

新世界城今起闭店改造 华联商厦汇金百货等也将重装上阵 沪上老商厦扎堆“升级”“换脸”

本报讯 (记者 裘颖琼)家喻户晓的南京路新世界城,今天启动闭店改造。记者从改造设计施工方华建集团获悉,这座建筑的外部风貌将进行保护性修缮,提升外立面的“细节”,让商场更加通透明亮。一楼的五个主入口,改造后将对应中国传统的五行元素,从装饰材料、造型、颜色等方面着手,打造出“金门”、“木门”、“水门”、“火门”、“土门”。

开业以来最大规模调整

新世界城的前身建于1914年,1915年8月落成开业时叫“新世界游乐场”,1958年与邻近的商店合并组成新世界百货商场。1993年,在南京路大调整、大提升下,这座旧商业大楼进行了定向爆破,并于同年8月开工兴建“新世界城”。1995年上海新世界城再次开业。“此次改造是自1995年新世界城开业以

来,最大规模的调整。”项目负责人徐友彰告诉记者,新世界城虽建于上世纪90年代,但其建筑立面细节颇为考究,建筑风格已深入人心。因此,改造既要保留历史文化遗产,延续建筑的灵性,又要注入新的时代元素,展示建筑的新活力与张力。

此次改造,建筑的外部风貌不会大动,9楼以上的欧式门柱线条将以修缮为主,并通过灯光改造工程,凸显出老建筑的特色细节。3楼至9楼原有的玻璃幕墙,在多年使用后已经变得陈旧暗淡,将进行更换,让商场内部更加通透明亮。1楼至2楼的沿街橱窗,原来的广告牌和各个商铺的橱窗风格凌乱不统一,此次也会进行调整。

一楼5个主入口的改造,则以现代的设计手法融合传统的中国元素。“比如金门,会以亚金色为主;水门会打造出流水造型;木门

会在顶部和地面用到铝包木的装饰。”徐友彰说,这样设计是为了加强主入口的视觉焦点,给消费者展现商厦新形象。

据悉,此次改造装修面积约10万平方米,需要在短时间内完成地下一层到九层的机电系统及装修工程,同时对大楼的外立面做整体修缮提升。改造完成后,新世界城预计12月重新开业。

老牌商圈重新焕发活力

身处新秀迭出的年代,老商圈容易显露疲态。今年年初,一批上世纪90年代开业的老牌商厦纷纷宣布大调整方案:1999年开业,已有20年历史的百联南方购物中心迎来史上最大一次调整改造,百联南方购物中心二期——南方友谊商城于2月22日起开始闭店装修,计划今年8月重新开业。

南京路上,除了上海新世界城,新世界休闲港湾、上海时装公司西部商场、华联商厦等都将进行改造升级;淮海路上,将重点推进锦江国购市百一店淮海店项目,力争今年启动改建并完成调整。

徐家汇的汇金百货自今年起将从2楼商场开始进行逐层封闭装修,计划用5年时间,分楼层进行升级改造;港汇广场门前也将变身开放式文化艺术广场。

此外,虹口两大停业已久的存量资产也有望重启——上海商务中心将被打造成百联曲阳购物中心,预计将于今年四季度重新开业;输出管理的百联虹口购物中心、大上海紫金城也有望在被收购后再次起航。

经过这些动作,南京路、淮海路、徐家汇、闵行南方商圈等老牌商圈将重新焕发活力,打响“上海购物”品牌。

海苔蛋黄肉松 爆浆奶黄流沙 Q心奶香紫薯 笋干菜酸菜鱼

老字号携手新零售 青团新品玩跨界

距离清明节还有大半个月,但青团却已经迎来购买热潮。鸡丝培根青团中混合着蘑菇的清甜,芝士的奶香,中点西做,玩的是跨界;Q心奶香紫薯肉松青团五层、五色、五味,既有颜值又有口感;把酸菜鱼、笋干菜包进青团里,是“黑暗料理”还是创新口味?昨天,新雅粤菜馆和盒马共同推出的两款联名青团正式上市,为今年青团“新品秀”再添一把火。

新品迭出 脑洞大开

“我们的联名款一是经典的豆沙青团,二是创新的海苔咸蛋黄肉酥青团,这款青团中的蛋黄和肉松,特定一比一的配比,根据盒马的建议在传统的蛋黄肉松馅儿中又加入海苔,吃起来既酥脆又有层次感。”新雅粤菜馆市场部副总监毛勇表示,作为老字号企业,新雅有产品、有故事、有历史,而盒马作为新零售代表,有市场也有消费者,更贴近年轻消费群体,双方的合作是双赢。“双方研发人员花了两周

在一起开发,最终确定了创新馅料。过去我们认为青团是江南食品,但借助盒马的渠道,能让上海老字号产品卖到全国,我们也有意向在端午粽子、中秋月饼等产品上延续合作。”

除了两款与新雅联名的青团,盒马今年也带来了几款全新口味青团,新增流沙爆珠、笋干菜、酸菜鱼口味,颇具网红潜质。

此外,杏花楼推出的鸡丝培根青团,新雅推出的爆浆奶黄流沙青团、Q心奶香紫薯肉松青团,还有沈大成和乐乐茶跨界合作,推出的青团和粉粉团,都成为了排队购买的热门款。

新品首发 网红“长红”

