

上海市普陀区商务委员会

普商务〔2023〕34号

上海市普陀区商业导则 —苏河水岸商圈商业规划导则

一、背景概述

苏州河普陀段自安远路起进入普陀区域，至祁连山南路止，全长约14公里，两侧岸线约21公里，谓之“半马苏河”。途经长寿、宜川、长风、长征四个街镇，现有17座桥梁和18个湾。轨道3、4、7号线等7条轨交线穿河而过，两岸共设置了21个站点。

苏州河普陀段是本区经济发展最活跃、已开发建设强度最高、商业商务和文化最发达、生活和交通最便利的区域，与不夜城、中山公园两大中央商务区毗邻，离南京西路、静安寺、虹桥开发区等中央商务区均为2公里左右。

沿河有M50等文创园区6个，谈家28等科创园区8个，纺织等工业、历史和艺术博物馆6个。距河道500米范围内

拥有环球港、天安千树等大中型商场 10 个，商业面积超 70 万平方米。

沿岸分布了 50 余处旅游资源点位，沪西工人文化宫、长风公园曾经是上海市民的必游之地，梦清园为沿河最大最美的公园绿地景观。华东政法、华东师大两所知名大学枕水而建。沿河有中远两湾城等商品房住宅小区 35 个。

二、总体规划指引

（一）规划原则

根据商务部发布的《城市商圈建设指南（征求意见稿）》和《上海市商业空间布局专项规划（2021—2035 年）》规定和要求，对苏州河普陀段商圈规划提出以下原则。

1. 注重优化存量 控制总量

基于商圈辐射范围内的人口规模、消费水平和消费升级需求，遵循商业发展规律，将商圈更新改造与区域发展定位相结合，立足苏州河沿岸现有梯度有致的不同商圈基础，着力优化提升存量能级，适度扩增建设高品质商业。

2. 拥抱数字经济 优化赛道

鼓励拥抱数字经济，抓住 5G、AR、VR 带来的数字化发展新动能，导入元宇宙、数字孪生应用，丰富苏河两岸商圈、单体商业的表现形式、营销方式、场景范式，探寻商圈第二增长曲线。

3. 鼓励跨界联动 丰富业态

加强沿岸商圈与周边旅游景点、文化场所、商务楼宇资源互通、互动，促进商圈与市内交通、公共服务资源、苏河

沿线历史文化遗存有效衔接、融合发展，实现商圈与城市中心区、重点功能区、社区居民消费需求协同发展。

（二）整体思考

根据上位规划，苏州河普陀段暂无市级商业中心布局，主要服务于周边三公里客群的购物、餐饮、休闲、娱乐和商务活动的消费人群，注重消费体验，满足区域内综合消费。

——业态布局方面。地区级商业中心内部提升能够满足周边居民餐饮和休闲娱乐等家庭式、体验式、社交型消费的业态比例，适度布局新潮品类、轻奢品牌、中高端品牌，有效承接区域居民升级消费需求。

考虑布局大型超市、便利店、邻里中心等便民利民的业态。

——空间布局方面。以环球港、天安千树等为蓝本，研究优化区域内3-5家5万方以上的主要商业空间和“创享塔”等园区商业、沿河商业、街区商业的建筑肌理、光源肌理、门面视觉，形成“半马苏河”百万级品质商业文化空间。

努力打造5家在全市、长三角有一定知晓度的新标签商业空间品牌，优化店铺展陈，提升视觉、听觉、嗅觉等感官体验。

鼓励对“街区商业”集中度较高、人文氛围烘托较佳区域，引进品牌店、网红店、连锁门店、老字号、文体娱乐等特色亮点商业，营造差异化消费场景，培育新型特色消费街区。

——商业能级方面。借力本区5G等互联网基础设施布

局相对较好，科创企业集聚较多，着力导入以数字经济为底座的商业新模式、新业态，加大社群营销、内容营销和“人货场”有机融合，提高商业坪效，满足大众化、圈层化、个性化、细分化的市场新诉求，力争实现区域商业“换道超车”。

