

亚新生活广场携“烟火气”归来

有望7月全面开放,或将点燃长寿路的夜经济

大刘随手拍了张图片发在朋友圈:高高举起的玻璃杯里,淡黄色的啤酒堆叠着细腻的泡沫。画面的背景,依稀可见高高的天庭、透明的穹顶。

“猜猜我在哪里?”配着图片的是大刘打出的这几个字。

一仰脖,大刘喝光杯中的啤酒,便开始刷手机,他想看到朋友的回应。时间已近午夜,似乎没有朋友注意到大刘的这则朋友圈动态。

大刘忍不住自问自答:我在亚新生活广场撸串。

自去年7月启动调整,沉寂了近一年的亚新生活广场,在这个夏天又重现“江湖”。

困局与调整

亚新生活广场坐落于普陀区长寿路中心地段,与东面上海火车站商圈,南面南京西路,西面曹家渡以及毗邻的中山公园均在车程15分钟以内,地理位置十分优越。

亚新生活广场为开放式平面展开SHOPPING MALL格局,整个商场由5幢楼宇组成,配有入口广场、中庭广场等设施,服饰、美食、娱乐等业态,以及半开放式结构营造出室内街区的氛围,使得亚新生活广场在1996年开业之后,一度成为追逐时尚的年轻人的“网红打卡地”。

“回忆起儿时的长寿路,我总会想起亚新生活广场,那时候,它是普陀区最繁华的商业中心之一,也是我和朋友们一起过10岁生日的地方,它总是有很多令人惊喜的地方等待着我们去探索。”在长寿路街道“协商于民”政协委员工作站举办的一次读书沙龙活动上,上海慧辰资道咨询有限公司研究总监陈怡贇回忆道。

1998年,张信哲的签售会就安排在亚新举行,有约3万名歌迷涌进商场。对亚新充满感情的人,对此也时常津津乐道。

然而,随着新兴商业的崛起,亚新渐渐“掉队”,昔日的风光不再。

其间,亚新有过摆脱困境的尝试。

2015年,上海某投资有限公司在收回亚新生活广场83%的使用权后,对外宣称决定斥资数亿元,重新规划和调整亚新的商业模式及定位,计划重启中高端综合型商场定位,并引进众多服饰品牌以及电影院等休闲娱乐项目。但从实际效果看,此轮调整并未根本上改变亚新的颓势。

时间来到2020年,亚新重新更换业主,但此时亚新生活广场建筑外观与设备都显得陈旧,与亚新隔一条新路的小区,甚至有居民抱怨亚新破落的外观“拉低他们小区的品质”。

“随着时代的发展,亚新却逐渐失去了昔日的光彩。我也不止一次地思考其中的原因和症结何在?或许这不断加快的时代发展步伐,每迈下新的一步,便给亚新生活广场带来一次新的挑战和冲击。亚新生活广场的变化虽然给我带来了一些遗憾和失落,但我也让我看到了上海商业发展的无限可能和巨大挑战。”陈怡贇表示。

亚新该往何处去?

不仅业主和运营方关心,政府部门也非常关切。

在普陀区2024政府工作报告中,亚新被提及,“推进亚新生活广场、玉佛寺周边、真如古镇特色商业街等城市更新,以更新拓空间、强功能。”

更为有利的条件是,如今亚新复杂的产权问题基本解决。2号楼至6号楼归现在业主拥有,10余位小业主手中的商铺绝大部分也通过回租的方式为运营方所掌握。这无疑为亚新做整体的定位调整扫清了障碍。

此外,目前的运营方是一支专业的团队,其母公司在周浦和三林均有运营城市更新项目的成功先例。

市井烟火气

从地铁长寿路站7号口出来,步行几十米就到了亚新生活广场。

原本占据入口广场近半面积的大棚不见了。拆除大棚后的广场更显开阔与敞亮。配合正在举行的啤酒节,广场中央置放了一间厢式活动房。沿底楼的内街,一些餐厅门口密密匝匝立着开业祝贺的花篮,一派活力生机、蓄力待发的景象。

