

办理结果： 解决采纳

公开属性： 主动公开 全文

上海市普陀区商务委员会

普商务〔2024〕40号

对区十七届人大四次会议 第024号代表建议的答复

孙逸楠代表：

您提出的关于“关于打造普陀商业新形象的建议”的建议收悉，经研究，现将主办意见函告如下：

首先非常感谢代表您提出的宝贵建议。区商务委高度重视建议的答复和落实。我委收到建议后，第一时间召开专题会研究，针对建议，安排专门科室和专人负责，确保建议的高质量答复。

正如您再建议中提到的，目前整个普陀区尚未形成统一的商业营销氛围。建议形成有辨识度的属于普陀区的商业名称或品牌或节日。区内整体策划活动等建议。针对性强，需要我们加强研究和推进落实。从目前普陀商业整体情况来看：

一、普陀商业发展现状

从普陀目前的商业布局来看，普陀区商圈主要包括中环商圈、真如商圈、长风商圈、长寿商圈、桃浦商圈，形成以市级商业中心、为核心、以地区级商业中心和社区级商业中心为支撑的多层次、多心化、组团式的商业布局。在今年《第四届上海“五五购物节”普陀区系列活动总体方案》中特别推出“一商圈一特色”，引导五大商圈融合商业资源，形成错位竞争。

根据《上海市商业空间布局专项规划（2022-2035年）》，中环商圈、真如商圈被列入全市29个市级商业中心。其中，中环商圈聚集了各类传统商业的专业领域头部企业，主要商业代表有百联中环购物广场、红星美凯龙上海全球家居1号店、麦德龙（真北店）、梅川路缤纷生活体验街、上海普陀友谊商店、信泰中心等，商圈以“绿色消费”为主题，围绕新能源车、智能家居等特色亮点，打造“车生活”“焕新家”消费新标地；真如商圈内新增商业载体数量凸显，LOVE@大都会、山姆会员店（真如店）、中海寰宇城MAX等商业体相继开业，进一步丰富了真如商圈的商业资源，存量商业载体也在积极寻求突破，绿地缤纷城打造以服务功能为核心的24H深夜营地，囊括、健身、娱乐、餐饮、书吧、影院等五大业态，为新中产阶级家庭提供全方位、全时段缤纷生活营地。

长风商圈、长寿商圈被列入全市地区级商业中心。长风商圈拥有上海环球港、长风大悦城、桃源π商业广场、近铁

城市广场等商业载体，商业氛围浓厚，首店经济成效显著，夜间经济较为活跃。商圈内，上海环球港以其规模优势呈现给消费者一个集聚世界各地品牌的“万花筒”，成为众多高能级首店品牌青睐之地，融合商旅文体多种业态，提供了更多样化的消费体验。长风大悦城 Sky Park 高登公园、上海市少儿图书馆为核心，联动长风公园，一直积极探索联合开展定向赛、亲子赛等活动，着力建设成为公司团建活动、社区社团活动等定点场所，正在全力打造成商旅文融合发展的时尚活力商业新地标。长寿商圈内主要商业代表有月星家居、天安千树、我格广场、189 弄、长寿·旭辉里、创享塔、鸿寿坊等，商圈以“活力潮玩”为主题，围绕跨界融合、创意市集等特色，点亮长寿“精彩烟火气”，打造都市“商旅文体”“轻奢生活”消费新标地；桃浦商圈内主要商业代表有“桃浦湾”、红柳路名车坊、星品荟、新邻天地、白丽生活广场等。

今年以来，普陀区以高品质、沉浸式、多元化特色商业“新场景”，推动区域消费市场环境的整体优化，致力于为商圈注入了更多的活力和创意。其中，中环商圈以“绿色消费”为主题，围绕新能源车、智能家居等特色亮点，打造“车生活”“焕新家”消费新标地；真如商圈以“品质嗨购”为主题，围绕生活服务、特惠礼遇等特色亮点，打造“会员惠购”“时尚引领”消费新标地；长风商圈以“乐享生活”为主题，围绕潮品集聚、萌宠亲子等特色亮点，打造“新品首发”“乐游亲子”消费新标地；长寿商圈以“活力潮玩”为

主题，围绕跨界融合、创意市集等特色，点亮长寿“精彩烟火气”，打造都市“商旅文体”“轻奢生活”消费新标地；桃浦商圈以“产城融合”为主题，围绕商务休闲、创享生活、乐业宜居等特色，擦亮“汽车坊”名片，打造“TOP 范”“沉浸式”消费标地。

二、区域商业发展中存在的问题和瓶颈

2023 年以来，区商务委开展密集走访，牵头会同行业主管部门、属地街镇对五大商圈开展联合调研，通过实地走访、座谈会、电话访谈等形式，对近 30 家商业体、品牌企业开展持续调研。调研主要围绕业态调整、商业政策、资源整合、项目落地等方面开展。结合商业发展现状及瓶颈，目前本区商圈发展还存在以下比较突出的问题。

