

多家首店、潮牌店持续上新,附近养宠人士点赞其超大草坪 沉寂 30 多年,500 米永源路重焕生机

静安区永源路是一条 500 米长的小马路，一头连着上海繁华心脏地带的南京西路商圈，一头连着网红街区愚园路历史文化风貌区。近日,这块黄金地段在沉寂 30 余年后重新开始焕发生机,虽然尚未完全开业,但随着上海本土品牌 PANE 首家旗舰店、意大利家具品牌 Baxter 亚洲首店、日本时尚运动品牌 Onitsuka Tiger、中国本土潮牌 SMFK 等多家国内外首店、潮牌店相继落位，永源路也即将成为上海新晋潮流打卡地。同时,作为一处城市公园型商业办公街区,其户外部分也在陆续完善开放，特别是超大的开放式草坪获得了附近养宠人士的好评。这条苏醒的小马路正以“潮流+自然”的双重密码,重新定义上海城市更新的未来形态。

永源路的故事,要从南宋时期静安寺前的那口“涌泉”井说起,当时与这口井相近的河浜就被叫做“涌泉浜”,之后随着上海城市道路建设改名为永源浜、永源路。它坐落于上海南京西路西端,可以说是一块钻石级地块,但过去 30 余年却像是被遗弃了,沿街商铺被废弃、办公楼空置、车辆行人异常稀少,演变成一条长长的“停车处”。直到 2023 年永源路项目正式开工,才让这条沉睡的街巷重新开始呼吸。如今,永源路项目已进入试运营阶段。



首店、概念店火热筹备中,未来将陆续开业

创立于 2022 年的上海本土鞋履品牌 PANE 把首家旗舰店开在了永源路上。记者步入店内发现,这里的装修风格很有艺术气息,墙上挂有很多文艺画作,柜子上还精心陈列了老板的私人藏品。店员 Lucky 介绍:“这是我们在上海的第一家店,之前在杭州、深圳也有店。每个店的主题、装修风格都不一样,我们店偏体育文化艺术一点,杭州的是保龄球馆主题,深圳的则是大海系列。”

与其他门店不同的是,这家旗舰店不仅陈列了常规的鞋款,还带来多款主题限定与限量鞋款。继续向内走穿过黑色木门,内部还陈列了多个品牌的成衣系列及生活方式类的选品。顾客李小姐告诉记者:“本来是冲着它家鞋子来的,结果被 T 恤吸引了,材质很舒服、好看,我就拿下了。”

来自意大利的高端家具品牌 Baxter 亚洲首店也选择落户于此,这也是它继意大利米兰之后第二家开幕的旗舰店,领先于英国伦敦和美国纽约。记者看到,旗舰店以一栋极具辨识度的深红色大楼矗立街头,成为永源路上的一大亮点。这里不仅是一个 1200 平方米的展览空间,一楼区域夜间化身创意融合餐厅酒吧,蜕变为不少年轻人的社交场所;二楼的核心亮点 Baxter House 材料图书馆则以博物馆式陈列成为了设计专业人士之间的交流平台。

日本时尚运动品牌 Onitsuka Tiger 一直受到很多中国消费者的喜爱,几乎是去日本必逛的品牌。永源路上的 Onitsuka Tiger 也在 7 月 11 日开业了,两层店面,空间很大,二楼还摆放着很多日本制造的鞋子。店员 Lin 介绍:“我们店目前有满 1200 元送袜子的活动,是上海其他门店没有的。开业以来,周末店内人流还不错,附近居民来逛的会比较多。”

而作为首个人驻永源路的品牌,中国本土潮牌 SMFK 的造型非常吸睛。外观造型以金属风格为主调,在阳光下折射出粼粼波光,很有质感。店内也以银色为主色调,还用机车、滑雪板等做装饰,完美诠释了“潮酷”二字。店员小盛告诉记者:“我们这家店是上海唯一的直营店,安福路上还有一家是和买手店合作的。区别就是直营店购买的话是有会员制度、有积分制的。”

记者看下来,店内产品十分丰富,涵盖了服装、鞋子、包包等多个种类。不过,潮牌的价格确实也不便宜,其中一件抹胸的标价为 650 元。

除此之外,KNOTIFY、theboyhasnopatience、UNDER-BOBO 等前沿时尚的首店、概念店也在火热筹备中,未来将陆续开业。还有与愚园百货公司一脉相承的永源百货公司也将来到这里,以更丰富的空间组合、更多元的品牌跨界来吸引更多年轻消费者。

2500 平方米开放式草坪,已成“遛宠圣地”

潮流人士爱来永源路逛街,养宠人士也觉得这里是休闲社交的好去处。超大的户外空间,包括旋转塔下沉式广场、涌泉水景、草坪、后街花园等也都陆续完善开放了。

特别是 2500 平方米的开放式草坪很受欢迎,如今已成为附近居民的“遛宠圣地”。住在附近的李先生告诉记者:“我经常带我家狗狗来,它很喜欢这里。晚上这边挺多狗的,多的时候有十几只狗一起,很热闹!很难得在市中心有一片这么大的草坪,希望能一直对宠物友好。”

还有 7 月 18 日开始试营业的宠物友好咖啡店 KUDDO 永源路店也吸引了不少养宠人士进店坐坐。在炎热的夏日里,看到它家典型的带点灰度的绿色和水泥工业风就已经有点自动降温的感觉。半开放的店面,养宠人士带着家里的猫猫狗狗来这里喝杯咖啡躲躲太阳也很方便。

试营业期间这家店不仅有专享优惠券,还比其他门店抢先上线了“云朵黑森林美式”“云朵黑莓莓”等新品。顾客张女士分享:“正好遛狗路过就进来喝杯咖啡。新品挺好喝的,像是在喝一杯液体版黑森林蛋糕,很有层次感。”

作为南京西路商圈“最后一块拼图”,永源路通过“公园+商业”的复合模式,成功将消费场景从封闭盒子转向开放街区。通过开放式草坪、宠物友好等“非商业空间”的营造,成功将街区转化为社区公共客厅。它以体验带动消费,当消费者愿意在这里停留,商业转化就会变得自然发生。这条 500 米的街巷正在书写属于上海的新故事,它不是简单的商业堆砌,而是通过首店经济激活城市记忆,用自然空间治愈都市焦虑,让历史底蕴与潮流基因在更新中实现共生。

晨报记者 商依琳 摄影报道

