

大学路,为何终日热闹?



强化氛围感、呵护老店、拥抱多元文化,大学路的经验或许可以给其他大学周边商业街区乃至更广泛的城市街区空间提供思路。 ■资料图

据解放日报 “没有人永远年轻,但永远有人正年轻着”,长期以来,这个道理说服了商业市场,从而培育出一条条靠近高校、大学城的特色商业街。人们愿意相信,靠近大学生,就是拥抱大市场。在上海,毗邻复旦大学、上海财经大学的杨浦大学路就是如此。

日前,记者采访了大学路街区各类店铺相关人员,谈及选址原因,“靠近大学”几乎是大家脱口而出的共识。可当谈及生意,“不靠大学生”的声音却也颇为响亮。客观的街区氛围进一步验证了他们的说法,在大学路,尽管时值暑假,却没那么受学生离校影响,照样餐厅等位不绝、饮品出单不断。今天的大学周边商业街到底靠什么而活?在外界眼中自带标签、自带流量的街

区,它们的生长与演变,或许可以给更广泛的城市街区塑造带来启发和思考。

“大学生的后花园”,一点不“大学”

大学路终日热闹,傍晚更甚。赵小姐在杨浦创智天地一家科技公司工作多年。“从公司走到大学路3分钟。”据赵小姐观察,尽管大学路被外界认为是“大学生的后花园”,“可这里一点不‘大学’”。

随着商业业态持续升级,现在的大学路上,中餐、西餐、日料、韩餐、泰国菜馆一应俱全,其中不乏人均消费355元的牛排馆和人均消费669元的日料店。大学路虽短,但沿街动辄八九层的商务楼宇,已将商业空间放大数倍。任选其中

一栋,记者从九层一路向下走,依次看到正在营业的女装店、酒吧、桌游馆、房产中介、美甲店、健身工作室、日式杂货店、撸猫馆、手作工坊等。

在三楼经营服装店的莹莹告诉记者,她开店12年,换了3个铺位,始终没离开大学路。“学生顾客不多,都是靠周围的上班族、居民回头客。”

另一方面,学生消费能力见长也是商家的普遍感受。大学路上一家酒馆,人均消费超过130元,“我们的客人里学生很多,最近他们放暑假,直接影响客流。”服务生说。

大学生似乎比过去“有钱”了。这不仅体现在他们可以承受更高昂的商品和服务价格,更在于需求的日趋多元化。刚刚从复旦大学研究生毕业的刘同学表示,自己日常还

要去大学路上健身、练瑜伽。“办卡的时候也需要一次性支付一笔不小的费用。”

大学生消费市场仍然蓬勃甚至更具潜力,然而,学生消费鲜明的周期性,在以特色消费、高消费为核心业态的大学路,很难纯粹以做学生生意而立足,从而形成了背靠大学却不靠大学生的局面。

一件T恤叫价1890元的买手店,近期又在大学路的一条后街开了分店,店内只提供9.5折的折扣,目标客群“肯定不是大学生,而是专门来大学路打卡的潮人”。

大学路让“大学”的标签弱化,反而更凸显社区乃至社会的街区属性。记者在傍晚时分走访时发现,大学路有全年龄段的消费者,亲子家庭、游客、背包青年、遛狗的居民等,这也就不难理解,为什么每逢寒暑假的周期性淡季,都不会影响大学路的客流。一到午餐和晚餐时间,等位现象常有发生。“有些店铺常态化排队,一等就是两个小时。”刘同学说。

理论上,让商业供给赢得除学生之外更多类型的客群,是大学周边商业街谋求可持续发展的必由之路。大学路只有双车道,周边毛细血管式的支马路丰富,将周边的社区、园区与街区的距离拉近,人的可达性强了,过路客的丰富程度自然就高。

此外,大学路地处上海20年前就已明确开发的四个城市副中心之一——五角场周边。更关键的是,大学路自2004年动工,2009年延伸至国定路初见雏形,至今都在运营方瑞安创智天地手中,商家、运营方和政府更易达成协商共赢。

“常有客人因为工作、居住原因离开大学路,又回来怀旧”

大学路作为一条高校周边商业街,这几年尤为出挑。一些学生在采访中提到,大学路已有点儿“网红化”了。“经常能看见穿着前卫的年轻人在这里逛街”“店铺装修一个比一个适合拍照发朋友圈”……有人提出,大学路的经验有没有可能复制?