（一）商业结构相对单一

商业结构包括业态多元化、产品多元化、功能多元化。业态多元化方面，包括百货店、超级市场、大型综合超市、购物中心、便利店，也包括专业市场、主题商场。通过收集五大商圈材料，通过实地走访，调研发现产品多元化方面，购物、餐饮、休闲、娱乐等行业类型产品中，有些商业载体并没有明晰、完整的产品线，主力商品、辅助商品、关联商品等商品体系不够健全。功能多元化方面，各商业载体普遍嵌入购物、餐饮、休闲、娱乐、文化教育等功能，但部分载体仍缺乏特色功能。

（二）首店品牌区域贡献度较低

在去年 11 月启动的普陀区“拥抱进博首发季”上，发

布了本区引进首店清单 83 家。按层级分布，全国首店 12 家、华东首店 3 家、上海首店 68 家。虽然在引进首店中，不乏全国级别和网红打卡点，但还是缺乏影响力的首发、首秀、首展，全年促消费活动的参与度不高，且较多为零散的小餐饮和单体小店，落地和产税效果不显著，对区域经济贡献度较低。

（三）招商与业态迭代存在两难

今年以来，消费者购物行为在不断发生改变，普陀区各商圈内自去年以来，主要载体销售额均出现一定幅度的下滑。同时，由于商业载体周边交通不便，以及缺少商业区和支撑项目的就近消费人口，商户销售业绩不佳，进而导致商场掉铺商户增加，有的商业载体出租率从 2019 年的 90% 下降到当前的 40%。入驻率降低，招商难，商场又面临物业、人力、能耗等经营成本上涨，商业载体运营压力加大，成本与收益未能形成良性循环，新品牌新业态招商迭代进展缓慢。

三、商业能级提升的思路对策

（一）推进业态复合化引领新型消费场景

一是鼓励商业业态组合发展。鼓励运营商参考香港购物中心业态布局，在每一个楼层里既有服装珠宝，又将咖啡馆、餐厅、电影院、溜冰场、数码馆等穿插其中，形成了功能上的相互补充。鼓励高端时尚百货和普通百货进行组合，增加了购物中心整体的丰富性、多样性和有机性。

二是打造各商圈主题 IP。商圈内部通过特色鲜明的错位经营，实现各商圈主题化生长。如，结合“半马苏河”，打

造微度假、微旅游线路，联动沿岸商业设施，做深苏河沿岸水岸底色、商业亮色、活力主色。打造常设性的河畔市集，筛选符合苏州河旅游主题和质量的商品和服务。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，形成中心城区标识度、美誉度极高的商业新地标。

（二）以首店、品牌、夜间三类消费为牵引，推动提质扩容

一是全力打造国际消费中心城市 “普陀样板” 和区域 “购物品牌”。依托商业载体改造升级和新建商业综合体不断完工开业，打响本土制造消费品品牌，扩大文旅休闲消费，打造品牌经济，加快推进国际品牌落地和国货老字号、新品牌策源地建设，支持网络新品牌进商圈、进商场，孵化线下实体首店。布局夜经济，不断提升长寿湾品质，打造水岸夜生活体验区和水岸夜生活好去处，塑造品牌活力城区。围绕 “新客群” “新供给” “新场景”，塑造 “潮生活” “潮品牌” “潮地标”，推动以消费提振经济、以消费提振信心、以消费增强活力，实现消费提质扩容。

二是持续引入优质的品牌旗舰店、首店、体验店，大力推进品牌结构优化。升级年轻休闲娱乐领域消费，开展具有影响力的全球首发、首秀、首展活动，使得商圈更具辨识度和差异性，以 “首” 字经济为普陀商业发展注入新势能。同时抓总部项目，在五大商圈中，真如商圈、中环商圈广泛集聚优质的商贸主体，可吸引总部项目新设、增能，从而持续

提升首发经济能级，推动品牌高能级首店、旗舰店落户。

（三）持续整合宣传资源扩大商圈影响力

一是积极搭建更多的消费促进平台，整合资源，集中宣传。以迎春、购物节、暑期、金秋、进博、跨年六大主题 IP 活动季为契机，加强市区联动，搭建各类市、区启动仪式、官媒宣传平台，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，整合重点商业街区 and 重点商业项目活动资源，推陈出新，不断以新的形式、新的媒介，开展探店、直播等宣传，持续放大品牌特色和载体商圈亮点，提升商圈知晓率、影响力。

二是政府搭台、企业唱戏、全民参与，通过商圈座谈、实地调研等方式，开展头脑风暴等商圈建设互动，以活动征集、建言献策等形式邀请企业、消费者共同参与到“普陀购物”的建设中，助力普陀商圈和商业发展迈向新高度。

上海市普陀区商务委员会

2024 年 5 月 29 日

联系人姓名：周谓逸

联系电话：52564588*7027

联系地址：大渡河路 1668 号 2 号楼 10 楼

邮政编码：200333

