为了增强与街区气质的匹配度，几家老字号都在新形象、新产品、新包装、新营销、新模式上做了充分探索，寻求年轻消费者的关注。



叠加效应

首店首秀与商旅文跨界互动

首店汇集全球最全化妆品
商业联动为外滩再增亮色

记者发现，南京路步行街东拓这一年的变化，不仅仅体现在单一商场红火的生意中，也体现在商业街区的能级提升上。南京路东拓后，首发经济的聚合与辐射效应变得更强了。

据悉，今年以来，新丸百货在不断升级中又迎来了众多首店，5月，WEDGWOOD Tea Room上海首店开业；8月，法国护肤品罗莱玛希全国首店开业；12月，日本顶级奢护品牌THE GINZA上海百货首店也将落地，其目标是让全国的消费者都能在中华商业第一街买到全球最全的化妆品品牌商品。

通过新老汇聚、中西交融、场景迭代，通过“玩转南步行街”APP等数字营销手段，垂直细分用户体验，也为南京路注入了全

新的消费活力。

今年7月，外滩中央广场内街玻璃穹顶正式亮灯，12000盏炫彩Led灯珠在近4000平方米的玻璃穹顶上交相辉映，穹顶之下，十字内街“变身”为开放式广场，成为南京东路百年来首次出现的穹顶景观，也为“中华商业第一街”增添了一道新风景。其功能定位为“商业+旅游+文化的生活时尚秀”，以精致零售、特色餐饮、文化艺术、高端办公为四大主要业态，未来，这里还将开设露天咖啡吧、露天集市，成为品牌发布会、时尚秀场的举办地。

在打造一条世界级商街上，南京路步行街东拓段更多的尝试是刷新和突破物理场域的限制，让商旅文联动，形成叠加效应。而各具差异性，也让东拓段

的每一个商业业态形成错位互补。

最近，新丸百货就与外滩十八号进行了商业联动。外滩十八号的JR网红蝴蝶酥，经常需要排队两小时才能买到，而如果手持新丸百货金卡及钻石卡会员，在外滩十八号任意消费，即可免排队预约。而在此之前，新丸百货还与和平饭店有过合作，收效不错。

“东拓为我们打开了合作的视野。”马牧说道，商场的目光不再局限于自身，而是整条街区的彼此成就，相互赋能。上海正力争到“十四五”末率先基本建成国际消费中心城市，作为一直以来上海商业的标杆，这也让各方对南京路步行街的未来充满了无限期待。