淮海路，上新了

文/大米

百年商业街的生命力，来自历史积淀，也来自对当下生活的持续回应。十月末，淮海中路迎来一轮时尚上新：新店亮相、门店焕新、跨界联名登场，从时装延伸至艺术、设计与城市文化，也让这条百年商业街在不断更新中，焕发出源源不断的新鲜感。

01

时装、艺术、设计共生的零售空间

坐标：Massimo Dutti 上海淮海路旗舰店



时装所表达的审美，可以延伸多远？在 Massimo Dutti 上海淮海路旗舰店，答案从穿着延伸到了空间。位于淮海中路 283 号的新店，是品牌继南京西路旗舰店之后，在上海开设的第二家旗舰店。两层空间、约 900 平方米的零售面积，以“ Timeless Living”理念为核心，打造一个让时装、艺术、设计共生的零售空间。

全系列男女装产品与限量款单品共同构成了衣橱的提案，结合专属服务与特色空间设计，全方位展现了品牌的美学世界。此外，新店采用最新技术，实现了实体门店与在线购物的无缝衔接。为致敬淮海中路的百年历史，Massimo Dutti 还携手三位创意合作伙伴，将艺术、设计、茶文化与手工艺带入新店空间，带来融合品牌美学与多元文化元素的体验。

作为品牌 Art In Progress 项目的一部分，竹编艺术家钱利淮的标志性作品“ 太湖石”以传统竹编技法为根基，经当代视角重新诠释，与品牌美学呼应；作为预计于今冬上线的首个文化项目，设计家具藏家 Artempo 从其收藏中甄选多件经典设计师家具，陈列于新店各处，为空间注入独特的温度；开业当日，新中式创新茶饮品牌 Akalcha 则通过现代板前茶饮体验，由茶艺师引导宾客完成一段关于“ 在场”与“ 专注”的品茶旅程。

对于兼具历史底蕴与潮流活力的淮海路而言，这家旗舰店带来是一种更完整的生活方式体验：时装确立风格，艺术与设计让它拥有更多可感知的细节。



02

全球设计与海派文化交汇

坐标：UNIQLO SHANGHAI 全球旗舰店





对一条商业街来说，新鲜感也可以来自老朋友。10 月 30 日，UNIQLO SHANGHAI 全球旗舰店于淮海中路 755 号焕新开幕。这家门店在淮海路走过十三年，此次更新后，将以三层空间、约 2,800 平方米销售面积，在商品、空间、服务与城市体验上展开升级。

全球新品与设计师合作系列在此集中呈现，其中格外亮眼的，是从运动、音乐、咖啡与阅读等都市日常中汲取灵感的上海城市特别款、UNIQLO SHANGHAI 特别企划商品，融入上海本地符号的 UTme!个性定制以及 RE.UNIQLO STUDIO 衣物新生工坊则同步亮相。

融入本地符号的 UTme!个性定制，让消费者可以把熟悉的城市元素放进自己的穿搭。家住附近的上海顾客表示：“ 从小在淮海路逛到大，这次一进门就觉得很‘ 上海’。我在 UTme!给自己和家人各做了一件印着上海元素的 T 恤，等了一会儿就拿到了。把生活中熟悉的日常穿在身上，感觉很有新意。”从外地来沪旅游的另一位消费者则表示：“ 本来只是来打卡，结果买了好几件上海城市特别款，还领到了刺绣饺子包，这些设计既有上海特色，平时也很好搭配，实用又有纪念意义。”

迅销集团高级执行董事、优衣库大中华区首席执行官潘宁表示：“ UNIQLO SHANGHAI 全球旗舰店的焕新，不仅是一家店的升级，也是优衣库在中国继续向前迈出的重要一步。我们带来了来自全球的 LifeWear 商品，也增加了融入上海城市文化的特别企划和服务，希望大家能感受到上海的开放、多元与活力，与淮海路一起成长。”开业仪式上，著名影视演员孙俪惊喜亮相，与优衣库共同见证这一时刻。

03

“未完成感”的概念空间

坐标：HAUS NOWHERE 上海





如果说时装可以延伸为生活方式，那么一副眼镜也可以成为审美的实验。10 月 29 日，GENTLE MONSTER 与 Maison Margiela 正式发布第四次联名系列，并在全球八座城市同步开启限时联名空间，位于淮海中路的 HAUS NOWHERE 上海亦在其中。

本次合作以“ 解构”为核心，通过拆解与重构熟悉的形态与结构，为眼镜设计带来新的美学视角。系列共推出 68 款产品，包括 43 款太阳镜与 25 款光学镜。超大尺寸镜框以夸张量感强化面部造型，纤细上扬的镜框则以皮革紧密包裹，两种不同的设计方向，让眼镜在佩戴之外，也成为个人风格的鲜明表达。Maison Margiela 标志性的四缝线出现在镜腿之上，也通过全新技艺融入更纤细款式的镜框边缘，形成仿佛悬浮其上的视觉效果，让联名的辨识度落实于细节。

限时联名空间则将产品的设计语言进一步放大。通过不稳定、无规则的形态，“ 未完成感”的美学想象从镜框延伸至空间体验，由此串联成一套更完整的创作逻辑。