——**商旅文体融合方面**。鼓励苏河两岸艺术空间、园区空间、会议展览空间、红色文化空间、宗教文化、游艇码头、轨道交通站点等参与并融入提升区域商业能级，创新商业特色，培育和满足年轻人多样化的新消费需求。可以考虑在商业区域附近规划体育公园，布置健身广场、篮球场、足球场等设施，举办户外健身课和各类体育赛事，吸引年轻人前来参与体育锻炼和聚会。还可以利用河滨空间举办马拉松等大型体育赛事，利用体育活动带动区域商业消费。同时，鼓励商业空间内设立健身房、游泳馆、攀岩馆等体育休闲设施，丰富体育文化内涵。

——**涵养客群方面**。结合苏河沿岸周边具有较高显示度的文化、旅游资源，注重打造特色消费聚集地，增强服务消费、时尚消费、品质消费、信息消费、绿色消费等新消费。

培育和满足不同客群的消费价值，提高消费者到场率、到店率、购买率。延长客群在商业空间、商业街区的驻留休闲时间，促进流量转化为消费力。

三、重点区域商业规划导引

（一）长寿商业商务区

1. 主要商业区域发展定位

作为长寿商业商务区重要载体空间，长寿湾商圈和长寿

路商业带结合地理特征和商业禀赋，分类规划、科学引导、合理布局。长寿湾商圈依托梦清园、M50 创意园等文化设施，发展商旅文联动，打造集商业、创意、文化、休闲、娱乐功能于一体的“文化创意产业区”。长寿路商业带依托亚新生活广场、189 弄购物中心、旭辉里、巴黎春天等商业体突出融合活力城市、时尚消费、绿色生活等元素，塑造具有吸引力的城市休闲、购物、娱乐空间，主打全新潮流时尚生活概念。

2. 商圈发展规划导引

(1) 创新商业载体

鼓励商业载体对标高品质项目，引进优质城市中心商业运营的品牌主或运营商，推动商业载体品牌价值、购物体验、客群主体等迭代塑造。

推动更新亚新生活广场的业态布局，引入快消连锁品牌店、潮流运动体验店、精致餐饮店等年轻业态。近期将其作为推动城市更新的试点。中长期逐步提升商场可逛性，吸引年轻消费者前来打卡，鼓励 189 弄、旭辉里、亚新、我格广场等商业综合体共同融入长寿路商圈一体化建设。

强化鸿寿坊特色商业体发展定位。基于历史风貌商业与现代办公混合开发的优势，鼓励发展传统街坊里弄与其所承载的具有“烟火气”的生活，发展小尺度商业空间形态，满足城市青年对新鲜感的追求，为消费者提供安全、舒适的消费环境。

美化长寿路商业带的街区立面和街区慢行步道，引导和

限制长寿路沿线的低端业态，清退容易影响市容景观的业态，提升沿线沿街商业的质感品味。

导入快时尚店、美妆店、潮玩店等年轻人乐于聚集的场景，注重发展线上线下联动、体验式消费等场景吸引客群，满足 Z 世代消费者的个性化、社交化和体验化需求，增强品牌形象和忠诚度，提高消费转化率和复购率。

鼓励活力潮牌开店，吸引年轻消费者和时尚达人，增加商场的活力和互动性，利用品牌店面设计和展示方式的前卫感，增加商场的时尚感和潮流氛围。

研究增设二次过街安全岛等措施，保障行人过街安全，增强两边商业和人群的友好性、互动性、对流性。

增加地铁指示牌，使多条轨道优势转化成聚客动能，使乘客高效快速换乘，吸引更多的消费客流。

（2）重塑特色小街区

——打造莫干山路特色街区

莫干山路是长寿湾商业、人文要素集聚较多的特色街区。研究开放沿街的天安千树（含二期）、M50 创意园、月星家具、红子鸡等商场的底层，植入年轻、激情、健康等元素，结合 AR、5G 赋能，导入代入式、沉浸式营销场景或最新、最潮的商业形式，展示新名片、新场景、新概念，打造上海全天候数字街区标杆。

沿街的老建筑结合近代工业厂房的建筑肌理，修旧如旧，将现代商业空间与百年工厂建筑街区相望，辅之五彩缤纷的灯光肌理，导入国际国内著名品牌轻餐、酒吧和休闲娱乐

乐业态，增强吸引年轻人、时尚人群、高品味人群的消费因子和服务元素。

天安千树作为核心街区的地标性商业，鼓励引进高端商业业态、大牌店、旗舰店、品牌首店、餐饮娱乐名店。在沿岸商圈积极引入并培育沉浸式演出、主题艺术展、河岸市集等优质资源，打造文商旅多元融合项目；引进知名餐饮、咖啡、文创等商业品牌入驻周边，丰富市民游客的消费体验。

