

梧桐边老洋房 弄堂口小酒馆 街对角旗袍店

背街小巷“小而美” 彰显“上海购物”新情怀

本报记者 张仰超

如今的上海,既有高端品牌汇聚的南京路、淮海路,也有人气兴旺的第一八佰伴、K11,但在繁华热闹的商业大街背后,还有一条条小马路和小街坊,依然流淌着浓浓的“上

海韵味”,一些人还会流连于城市中的背街小巷,探寻洋房背后、弄堂深处的海派风情。这些以繁华的主要商业街为主轴,在周围发展各有特色的商业,形成鱼骨状的商业街区,让追求个性化的消费者获得深度体验。这种主街和背街互补发展的模

式,有效延长了人们的驻留时间。到2020年,上海将打造2条世界级商街,10个国内一流商圈,20个特色商业街区。这意味着“要购物,到上海”,不仅需要世界级的商业街、商圈和购物中心,也需要小而美彰显海派特色的背街小巷。

本土风 异乡情

相比大商场里的标准化服务,小而美的背街小巷还有更多人际交往,成为城市生活中的温情和眷恋。

在巴黎、伦敦、东京这样的全球闻名的消费城市,主要商圈周边都有闻名遐迩的后街。对当地消费者来说,来到香榭丽舍大街、牛津街或者银座,也许是为了购买奢侈品旗舰店里的新品,也许会转个弯走进支马路上的咖啡馆、精品店,坐一坐、看一看。围绕着大牌云集的主要商业街,阡陌交错的背街小巷无疑给这座城市提供了更多的韵味。

牌,这既绕不开世界级的商业街,也不能没有分散在其背后的背街小巷。日前,上海市委书记李强在静安区调研打响“上海购物”品牌时表示,背街小巷改造提升潜力巨大,要聚焦特色、做精做优,注重专业化发展,加强精细化管理,营造更加优质舒适的购物环境,更好地体现街区底蕴和独特气质。

老洋房 新时尚

对于时尚潮人和部分游客来说,于静谧中引领潮流消费的建国西路、武康路上,能找到上海的个性。

斑驳的老洋房能让人看到历史的影子,但当游客推门而入后还会发现时尚潮流才是这里的主色调。对于时尚潮人和部分游客来说,于静谧中引领潮流消费的建国西路、武康路、安福路能找到上海的个性。

路开始“飘红”,成为上海人“荡马路”的新地标。如今,每走几十米就能邂逅一家有趣的店:独立书店、设计师家居、香水调制实验室、玻璃制作体验馆、花艺教室、分子料理冰淇淋店……上海故事也没有被忘记,复古电话挂在改造后的“名人墙”上,拿起听筒便可以听到老上海的卖报声、合唱声、电车铃声。“我们坐在咖啡馆里看风景,别人也当我们将是一道风景。”带着刚从国外回来的老同学,家住附近的钱女士已经把愚园路当做招待亲友的“会客厅”了。

客喜欢在这里做西服,大多是当日定做、隔日试样,离沪前取货,衣着一新路上归途。不少年轻人也爱来这里做旗袍,好在派对上亮相。

本土风 异乡情

上海正在打造“上海购物”品

本土风 异乡情

牌,这既绕不开世界级的商业街,也不能没有分散在其背后的背街小巷。

本土风 异乡情

这里起家。如今的吴江路“休闲、时尚、风情”,是上海目前仅有的两条“中国特色商业街”中的一条。

建国西路被称为“隐藏在闹市里的一片净土”,荣毅仁的旧居、船王董浩云的旧居都在此地。走出历史故事的建国西路,如今已成为新晋的网红街,这里有网红始祖柴田西点、带有市井余味的嘉善老市、美少女主题的甜品店 Soft Rose 等等时尚新潮的商铺,短短2000多米的路上潮店云集,法式风情的老建筑也因此重拾活力。

而在淮海路的背后,则有南昌路、茂名南路、思南路等特色小街。南昌路上的潮流小店走的是“小众化”路线,弄堂深处的店家做的是“小生意”。私人定制的服装、珠宝,个人工作室的香道、茶道,电子蒸汽烟俱乐部和中式家具混搭,“小众化”“小生意”带来“小确幸”。

茂名南路则是服装定制一条街,传统刺绣旗袍、改良中式时装、高档男士西服,在橱窗里亮相的既是精美服饰,也是传承多年的手艺和上海的工匠精神。住在锦江饭店、花园饭店的外国顾

