



■ 2013 年第一天, 外滩上演 4D 灯光秀

见习记者 陈梦泽 摄

文化黄浦描绘“新面孔”擦亮“老招牌”

——南京路淮海路结构调整满足居民需求

本报记者 姚丽萍

老招牌 焕发青春

永远 21 岁! 不是梦。南京路步行街老介福大厦新开出了 FOREVER 21。FOREVER 21, 面对的就是年轻消费群体, 从服装到饰品, 款式时尚, 格调清新, 价格平易。薄荷绿、柠檬黄、玫瑰粉, 就是这个品牌的新春招牌色。要适应 FOREVER 21 全球发展战略, 老介福里里外外升级换代, 空间布局, 一眼望过去, 一切都跟“青春”很搭调。

新品牌 全新理念

夜幕下的淮海路, K11 灯火璀璨——即将竣工的这家购物艺术中心就要跟消费者说“你好”了。K11 将成为香港新世界集团在内地的首家集购物、写字楼、艺术展览、演出、工作坊、餐饮和娱乐等众多元素于一体的消费中心, 她要尝试的就是全新的消费体验。而在不久前, 盛大的玫瑰婚典、上海旅游节大巡游、上海迎新年倒计时……也才跟广大市民见过面。我们记住了那些幸福的表情、壮观的场面, 没错, 上海都市文化的响亮品牌, 看一眼, 就忘不了。

树个性 海派魅力

新年里, 新黄浦将继续打造商旅文活动品牌, 持续推出具有浓厚时代特征、上海特色和黄浦特点的都市文化品牌项目, 充分展示黄浦深厚的文化资源优势、独特的海派文化魅力。满足居民不断增长的物质文化需求, 也是民生实事。“文化黄浦”, 赋予民生更多内涵, 给予民生更多新意。老码头城市音乐周、城市广场音乐会要深度挖掘, 豫园新春民俗艺术灯会将高标准筹划, 上海旅游节大巡游、玫瑰婚典、上海迎新年倒计时依然会如期而至, “上海法国周”等国际文化展示活动的影响也要不断放大。这一切, 都是为了推动文化元素与商业、旅游深度融合, 在更高层次、更宽领域推动商旅文联动发展, 展示文化魅力、树立文化形象, 不断提高城区文化发展的传播力、影响力和感染力。

商业街 业态更新

与之相辅相成的是, 深入实施“两街”结构调整, 提升重点商圈发展能级。南京路、淮海路结构要调整, 业态要更新——南京路鸿翔时装公司、淮海路爱马仕旗舰店、上海滩、连卡佛等一批改造调整项目要完成; 以嵩山路为代表的“黄金走廊”也要打造; 新天地和淮海路的联动发展, 又将呈现怎样的精彩? 我们拭目以待。



■ 欢呼的人群在外滩金融广场上迎新年 杨建正 摄



■ 装饰一新的“食品一店”更为时尚 杨建正 摄



■ 玫瑰婚典上新人们幸福地笑了 范煜昊 摄



■ 淮海路上的 K11 商厦即将闪亮登场 陶磊 摄