

GAME+

GOODS



游戏+谷子经济

新消费时代的流量密码与商业重构

“中华商业第一街”的逆生长

在这场变革中,被誉为“中华商业第一街”的南京路步行街走在了最前列。将时针拨回几年前,现在的百联ZX创趣场还曾是上海市民熟悉的“华联商厦”。作为老牌百货,它见证了上海商业的繁荣,但也面临着传统业态老化的困境。如何让年轻人重新回到南京路?百联集团给出的大胆答案是:彻底的“去百货化”,打造一座垂直的数字文化圣地。这栋经过改造的商业建筑,如今更像是一个巨大的、可探索的实体游戏副本。从踏入大门的那一刻起,消费者就仿佛穿越到了另一个维度。百联ZX引入了大量高粘性的数字文化内容,将零售、体验、社交融为一体。这种“极致聚焦”的策略成效显著,仅2025年暑期动漫月期间,百联ZX

创趣场与新开业的百联ZX造趣场两店合计客流同比便增长了28%,成为南京路上人气最旺的坐标之一。这里的每一层楼都不仅是商品的陈列,更是文化的展示,这种“流量”变“留量”,再由“留量”转化为“销量”的能力,证明了实体商业只要找到正确的“打开方式”,依然拥有无可比拟的生命力。

在南京路的另一端,拥有百年历史底蕴的新世界城也在上演着同样的“逆生长”剧本。这座曾经以高档化妆品和服饰闻名的老牌商场,敏锐地察觉到了风向的变化。商场大胆地将4楼、8楼和11楼开辟为“FUN肆街区”,总面积超过2万平方米,专门引入游戏周边、潮玩、主题餐厅等业态。走进新世界城,你会发现一种奇妙的混搭感:楼下是精致的国际美妆柜台,楼上则是热血沸腾的游戏世界。这种“老瓶装新酒”的策略,成功打破了客群的年龄壁垒,商场仿佛变成了一个跨年龄的社交场,不仅吸引了年轻人,更带动了家庭客群的重回。

而在人民广场的地下,迪美购物中心则构建了一个更为隐秘而繁荣的“地下

城”。这里曾是上海潮流服饰的集散地,如今已转型为“谷子”店最为密集的区域之一。错综复杂的地下通道里,密布着数百家小型周边店,它们如同毛细血管般,承载着巨大的交易量和人流。对于许多年轻爱好者来说,迪美不仅是购物场所,更是一个可以放松社交、寻找同好的“秘密基地”。

苏河湾到徐家汇:谷子经济全新版图

视线转向苏州河畔,上海静安大悦城则将“快闪经济”演绎到了极致。那座标志性的屋顶摩天轮,如今已不仅仅是俯瞰城市的景观,更成为了各类超级IP快闪活动的巨型背景板。“每个周末,这里都有新故事。”这是许多年轻消费者对静安大悦城的印象。商场摒弃了传统一成不变的陈列方式,而是通过高频次、高质量的IP快闪活动,始终保持着极高的新鲜感。2025年,这里俨然成为了全国游戏IP线下活动的首选地。今年十一黄金周期间,商场全场销

售额超9210万元,同比猛增35%;其中,IP快闪活动销售额更是同比大幅提升超66%。更重要的是,这种高强度的流量引入,并没有停留在表面,而是通过精细化的运营,带动了场内55家相关店铺整体销售突破1680万元,形成了“IP引流—快闪转化—商户共振”的良性闭环。

在繁华的徐家汇,美罗城那颗巨大的玻璃球体,曾是上海数码产品的“心脏”。然而,随着电商的崛起,实体数码卖场日渐式微。美罗城没有坐以待毙,而是开启了一场从“数码王国”到“潮流高地”的深刻转型。如今,这颗玻璃球体频频变身热门游戏角色的主题展示屏,成为连接虚拟与现实的灯塔。商场内部引入了大量游戏官方周边店和主题餐饮,将曾经的“极客”氛围转化为更具包容性的“玩家”氛围。