抛开大学路特定的区位优势,历届地方政府赋予的历史机遇,以及客观上更顺畅的运营机制,记者在采访过程中发现了一些大学路主动作为且“做对”的地方,或许可以给其他大学

周边商业街区乃至更广泛的城市街区空间提供思路。

首先,强化氛围感,也可以说是设计感。大学路的巨幅墙绘、涂鸦随处可见。刘同学告诉记者,很多墙绘作品会时常更换,路边的供电箱、设备箱也都装饰过。“整条大学路不会让人觉得有裸露而丑陋的空间或市政设施。”沿街两排外摆位更是将氛围感拉满。不论走到大学路上哪一段,悠闲坐着的人们、冒着香气的小食和咖啡,都比炫目的广告牌更吸引人。现如今,这种氛围营造已在整个街区实现良性循环。记者看到,几乎所有门店都愿意在装修上重投资。一些连锁便利店、咖啡馆,还会一改其一贯风格,在大学路上以特色主题、特色装饰的面貌呈现。

其次,呵护老店。去年8月,在复旦周边开了20多年的复旦旧书店迁入大学路一条后街——伟德路。而它的对面,新开的悦悦书店(原名志达书店),同样曾在复旦周边经营超过20年。还有一届届大学生都不曾错过的老音像店,迎来11周年店庆的酒馆homeless,即将老店新开的西式简餐店uncle no name等,这些店铺已然成为大学路学生、居民、白领共有时光记忆的一种载体。走访中,不少店铺老板提到,“经常有客人因为工作、居住原因离开大学路,又回来怀旧的。”当然,怀旧式消费或许是大学周边商业街区的一种独特形态,但它所折射出的人与街区深厚的情感链接,同样值得其他街区思考、破题。

再者,拥抱多元文化。小众画廊、黑胶唱片馆、动漫天堂……三年前,二次元“圣地”animate在大学路开出上海首家独立门店;今年,大英博物馆、英国国家美术馆授权的文创产品快闪店也在这里出现,大学路的“可能性”已经在市场探索中被深度延展。今天,越来越多商家还在给予大学路新的期待:一家一个月前新开的椰汁饮品店,在上海的另一家门店开在寸土寸金的南京东路;一家做融合下酒菜的餐饮店,把大学路店作为品牌的上海首店;一家韩国料理店位于北京的另一家门店,设在知名的潮人集聚区三里屯。

“我们觉得大学路的潮流程度和客群时尚程度是不输三里屯的。”门店店长表示。这也意味着,大学路有望成为国内为数不多的、地段不在城市中心,却依旧拥有一流商业资源的街区。 ■杜晨薇 吴越 李成东

相关新闻

潮流文化与年轻人生活方式共生共长

据解放日报 黄浦滨江畔,南浦大桥下,随着“北京路演出计划”乐队演唱结束,小红书首届“马路生活节”落下帷幕。

8月3日至13日,在上海市商务委、市文旅局、黄浦区人民政府支持下,小红书在上海成功举办首届“马路生活节”。生活节由超过200场活动组成,辐射上海37条马路及周边地区。

“马路生活节”在主场世博创意秀场举办的“转角艺术展”,成为此次生活节最热门活动之一。99组摄影作品,吸引了上万人参观游览。摄影作品《我的奶奶》记录奶奶的农村生活;为80岁老大爷搭建“独家电台”,用艺术留住属于长辈的青春记忆……“如果是走马观花,这些作品或许并无特别,当知道了每幅作品背后的故事后,能感受到年轻人在用自己的方式,表达着对城市和生活关怀。”56岁的王强文观展后感慨。

8月4日到6日,8月11日到13日两个时段,每当夜幕降临,南浦大桥下的黄浦江边,便排起了近400米的长队。由70家小红书品牌、15个

小红书特色美食入驻商家组成的“纳凉夜市集”,吸引了众多市民游客的参加。曾就职于世界五百强的曹焘任(网名),现在是小红书古着头部商家Cosmos的店铺主理人。从业余爱好到辞职创业,他现在已在平台有了3.7万粉丝,店铺销量日渐增长。在市集上,曹焘任除展示商品外,还兼职成为一名“古着文化科普员”,分享每件年代感衣物背后的故事。

出圈的不止小众生意,还有小众特色美食和潮流店铺。11天时间里,上海进贤路、大学路、延庆路等10条马路上,50家美食门店组成“马路逛吃之旅”,被市民游客组团打卡,小红书App线上活动页面有近60万人访问。29家潮流店铺拼成“小红书潮流地图”,潮流文化与年轻人生活方式共生共长。

小红书“马路生活节”项目负责人刘彦说:“‘马路生活节’虽然只有11天,但小红书对美好的追求还会一直继续。未来,希望‘马路生活节’能成为一个‘青年城市文化IP’,展示小红书与城市生活、青年文化之间,更多的想象力和创新力。” ■俱鹤飞