一一打造昌化路码头岸线“人气水街”

尝试以昌化路码头为中心，东至安远路、西至江宁路桥的堤步道沿岸，开放建筑底层，打造“苏河南岸”的“静”，与毗邻的莫干山路“动感”街区相呼应。

探索引入多基因、多流派文化名人元素，展示多样化文艺情结。独立设计师工作室、当代艺术大师室，艺术展览，打造强化空间的记忆点，举办集市、音乐戏剧、艺术交流、文化分享等各类活动。

考虑布局咖啡馆、轻餐馆、红酒坊、古董店、画廊、书店、小剧场，增加垂直水景、瀑布、喷泉等，满足消费者视觉感受与情感需求，吸引高端人士休闲消费。加强对空间的体验打造，为消费者提供更多独特个性化、高参与度、高观赏性的打卡点。

探索苏州河景观 VR/AR 试点，利用河岸居民楼、商业楼宇、历史建筑等载体，发展虚拟视觉艺术展，融合现实场景与数字灯光打造的虚拟场景，实现跨苏州河的“R（真实场景）+AR 技术”表演。

考虑将上述莫干山路、昌化路码头区域的商圈，加持命名为“M50 国际时尚湾区”，做深“半马苏河”的水岸底色、商业亮色、活力主色，打造中心城区标识度、美誉度极高的商业新地标。

（3）融合滨水文旅活动区域

进一步细化苏州河滨水空间资源，推动住宅、办公、商业、娱乐、园区、公共文化等复合功能形成混合动力，植入活力元素、拓展活动场景、建设滨水街区，着力打造滨水沿岸集“水上观光休闲区”、“艺术体验分享区”、“节庆体育动感区”、“时尚餐饮消费区”四大区域联动的平台场景，营造湾区商业发展生态标签。

打造苏州河沿岸新打卡网红点位：研究打造常设性的河畔市集。研究制定河畔市集的营销策略，包括宣传渠道、活动内容、优惠政策等；招募河畔市集的参展商，筛选符合苏州河旅游主题和质量的商品和服务。聚焦半马苏河百年红色地标，征集苏州河公共艺术作品并在苏州河沿岸落地，赋能优秀品牌首店经济内涵，结合老厂房烟囱等工业遗存地标，打造集乐活、文化、艺术、美食、阅读、休闲、学习于一体的长风湾党群服务中心。

进一步发展水上巴士旅游，商旅结合。打造微度假、微旅游线路，联动沿岸商业设施。通过拓展码头衔接、优化行人步道、增设公交站点、开发地下通道等方式，提高长寿区域的交通可达性、互通性、便利性，使商业腹地和已有的轨道交通间的步行更顺畅。同时通过建设立体式停车空间、增

加地下停车空间、错峰共享等方式解决周边停车难问题，进一步吸引人流。

结合苏州河畔水文环境和基础设施布局，探索发展苏州河年度体育赛事，如龙舟赛艇、浆板、“半马”马拉松等，充分融合文旅优势，以体育赛事吸引人流，带动区域商业发展。

（二）武宁路桥新 T 台

1. 现有优势

区域优势。苏河水岸经济发展带和武宁创新发展轴共同构成“半马苏河”的“新 T 台”，是水岸灵动、商贸发展、科技创新、共融共生的大平台，“新 T 台”集聚了百万以上的商务商贸楼群。

交通优势。武宁路地下快速路通车后，是 G42 直入城市中心的出入口，四条地铁环伺，更有三线共站，还有内环线四个上下匝道，地理位势优越。

商业基因。武宁路、东新路曾经是普陀区的政治中心、商业中心、贸易中心、游乐中心，也曾是上海最重要商圈的主战场之一，商流、人流、车流集聚，近三十年的社区商业定位，延续了其商业命脉，商业底蕴厚实。

商圈定位。探索将武宁路商圈定位为市中心组团式节点商圈，作为普陀区与中心城区对比度强的商圈，对接 30 万以上青年创业者、科创人才、文创青年和商务客流，北与真如副中心呼应、西与环球港链接，配称承接长三角、武宁创新轴的商业、商务发展。