客喜欢在这里做西服,大多是当日定做、隔日试样,离沪前取货,衣着一新路上归途。不少年轻人也爱来这里做旗袍,好在派对上亮相。

牌,这既绕不开世界级的商业街,也不能没有分散在其背后的背街小巷。日前,上海市委书记李强在静安区调研打响“上海购物”品牌时表示,背街小巷改造提升潜力巨大,要聚焦特色、做精做优,注重专业化发展,加强精细化管理,营造更加优质舒适的购物环境,更好地体现街区底蕴和独特气质。

这里起家。如今的吴江路“休闲、时尚、风情”,是上海目前仅有的两条“中国特色商业街”中的一条。吴江路全长不过300米,沿途却有一百来户商家,其中75%是餐饮品牌,日均客流量在10万到18万人次之间,高峰时可达25万人次,日均销售额超过400万元。

从徐汇区往静安区步行,乌鲁木齐中路则是网红食品店的集中地,既市井又洋气,是拥趸们给予的评价。看似破旧的小杂货店卖的全是进口食材,到处可见英文的介绍。这里每家店都不大,20平方米左右,但经营的项目五花八门,各有特色。

而在淮海路的背后,则有南昌路、茂名南路、思南路等特色小街。南昌路上的潮流小店走的是“小众化”路线,弄堂深处的店家做的是“小生意”。私人定制的服装、珠宝,个人工作室的香道、茶道,电子蒸汽烟俱乐部和中式家具混搭,“小众化”“小生意”带来“小确幸”。

客喜欢在这里做西服,大多是当日定做、隔日试样,离沪前取货,衣着一新路上归途。不少年轻人也爱来这里做旗袍,好在派对上亮相。

上海正在打造“上海购物”品

牌,这既绕不开世界级的商业街,也不能没有分散在其背后的背街小巷。

这里起家。如今的吴江路“休闲、时尚、风情”,是上海目前仅有的两条“中国特色商业街”中的一条。吴江路全长不过300米,沿途却有一百来户商家,其中75%是餐饮品牌,日均客流量在10万到18万人次之间,高峰时可达25万人次,日均销售额超过400万元。

连接静安寺和中山公园两大商圈的愚园路,聚集着曾经的沪西高级住宅,也见证过“72家房客”的市井生活。在城市更新的过程中,愚园

而在淮海路的背后,则有南昌路、茂名南路、思南路等特色小街。南昌路上的潮流小店走的是“小众化”路线,弄堂深处的店家做的是“小生意”。私人定制的服装、珠宝,个人工作室的香道、茶道,电子蒸汽烟俱乐部和中式家具混搭,“小众化”“小生意”带来“小确幸”。

客喜欢在这里做西服,大多是当日定做、隔日试样,离沪前取货,衣着一新路上归途。不少年轻人也爱来这里做旗袍,好在派对上亮相。

上海正在打造“上海购物”品

牌,这既绕不开世界级的商业街,也不能没有分散在其背后的背街小巷。

这里起家。如今的吴江路“休闲、时尚、风情”,是上海目前仅有的两条“中国特色商业街”中的一条。吴江路全长不过300米,沿途却有一百来户商家,其中75%是餐饮品牌,日均客流量在10万到18万人次之间,高峰时可达25万人次,日均销售额超过400万元。



日前,上海市委书记李强在静安区调研关于打响“上海购物”品牌时表示,背街小巷改造提升潜力巨大,要聚焦特色、做精做优,注重专业化发展,加强精细化管理,营造更加优质舒适的购物环境,更好地体现街区底蕴和独特气质。 CNSPHOTO 提供

新注册商标统一公示

(北京艾培万知识产权代理有限公司提供商标代理、知识产权咨询服务)

刊登热线:010-83126800

传 真:010-83126803

Table with 8 columns and multiple rows of trademark registration information. Each row includes a logo, registration number, trademark name, and applicant details. The logos include brands like 鑫欣旺, WINCON, 凤创谷, 彭城食府, 宏升, 千寻口口, 大窪村, 华盛瑞达, 消得快, EGB, 创美品, ZFL, BYRNE, 新伟XW, 乐启装饰, 巨晟, 贝滋氧, 银久装, 友盛装饰, 金勘, 鸿億, and 金安丰.