

## 历史肌理上的潮流新生 淮海路的转型与突围

新闻晨报记者 钱鑫

从国潮品牌以东方美学重构消费场景,到国际巨头携创新体验回归战略支点;从快闪店以灵动创意激活街区脉搏,到支马路改造让历史肌理与现代商业共生共荣——淮海路正以“场景革命”打破传统商业边界,用IP跨界与光影叙事唤醒城市记忆。

这里不仅是商品的陈列场,更是生活方式的策源地;不仅是潮流的聚集地,更是文化自信的表达台。

将以打造世界级商圈为目标,进一步推动商业业态升级,拓展消费场景,致力于将淮海路建成更具全球影响力的“高雅时尚”商业街区。

在时光的经纬里,百年淮海路始终镌刻着上海的时尚基因与商业传奇。当百年底蕴遇见年轻创意,当历史街区拥抱全球视野,淮海路正以“主街繁华、后街烟火”的协同生态,诠释着“卖场景、卖体验、卖生活方式”的转型密码,以“高雅时尚”为笔,在全球化浪潮与国潮崛起的交汇点上,书写着建设世界级商圈的崭新篇章。

## 国潮品牌崛起,东方设计成为时尚

走进山下有松淮海路旗舰店,仿佛踏入了一个充满艺术气息的空间,百年街景的底蕴与当代零售风格完美融合。店内陈列的每一款产品,都像是精心雕琢的艺术品,以其高智感、静奢风的独特标签,吸引着无数年轻消费者前来打卡、选购;MASONPRINCE 同样不甘示弱,去年在龙凤 PRSCO 举办2026 年度时装周发布会时,众多明星与时尚博主亲临现场,品牌精准定位年轻消费群体,以其独特的设计风格和时尚理念,为消费者带来了全新的时尚体验……在“国潮热”持续升温的当下,淮海路凭借其独特的魅力,成为众多国潮品牌争相入驻的风水宝地,为这条百年老街注入了前所未有的鲜活人气与潮流活力。

Amazing Song 乙颂则带来了温暖治愈的生活美学新风尚。乙颂门店不仅仅是一家售卖产品的店铺,更是一个灵感与情感联结的美学空间,让消费者在购物的同时,也能感受到品牌所传递的温暖与美好。

淮海商业(集团)相关负责人向新闻晨报介绍,近年来,众多国潮品牌纷纷将淮海路作为首发首秀、旗舰店落地的首选地标,山下有松、MASONPRINCE、Amazing Song 等深受年轻消费群体喜爱的国潮品牌相继入驻,为街区注入鲜活人气与潮流活力;而百年淮海路也以其独特的商业魅力和城市影响力,为品牌提供了高品质展示平台,让“东方设计”成为沪上时尚新语言。

## 国际时尚巨头回归,成入华战略支点

去年9月,H&M 以全新的姿态重磅回归淮海路,其中国首店摇身一变成为全球首个品牌体验中心——“H&M 之家”,被装饰成复古红砖楼,零售面积近3000平方米。除了传统的女装、男装、童装等全品类服装外,还首次引入了家居系列 H&M Home,并融合了咖啡、花店、直播空间及定期更新的时尚展览。走进“H&M 之家”,消费者仿佛进入了一个融合时尚与生活的奇妙空间。它的回归,不仅为淮海路带来了全新的商业形态,也进一步巩固了淮海路在国际时尚界的地位,成为时尚潮流的风向标,吸引着来自世界各地的时尚爱好者。

淮海路作为上海乃至中国的时尚高地,其国际时尚影响力从未减弱,其依然是国际时尚巨头深耕中国市场的重要阵地。

美国潮流品牌 STAPLE 也将亚洲旗舰店落户在淮海路。店铺以“城市观察者”为概念,创意融合纽约工业风与上海弄堂文化。走进店内,工业风的硬朗与弄堂文化的温婉相互交织,带给消费者独特的视觉冲击。店内陈列的全球首发联名产品,充分展现了淮海路作为国际时尚交汇点的魅力,为淮海路的时尚生态增添了更多的国际化元素。

近几年,淮海路在国际时尚品牌中的吸引力凸显,成为它们进入中国市场时首选的战略支点。此外,淮海集团同样一直致力于推动商圈店铺的焕新升级,激活商圈商业生态,通过对存量商业空间的创造性改造,在百年淮海路的文化肌理上,持续注入崭新的商业活力。



## 快闪店模式,为街区注入灵动活力

在商业竞争日益激烈的当下,淮海路积极探索新的商业模式,快闪店模式便是其中的亮点,它以独特的创新方式,为百年街区持续注入潮流活力。

淮海路上的快闪店各具特色,层出不穷。金字塔之巅@淮海文创快闪店,自亮相以来便备受瞩目。这家快闪店承载着上海博物馆“金字塔之巅:古埃及文明大展”的文化精髓,是淮海集团打造商圈文化IP的重要一环。店内售卖的各种古埃及主题文创产品,如网红款毛绒挂件等,吸引了大量粉丝和顾客。