在入口处最好的位置,包先生租下了500平方米的店面,他新创的餐饮品牌“红掌门”就在这里安营扎寨。

包先生在餐饮业打拼10年,在浦东和黄浦均有自己的餐厅。此次选择入驻亚新,是他基于两个原因所做的决策。“我是在普陀出生长大的,对亚新非常有感情,”年少时,包先生常和小伙伴一

起到亚新玩,彼时的亚新新鲜而前卫,包先生每次都流连忘返。

时光流转,亚新起伏伏已近30年,包先生也由当年的青涩少年磨砺成一位小有成就的餐饮投资人。包先生不避讳在商言商,他表示,吸引自己入驻亚新最关键的原因,还是亚新的新定位。

亚新运营方负责人吴泓华透露,此番改造调整,“市井烟火气”是亚新的新定位,运营方希望借此点燃亚新乃至整条长寿路的“夜经济”。

体现“夜经济”的主要业态,自然是餐饮。运营方在遴选商户时,营业时间是一个重要考量因素,可以营业到凌晨、有“夜经济”属性的餐饮店才会纳入考虑范围。

得益于亚新底楼是半开放式内街,餐厅相当于街铺,营业时间不受限。

包先生的餐厅每日营业到凌晨2点以后。据他透露,餐厅新开张以来,每天仅小龙虾就要卖出300多斤,日均营业额符合他的预期。包先生相信,待7月份亚新全面开张,餐厅的生意一定会更好。

“亚新的地段这么好,不缺人流量。而且亚新所在的长寿路本身就有夜经济的基因。”包先生说,他对入驻亚新的前景非常有信心。

和包先生一样看好亚新并入驻的,有西安必吃榜“福苗小骆驼烧烤”,有上海首个带二人转表演的“东北演义铁锅炖”,有老牌夜宵美食小酌小炒小海鲜,有闽家鲜宵小酒馆、有川渝风味的“徐妈串串火锅馆”……

不止夜经济

吴泓华透露,亚本轮调整,形成新定位之前,经过了细致的市场调研,团队也开过无数次头脑风暴会。

“亚新周边的小区多,覆盖的老年消费群体和年轻消费群体都不少,那么,如何把商场打造成共融性强、消费需求覆盖面广的新地标,是团队反复研讨、商量的问题。”吴泓华介绍,围绕商场3层楼的实际情况,将采用“白天银发经济+晚上夜经济”的形式进行分层打造、错位经营。

一楼以特色品牌餐饮为主,主打最受年轻人欢迎的夜经济。在餐饮业态的引进上,注重品牌效应和独特性,聚焦不同地域特色。

二楼和三楼将聚焦老年消费群体的康养、娱乐需求,打造银发经济。其中,二楼已经引进了“壹天聚乐部”,集正餐、棋牌、欢唱、光影秀和摄影为一体,一站式满足老年居民的娱乐需求。同时,三楼聚焦康养产业,正在加紧打造。

实现全方位升级更新的完整亚新,有望在7月份全面开放。

定位于“市井烟火气”,主打餐饮“夜经济”以及“银发经济”的亚新,能否取得成功?

在行业媒体“新商业之家”主编、商业媒体人郑晨华看来,长寿路作为普陀区内环的核心位置,长期以来因夜间消费培育了大量火锅、烧烤为主的夜宵经济,并且是普陀区南部的商务宴请、家庭聚餐主要目的地。“烟火气和夜经济仍然拥有很大市场。鸿寿坊的成功,证明了区域消费客群完全有能力承接更精致、更现代的商业场景。”去年9月开业的鸿寿坊作为普陀城市更新重点项目,由瑞安新天地打造,以“日咖夜酒”的业态,主打“精致烟火气”。

关于银发经济,郑晨华认为,只要在品质和差异化上下功夫,银发经济则是非常务实的选择。“之前普陀平利路的邻里1号曾经做过银发商业的尝试。通过娱乐、社交的业态吸引老年群体日常高频消费,可以为商业空间提供稳定的日常客流,也能真正为居民丰富15分钟社区生活圈中的商业场景。”郑晨华指出,具体到经营层面,仍然有很大挑战,尤其是如何真正满足老年人所需要的高品质消费需求,并且在商业经营上实现可持续化。“非常期待这方面的落地,这对于上海未来的社区商业发展,将会具有较高的参考意义。”

晨报记者 徐斌忠