2. 商圈发展规划导引

打造苏河文娱新地标。打造“苏河·梦立方”开放式园区成为整合各类文化创意产业项目、人才团队的功能平台，成为苏州河沿岸最大的单体文化综合体。将原有传统的商超调整为面向年轻人群的互动生活空间和文创功能空间，成为融合轻餐、生活服务、展示展览等现代艺术、时尚潮流的商业载体。

探索苏州河景观设施，融合苏河十八湾美景，使苏州河普陀段真正成为上海名片和标志性打卡胜地，助力提升商业能级和人流。

（三）长风长征地区

1. 现有优势

区域优势。该地区东至中山北路、西至祁连山南路、南至苏州河、北至金沙江路约 6 平方公里的泛区域组成，随着苏河步道贯通、近铁商业板块日趋成熟，这一区域已连片成片。

交通优势。北横通道、内中外环线均穿境而过并设有出入口，4 条轨交链接全境。该区域位于金中环产业联动发展轴的核心区域。

商业基础。现有 118 广场、近铁城市广场、长风大悦城、等 3 家大型商场，长风华邑酒店、凯悦等高品质酒店和饿了么等新商业领军企业。

平台资源。华东师大、化工院、联交所、清华国际创新中心、天地软件园、上海控安、跨采中心、上海少年儿童图

书馆长风馆、儿童医院、长风公园、游艇码头等丰富的科教、文旅资源。

2. 商圈发展规划导引

优化商圈定位。推动长风地区发展科技、金融、贸易、文创、会展产业和生活服务的**多组团区域商业**。导入业态对接区域商务人群、游玩、就医人群、公务办事人群和中高端消费居民，深耕大型购物中心的聚客功能，发挥首店经济、夜间经济、小店经济聚人气功能。

发展数字商圈。发挥“两长地区”科创资源功能，探索率先在商圈内部引入数字技术，呈现VR/AR互动场景。通过AR发放数字红包和商家代金券、展示商铺和景点信息，发展数字定向越野、数字阅读等虚实结合的消费、运动、文化灵境场景，增强互动体验感。运用客流大数据分析，强化精准营销，圈层渠道触达，推动商品和服务精细化、定制化、小众化，引导客群高频复购，提高商圈商业运营绩效。

3. 重点业态规划导引

——发挥环球港的航母效应

发挥环球港三轨并站的独特位势，持续放大其品牌效应、吸客效应、商旅文融合效应，承载周边及全市居民购物、娱乐、亲子休闲等消费需求。

——发挥商业体的特色效应

鼓励长风大悦城依托时尚潮流、餐饮名店、乐高探索中心、Sky Park 高登公园、少儿体验等特色，引进更多艺术体验、体育运动、亲子教育类等跨界融合品牌首店，增强区域

文旅属性和潮流运动元素表达。

鼓励近铁城市广场深耕 TOD 商业商贸组团、魔都网红打卡点特色，强化电竞体验、新零售、新文创、轻餐饮、小食肆等新业态、新模式品牌首店，培育“动感首店经济”聚集。

发挥红星美凯龙全球家居一号店的旗舰效应，共享全球家居、品质典范的商业愿景，做好跟踪服务，支持红星美凯龙和月星家居为消费者提供温馨、和谐的家园式消费环境，提升消费者的居家生活品味，以家居带动消费。

——发挥街区小店的聚气效应

针对区域内文旅场景、水岸小景集中及消费者多元等特征，着力加大街区、街边、后街小巷的特色小店培育。

做好开门七件事的保供业态。同步导入休闲娱乐、文创 IP、快时尚、趣嗨乐、虚拟偶像互动店等与年轻人共情的新业态、新模式、新玩法，加大流量变现，持续添加街区活力，体现可阅读、可漫步、可兜逛。

——发挥功能场馆的烘托效应

推动跨采会展中心转型为专业会议中心。跨采中心建筑的艺术外观和场馆具备承接的先发优势，结合普陀区四大重点产业，发挥普陀在智能制造、科技金融和数字经济领域的资源优势，力争打造浦西有影响力的会议中心。

举办各类主题展览、讲座、工作坊、亲子活动等，拓展合作伙伴和赞助商，提升社会影响力。加强上海市少年儿童图书馆（长风馆）与周边商圈的互动和融合，打造综合商业区域，提供餐饮、住宿、购物等配套服务，形成一个完整的