淮海路还积极引进各种新锐品牌的快闪店。lost in echo 的快闪概念空间,以其前卫复古融合的独特风格,与淮海路街区气质深度契合。每一件配饰与鞋履都不仅是穿搭单品,更是个性的表达,为喜爱小众设计的消费者提供了新的选择。韩国品牌 dunst 的首个上海快闪店,则完整呈现了其无性别界限的精致松弛风格,简约开放的空间设计,让服饰背后的故事与情绪自然流淌,吸引了众多追求个性与品质的消费者。

淮海路的快闪店模式,是一次对场景价值的深度探索。它打破了传统商业的边界,让淮海路成为小众品牌的第一站,成为创意与商业完美融合的试验场,淮海路以快闪模式拓展商业边界,从高端品牌展示窗口,转型为新锐品牌孵化平台,用文化注入激活空间价值,以年轻创意与全新运营逻辑,为百年街区带来了新的生机与活力。

## 思南30,引领淮海支马路改造

位于思南路上的思南30项目,是淮海集团在支马路项目上的重点项目,思南30将在此基础上进行改造升级,深度融合商业与文化元素,以打造更具特色和吸引力的商业空间。改造完成后,思南30有望成为思南路乃至整个淮海路商圈的新亮点,为消费者带来全新的消费体验和文化享受,进一步提升淮海路商圈的整体品质和影响力。

淮海路商圈的重点项目,也在进行升级改造。龙凤 PRSCO 商业体的升级便是其中的典型代表。从曾经的“龙凤金银珠宝商店”迭代而来,它将于今年5月璀璨亮相。全新的龙凤 PRSCO 商业体定位为“年轻、潮流、文艺、时尚”,将引入超10个重量级首店、旗舰店。在这里,市民游客既可在阶梯式室外露台重温老上海的邻里温情,也能于郁郁葱葱的屋顶花园尽享都市盛景;香港广场已完成大规模业态调整,引入众多新晋品牌,从网红健身店到特色餐饮,为消费者打造“最上海”的购物氛围、最时尚的商业体验和最国际的商业感受;第一百货淮海店与锦江国际购物中心将进行整体开发,向年轻时尚化转型,致力于推动淮海路中段商业发展和升级。



这些支马路项目和重点项目的升级改造,将推动商圈的商业生态向更加多元化、高端化的方向发展。

## IP、跨界,淮海路嗨了

与知名IP合作、和知名品牌的跨界合作,让众多年轻消费者带着“打卡地图”,跟随IP的脚步,汇聚淮海路。

2025年淮海路携手腾讯《冲呀!饼干人:王国》、孩之宝《地产大亨》等知名IP开展深度合作,联动商圈50余家品牌推出超70项促消费活动,成功举办“潮流无限淮海路”商圈精品推广节,实现消费规模跨越式增长。

2026马年新春之际,淮海路推出“淮海新禧?马上红”新春主题营销活动,并联动NB Grey R、VANS、G-SHOCK、淮国旧等十余家品牌在淮海路沿线精心打造马年艺术橱窗,将百年淮海路焕新升级为一条兼具传统年味与都市时尚的新春网红打卡花路。

在“春暖花开 绿享淮海”中,联名《MONOPOLY》中国首发活动,共同开启一场绿色消费之旅。现场围绕“环保产品、循环利用、绿色空间、低碳饮食、价值倡导”,沿街分布的近二十个品牌快闪点位各具特色,吸引了很多年轻人。

东航集团旗下东方航空食品投资有限公司与淮海集团签署战略合作协议,在“飞越山海·共享美好”主题活动中,在品牌联合、产品开发、渠道共享、会员权益互通等方面开展深度合作。消费者在淮海路消费可获赠东航里程,东航会员也能享受淮海路商家的专属权益。这种跨界合作为消费者带来了全新的消费体验。链接文化IP,联动上海博物馆、上海昆剧团等优质展览及演出资源,推出票根专属消费福利,同步设置主题快闪店、开展商圈满减及买赠等配套活动,推动文旅商展的深度融合。

## 光影场景,唤醒淮海的城市记忆

电影《大城小事》以细腻的笔触勾勒出上海的风情画卷,其中淮海路的场景呈现尤为动人,电影中的爱情故事在淮海路这一充满历史底蕴与时尚气息的街区上演,更增添了几分浪漫与诗意。当观众在银幕上看到这些熟悉的场景,脑海中关于上海的记忆便如潮水般涌来。

沪语电影《菜肉馄饨》与盛兴汤圆强强联手,为观众带来了一场视觉与味觉的盛宴。电影中,那一碗碗热气腾腾的菜肉馄饨,不仅承载着角色的情感与故事,更成为了上海烟火气的象征。盛兴汤圆作为上海的老字号品牌,借助电影的热度,将自身的品牌文化与上海的记忆紧密相连。电影主创团队在宣传活动中,不仅分享影片的创作初衷,还与市民互动,现场包馄饨,送上首映门票,进一步拉近了与观众的距离,让淮海路上的美食文化通过电影这一载体传播得更远。