青团原本是清明时节的祭祀食品,如今却和月饼、粽子一样热销,这背后是“网红青团”的助力,将整个品类推向市场高潮。

一款限时销售的咸蛋黄肉松青团,去年一季为杏花楼带来3000多万元的销售,而新雅的腌鲜青团也超过豆沙青团,成为销售

第一的品种。当年“网红”成为如今的“长红”,为老字号创新开了好头。事实上,从青团开始,小龙虾鲜肉月饼、黑毛猪肉粽、流心奶黄八宝饭等老字号网红节令产品这两年层出不穷。

而新品上市背后,是前期无数的试验、失败、再试验。“在青团上市前3个月,我们就在试验今年新品。方案提出了无数个,最后通过的只有两个。”新雅粤菜馆市场部副总监毛勇告诉记者,大师团队和市场部已经开始策划今年端午节、中秋节的“新品发布”。

杏花楼也是如此。今年的青团新品面世之前,曾有8种选择放在研发团队面前,最后只有一个新品脱颖而出。加上前期构思所费时间,新品的推出几乎用了一年。

大师团队领衔,定期新品发布,经典款长卖长红,新品常换常新。踩准市场需求,更要引领消费趋势,申城老字号的美味创新如果持续下来,也能如国际时装周一般成为城中盛事,为品牌带来年轻活力。 本报记者 张钰芸



新民随笔

盘一盘,上海球队霸气指数

上海男排,好样的!

在前不久刚刚结束的排球联赛上,上海男排横扫对手,实现了5连冠。在中国男子排球联赛24年的历史上,上海男排已拥有15座联赛冠军奖杯。

在中国排坛,上海男排已成为“无敌之师”。少帅沈琼,体现出了强大的心理素质和灵活的现场指挥能力,成功接班上海排坛“教父”沈富麟。

个人看法,如果要排一个“上海球队霸气指数”的榜单,那么,过去5年上海男排的表现,可以排在第三名。

排在这个榜单第五名的,应该是1996年到2001年的上海女排“五连冠”。那时候的上海女排,拥有全国最好的二传诸韵颖。

女排“五连冠”两个难忘的细节是:1997年,凭借两个净胜局,压倒江苏队。2000年,决赛首回合2比3败北,次回合首局落败,次局一路落后陷入绝境,最终绝地反击,逆转取胜。

去年,上海上港队主场双杀“七冠王”广州恒大,为上海在23年之后重新夺回男足联赛冠军,这样的霸气指数,可以排到第四。徐根宝的孩子们拼杀多年,终于赢得顶级联赛冠军。武磊29场比赛进了27球,收获金靴。全年,上海上港队一共踢进77球,超强攻击力令中超其他球队侧目。

排在“上海球队霸气指数”榜单第二名的,应该是2002年的上海男篮。这是上海球迷又一段难忘的激情岁月。2002年,姚明在男篮总决赛首战中,创造了21投21中、命中率百分之百的纪录,个人数据达到49分21篮板7盖帽。这样的姚明,让人看到了去NBA打球的实力和潜力。毫不夸张地说,当时半个上海,都为姚明倾倒。

上海球队有史以来最霸气的表现,出现在1995年的上海申花队。申花队这一年的表现是14胜4平4负,前两场比赛打进39球丢了16球。徐根宝的“抢逼围”成就了申花的“十连胜”,范志毅进了15个球,拿下了金球奖和金靴奖。

还记得那一连串名字吗?范志毅、吴承瑛、高佳、谢晖、成耀东、吴兵……很难再有一支球队的比赛,能牵动整座城市的球迷的心了。

个人排名,仅供参考。俱往矣。上海体育的荣光,相信更在前方。

晏秋秋

今晨申城 大雾笼罩

今晨申城大雾弥漫,7时30分,上海气象台发布大雾橙色预警,局部地区能见度在200米左右,郊区能见度更低。因为外滩笼罩在浓雾之中,陆家嘴高楼建筑在雾中若隐若现,浓雾弥漫的上海别有一番韵味

杨建正 摄影报道



加强长三角海上搜救应急区域联动

2018年上海海上搜救成功率为95.39%

本报讯 (首席记者 曹刚 通讯员 潘洁津)记者从今天上午召开的上海海上搜救工作会议获悉,上海海上搜救中心2018年共组织完成搜救行动266次,成功救助人员2029人次,搜救成功率为95.39%。今年,搜救中心将加强长三角海上搜救应急区域联动,加强与江苏、浙江、山东等周边省级海上搜救中心及渔业管理部门的沟通协调,优化区域渔船上海上搜救联动机制,做好区域渔船搜救应急处置工作,提升搜救应急处置效率。

上海海上搜救中心副主任、上海海事局局长肖跃华介绍,去年以来,搜救中心及各成

员单位妥善处置了“桑吉”轮碰撞燃爆事故等多起重大海上突发事件,成功应对连续多日浓雾和5次台风等极端恶劣天气,推动完善上海大型国际邮轮应急保障机制,圆满完成首届进博会水上交通应急保障工作,有力保障了上海人命财产安全和城市水上公共安全。

2018年上海港邮轮进出港805艘次,运

送旅客273万余人次,吴淞口国际邮轮港已成为全球第四大邮轮母港。今年,上海将进一步提升邮轮应急保障能力,完善邮轮搜救应急合作机制,组织开展东海海域大型邮轮应急救援演习,提升海上搜救应急实战能力。此外,上海海上搜救中心注重与民间救援组织协作,志愿者总人数已达1392人。