消费闭环，提升区域竞争力和吸引力。

（四）其他重点区域

1. 真如地区

建设真如副中心数字商圈。借助沪宁铁路、沪通铁路、高速、上海西站等交通设施带来的便利性以及海纳小镇的高点站位，结合普陀区领先的5G基础设施建设，优先发展数字经济与数字服务加持的现代化商业。加快布局TOD流量经济，基于数字化发展时尚娱乐、潮流购物、首店经济等多元业态，打造一个在全市具有影响力的城市副中心数字化商圈。

打造真如文化商业标杆。依托绿地缤纷城、复悦荟、LOVE@大都会、中海寰宇城MAX等商业资源，发挥真如寺、真如古镇历史文化优势，加持文化艺术展馆等多种商业文化地标，支持影视娱乐、亲子教育、历史文化展览等多业态发展，形成真如副中心文化商业集聚地。

2. 桃浦地区

打造产城融合的创新商业示范区。依托中以（上海）创新园、桃浦智创城、同济大学等优秀的科研、科创、教育资源，结合智创TOP产城综合体、高端住宅项目金茂府和宝华的完善落地，建设桃浦区域成为上海“西大堂”核心产业商业融合示范区。

鼓励TOP智创城推广智慧园区。深入推广智慧物业、智慧停车、智慧安防、智慧消防、智慧能源等全方位管理应用，并为进区企业提供“选项菜单式”智慧功能服务体系，形成

集高端办公、商业、酒店、科创服务、文娱休闲于一体的组团式地标建筑群。

四、保障措施

健全区域商业开发监管规范。设立相关监管政策，完善商业开发监管机制，补充对商业网点发展前瞻定位、业态布局、配套设施等方面的技术性规范，防范商圈出现结构性矛盾，避免造成资源浪费和过度竞争。建立商户信用平台，公示商家信息、产品质量、投诉信息，减少信息不对称，提升购物体验。

更新招商引资方式。强化整体性营销，将普陀区重点商业街区和重点商业项目整体策划、聚合包装、统一宣传，设计具有感染力和区域特色的宣传口号、物料、视觉识别系统体系。实施品牌招商战略，对普陀区重点商业项目进行品牌化、IP化塑造，树立区域品牌招商范式。

加强城市更新，吸引消费。加快苏州河沿岸旧区改造更新，搭建一个安全、有序、文明、现代化的商贸环境，集中解决交通、城市风貌、绿化建设等重点课题中的难点、堵点、痛点。增加公共空间、绿色空间、活力空间供给，建筑特色突出海派文化的包容性，吸引商业资源和游客消费。

完善商圈消费者建议渠道。鼓励商圈设立多元化的消费者建议渠道，让消费者方便地反映在商圈内遇到的各项问题。指导商业体健全建议渠道和完善答复回应的机制，及时回应消费者诉求，保护消费者权益。

加强对商圈内商户的培训指导，提高商户的经营能力和服务水平。组织定期的培训活动，邀请专业人士为商户提供培训和指导，帮助商户提高经营能力和服务水平，为消费者提供更好的购物体验。

建立健全商圈的安全防范措施，确保消费者在商圈内的人身和财产安全。加强对商圈内安全防范措施的建设和管理，包括安装监控摄像头、增加巡逻人员等，防范各类安全隐患，保障消费者在商圈内的人身和财产安全。

加强对现有商业用房的改造力度。鼓励区国资公司(商业集团)、区西部集团在管理的商业网点里，选择一些较老旧但具备改造条件的项目，通过谋划调整、业态升级、品牌引入、运营创新等手段进行改造更新，使其成为商业环境提质的典范。

充分利用驿站资源，对接周边商业空间。可以考虑在驿站内适当布置商业设施，如便利店、餐饮店等，为乘客和周边居民提供购物便利。同时规划便民服务设施，如自助打印、充电设施等，提升驿站服务功能。要加强驿站内部的导向指引设计，引导乘客流量向周边商圈辐射，实现商业效益的最大化。通过驿站的有效利用，可以形成与周边商业的良性互动，共同提升区域商业氛围。

上海市普陀区商务委员会

2023年10月18日

上海市普陀区商务委员会办公室

2023年10月18日印发