从“上海出品”到“上海消费”

支撑起这股消费狂潮的,绝不仅仅是商场的敏锐嗅觉,更是上海硬核游戏产业实力。这是一场“前店后厂”式的产业联动,前端的火爆消费,源自后端强大的内容创造力。

在上海的产业版图中,游戏产业的地位正变得愈发显赫。2025年上半年,上海网络游戏产业总体销售收入达到832.8亿元,同比增长10.8%,持续保持两位数增长态势。这一数字的体量,足以让上海在全球数字娱乐版图中占据重要一席。

更值得关注的是,这股力量主要源自上海本土企业的崛起。与过去依赖代理海外产品不同,如今的上海拥有米哈游、叠纸游戏、鹰角网络等一批具有全球影响力的原创企业。以米哈游为例,其在全球范围内的成功运营,不仅带来了丰厚的经济回报,更让“上海出品”成为了高质量内容的代名词。叠纸

游戏等企业则通过挖掘中国传统文化元素,如与国家级非遗项目合作,将苏绣、宫灯等技艺融入游戏,不仅丰富了产品内涵,更为后续的衍生品开发提供了深厚的文化土壤。

这种“内容—衍生—消费”的产业链闭环,在杨浦区的创智天地表现得尤为明显。这里聚集了大量内容创作企业,一条从内容创作(造谷)到渠道销售(卖谷)再到线下消费(吃谷)的完整产业链正在形成。正是这些源源不断的原创IP内容,为线下的“谷子经济”提供了取之不尽的“燃料”,让上海的商业体拥有了区别于其他城市的独特内容护城河。

消费逻辑的重构与城市的雄心

上海“谷子经济”的爆发,不仅仅是商业形态的改变,更深层地反映了消费逻辑的根本性重构。

在物质相对富足的当下,年轻一代的消费需求正从“功能型”向“情感型”转

变。他们购买一枚印有游戏角色的徽章,或者一个亚克力立牌,购买的并非其实体价值,而是一种“情绪价值”。这些商品是他们与喜爱的虚拟角色建立情感链接的媒介,也是他们在社交圈层中展示自我、寻找认同的“社交货币”。这种“为爱买单”的心理,催生了惊人的消费爆发力。一个几百元的背包,挂上数千元甚至上万元的限量版周边,成为了一种独特的街头时尚。这种消费行为看似非理性,实则有着严密的文化逻辑和社群规则。上海的商业体正是读懂了这本“心理账”,才成功解锁了新消费时代的流量密码。

在上海打造国际消费中心城市的叙事中,这种重构后的消费逻辑被赋予了更高的战略意义。“游戏+谷子经济”不再是边缘的点缀,而是成为了极具爆发力的新引擎。为了支持这一新兴业态的发展,上海相关部门展现出了极高的服务意识与治理智慧。上海市税务部门专门成立了服务团队,依托大数据分析业态特点,为相关商户提供全链条

的政策辅导,助力企业合规经营、健康发展。与此同时,“首发经济”与“谷子经济”的联动也日益紧密。越来越多的国内外知名IP选择将上海作为新品首发、活动首秀的第一站。2025年“首发上海”系列活动中,各类IP主题活动成为了挖掘消费潜力、激发市场活力的重要抓手。

当南京路上的排队人群与漕河泾写字楼里敲击代码的键盘声同频共振,当静安大悦城的摩天轮映照出迪美地下城的熙攘,这座城市便拥有了通往未来的新密钥。上海正在用这种最年轻的方式,证明实体商业依然拥有旺盛的生命力。这不仅仅是销售数据的增长,更是城市生活方式的一种鲜活变化。从屏幕前的热爱到线下的相聚,上海正在用一个个具体的排队场景和消费故事,演绎着数字时代的商业新逻辑。