

“上海之夏”国际消费季正在进行中——一条烤鱼让杨浦商场破例“留灯” 夜间经济，如何“破晓而出”

时钟指向深夜零时，合生汇的大部分店铺已打烊，二楼的烤匠麻辣烤鱼门口却依旧人头攒动；在中山公园商圈，烤匠中山公园龙之梦店开业以来，周末排队持续至凌晨两点，另一边的王富贵火锅同样营业到凌晨5点，不时有“夜猫子”出入商场。

2026“上海之夏”国际消费季正在进行，在夜间经济场景中，餐饮仍是“重头戏”。曾经，大型商场内的商户因为晚上10点就要打烊的掣肘，让出了深夜经济的赛道。而如今，现象级餐饮走进来，老牌商场纷纷破例，主动延长营业时间、做优服务，挖掘深夜经济潜力。

开辟夜宵专用通道，商场不再“定时拉闸”

现象级餐饮品牌，纷纷瞄准了盒子式商业体。

暑期的上海，晚上10点过后，五角场合生汇内200多家商户拉下卷帘门，公共区域灯光也暗去大半。但在商场二楼，烤匠门前灯火通明，三五成群的年轻人围绕环形区域排着队、聊着天，热闹丝毫不减。“我从松江过来陪女朋友，我们都是成都人，在上海上学，很喜欢这个餐饮品牌，就准备当作夜宵。”正在等位的小王向记者展示了等位号，深夜11点，前方仍有30桌在等。

深夜等位，已成商场一景。烤匠创始人冷艳君在接受采访时透露了一组数据：烤匠合生汇上海首店开业半年，累计取号近28万桌。合生汇首店和开业不久的中山公园龙之梦店，工作日晚10点后夜宵时段可稳定实现2.5—3.5轮翻台，深夜1点左右结束排队叫号；周末深夜时段更能实现3.5—4.5轮翻台，凌晨3点左右结束排队叫号。

目前，烤匠、王富贵火锅等现象级餐饮，营业时间通常会持续至凌晨，而传统商场为这些品牌破例“留灯”。在烤匠进入合生汇之前，商场内部除电影院外，几乎没有商户会营业至凌晨，但合生汇为烤匠破了例，专门为其开辟夜宵专用通道，并单独保留一部客梯通宵运行。“我们原以为进入中山公园龙之梦商场，深夜运营会有一些困难，没想到商场非常欢迎。”冷艳君说，商场本身也在发力夜间经济生态，双方一拍即合。

世邦魏理仕日前发布的2026年上半年市场新租需求分析显示，餐

饮仍以39%的新租需求位列新店首位。从某种程度上说，烤匠等现象级餐饮的入驻，为传统商场投身深夜经济提供了除酒吧、影院之外的新选项。

高校学生把品牌“投”到家门口，“流量捕手”重塑夜宵场景

为什么烤匠能“穿透”深夜经济的场景？冷艳君用一句话解答：烤鱼本身就来自夜宵。

同是夜宵，但时过境迁。很多年前，烤鱼属于夜市，只服务于夜宵场景。冷艳君告诉记者，随着各地购物中心的发展，2013年至2018年期间，各地烤鱼品牌完成品类正餐化的过程，走进大众的午餐和晚餐，实现爆发式增长。

“从2020年开始，我们重新开始打磨购物中心里的夜宵场景。”她告诉记者，在北京和上海拓店的时候，品牌看到了新的潜力，情侣、朋友聚会是夜宵的主力客群，我们为此做了不少调整，比如，中山公园龙之梦店满足多人聚会需求，增加大桌数量，提升位置宽松度，特调、精酿啤酒和微醺果酒则比街边夜宵摊更加精致。

重塑夜宵场景，并不是一件容易的事。与较为粗犷的街边夜市不同，北上广等城市“餐饮+深夜经济+商场”的组合，某种程度上都抓住了一个核心——消费者体验中的情绪价值与社交价值。

位于第一百货商业中心的海底捞甚至把营业时间延长至次日清晨7点，前段时间推出以财鱼为核心的“霸道吃鱼季”，关键词就指向求职季的好彩头。海底捞相关负责人介绍，“霸道8秒财鱼片”上线一周销量突破21万份，“霸道发财鱼糕”销量超过12万份，不仅如此，网友还用火锅底料创意手绘“山水鱼”“机械鱼”“鱼版大力神杯”等，成为餐饮品牌与消费者深度互动的典型案例。

上海市青少年研究中心发布的《2025Z世代情绪消费报告》显示，超九成青年认可“情绪价值”。去年末，烤匠进入上海，为消费者提供的一大情绪价值就是“听劝”，比如，品牌发起“上海首店开在哪”投票，吸引近4.5万人参与，复旦、同济、上财等高校学生组团拉票，硬生生把品牌“投”到自家门口，企业也由此完成第一批核心用户沉淀。



深夜经济释放叠加效应

“上海之夏”国际消费季已步入第二年，如何拓展夜间经济特别是深夜经济场景，一直是上海致力提升城市烟火气的破题方向。

针对街边场景和夜市场景，上海持续优化外摆设置。外摆位要解决的，是发达商业形态、高人口密度和复杂街区治理现实之间的矛盾，体现出超大城市治理的开放与智慧。为此，有关部门甚至专门推出《上海市外摆位设置导则(试行)》。

相对于沿街和露天空间，传统商业体是城市夜生活的重要载体，如何活化，也是一道值得思考的命题。从结果来看，现象级餐饮带来的“泼天流量”有助于拉动商场内的多元消费。合生汇提供的一份数据显示，引入烤匠后，商场今年2—5月整体客流上涨5%，商场销售额同比提升5%—8%。为何一条烤鱼能带火一座商场？在冷艳君观察中，数小时的排队周期里，消费者自然流向影院、电玩、美甲、零售



等业态，场内平均停留时间从2—3小时拉长至5小时以上，形成叠加效应。

有专家表示，深夜经济不是一道单选题，它有很多种解法，考验的是各行各业的洞察力，今天烤匠可以跑出

新增长曲线，明天其他餐饮品类甚至其他业态也有可能找到新的增长极，从而共同组成上海这座不夜城的“月光奏鸣曲”。

■徐晶卉 项欣 (来源:文汇报,配图为资料图)

上海市民日校、夜校秋季班——城市行走、数字绘画、非遗创新等跨界特色课程,成为市民美育新选择

美育不分昼夜 城市即是课堂

iPad插画基础班上,学员陈静阿姨一刻钟内起身三次向老师请教iPad操作技巧,颜色怎么调、图层怎么换、拖拽手速也要到位,虽然有点苦恼画不好,但她表示“很愿意学”,而授课老师费蒙琦则不断鼓励学员:“这门课并非让大家成为专业的艺术家,而是成为生活的艺术家。”

在“跟着专家去‘海考’——行走的城市记忆课”的第一堂课上,不乏背着笛子、尤克里里等琴包赶来的学员。上过古典音乐赏析、书法、插花、收纳课之后,老学员封清告诉记者,这个秋天她想在上海跟着专家仔仔细细地CityWalk一下。

上海市民日校、夜校秋季班已经开学。今年日校摆脱“夜校plus”模式,针对日间学员需求打造特色课程,联动夜校、周末美育课堂,搭建起全龄全时段的美育布局。其中日校秋季班开设132个点位、360门课程,招收6248名学员;夜校秋季班开设548个点位、1489门课程,

招生2.9万名。城市行走、数字绘画、非遗创新、中医科普、运动美学等跨界特色课程,成为市民美育新选择。

“听老师讲背后的故事,能让我对这片土地理解更深”

跳出“夜校白天版”的简单定位,日校已形成差异化课程体系。上海市群众艺术馆馆长吴鹏宏介绍,日校学员80%为80后、90后中青年,不少是晚间工作的自由职业者,受众与夜校形成互补。

备受关注的“跟着专家去‘海考’”课程推出日间版。相较春季班主打夜间行走上海街区,本次日间版额外引入上海城市规划展示馆、上海博物馆等室内文博场馆。5位老师带队10条路线,覆盖整个上海的室内外重要地标。“如果说街区是非常直观的城市血肉,这些文博场馆就是城市骨架,宏观与微观的体验相互验证,才能将上海文化更立体、更有温

度地传递给学员。”课程老师孙国英告诉记者。

“很多新上海人,带着想要融入这座城市的感情而来。”孙国英回忆,带领春季班时,曾经历过一次五月的暴风雨,临行前她觉得不会有人来了,结果思南路上学员们的雨伞连成一片。“这让我很感动。我意识到,不管是在上海工作学习,或是过境游客、本地居民,大家都需要一份城市认同与归属感,一颗定心丸。”更令孙国英惊喜的是,不少学员本身具备专业背景,行走过程中总能碰撞出新思考。

“这几年上海变化很大,徐汇滨江、杨浦滨江我都去过,北外滩如今也焕然一新。不过单看风景不够,听老师讲背后的故事,能让我对这片土地理解更深。”学员朱亚清告诉记者。课程设置的北外滩水岸线路,是上海为数不多可以同时眺望黄浦江与苏州河交汇景致的区域,也成为理解一江一河如何

激活城市街区的绝佳样本。土生土长于虹口的课程讲师沈伟刚告诉记者:这条线路串联起两种迥然不同的水岸气质——从苏州河口片区,河滨大楼、邮政大楼、上海大厦、浦江饭店等百年文保建筑依次铺展;行经外白渡桥转入北外滩黄浦江岸,就可以看到世界会客厅和国际客运中心,展现出面向世界的当代城市面貌……

跨界融资源,人人都是生活的艺术家

数字美育继续前进,而这类课上老中青同班的场景很常见。在iPad插画课上,老师费蒙琦总是习惯性地停下来:“有跟上吗?有疑问的同学随时可以拿着iPad来找我。”她告诉记者:“我看到很多学生把iPad作画带到了露营中、婚宴上,很多出差的空中飞人、刚接完孩子放学的妈妈、已经退休的姐姐,她们在社会中有着不同的身份,但人人都可以是生

活的艺术家。”

在课程设置上,兼具文化底蕴与创新表达的特色艺术课程,同样成为今年日校的热门选择。上海市群艺馆总校推出的“顾绣新用”“宋锦手作雅集”“岩彩绘金扇”等一批非遗创新课程,将古老技艺与当代审美相结合,让非遗真正走进普通人的生活,吸引了大量年轻人参与。

此外,今年夜校秋季班办学队伍持续扩容,一批专业化、特色化办学主体加盟,教学场景延伸至产业园区、核心商圈、专业场馆、本地院校,进一步拉近市民与美育资源的距离。项目还联动曙光医院、同济大学、上海戏剧学院等机构,推出中医科普、沪苏跨地域等特色课程;曙光医院为夜校编撰正式出版的教学课本,同步推出科普教辅《爱中医,爱生活》。“有了标准化教材,未来中医养生课程还有机会走进医疗场所开展教学,发展空间很大。”上海市群众艺术馆副馆长徐皓说。

■孙彦扬(来源:文汇报)