

东湖路—延庆路,为何“硬控”年轻人?



上海有些小马路是用来走的,但东湖路—延庆路,却是用来“赖”着看风景的。长约一公里的马路,一横一竖交汇出的精彩,让“风景”超越了视觉范畴,变成了一门扎实的生意。延庆坊人流如织,复古与潮流并蓄;东湖路一侧的 FUFU 上海,则怀抱野人先生全球首家旗舰店、馥郁满铺全国首家旗舰店,人群蜿蜒出动人的曲线。

“你在看风景,看风景的人在看你。”梧桐树下,年轻人散坐在露天位,彼此成为了街景的一部分。这种“互为风景”的共生感,正精准地转化为经济数据:截至目前,该街区全平台曝光量达 3.02 亿次,35 岁以下青年客群占比高达 77%。值得注意的是,首店与体验类业态的消费增长已攀升至 16%。

5月14日,在上海市政协团青界别、经济界跨界别活动上,《上海青春经济白皮书》发布,东湖路—延庆路以潮玩乐活街区跻身四大年轻商街,强力牵引年轻消费力。在这条积极打造下一个“亿元街区”的小马路上,老上海的底色正与潮流新意交融,实现从“地标景观”到“消费生态”的产值跃迁,实现青春经济的闭环。

景致叠印 历史潮流叠加制造新经济

五月,拥有约 2100 平方米空间的延庆坊刚开业,秦深便跟着两个朋友,前来打卡。“我们逛了 XINADU 慢闪店,买了我想要的 T 恤。”站在“延庆坊”的牌头下,她大方展示购物袋里的“战利品”。而在离她不远的地方,GoodBai 的大幅海报挂在街道上,许多年轻人围聚在马路边,纷纷打开手机,打卡拍照。

上海人极为熟悉的“延庆坊”的老牌头,与一波波新开业的潮玩店叠在一起,风景上“矛盾的共存”,却显得分外和谐。湖南街道营商办主任刘婧以“差异化”策略来解释东湖路—延庆路的打法特质,即“老风貌+新青春”：“匹配潮牌发展需求的同时,既守住老街区风貌底色,又激发青春活力。”

“让老街区发挥新作用,潮流化运营起来,吸引年轻人。”东湖宾馆也从这个角度配合了方向,东湖路上,新老两座东湖宾馆相映成趣,一座承载历史记忆,保留老建筑上海味道,另一座智能化设施青春焕新。总经理胡洁廉还见证其赋能街区建设,FuFu 上海设计与建设还原东湖路历史院落,又以开放和现代感的设计打造线下年轻人的游乐场。

城市更新迅速吸引了大批消费者,2026年初,新春 MIUMIU 快闪以 FUFU 上海为基地,街区互联网单日曝光量突破 150 万次,线下更是人满为患。4月,野人先生全球旗舰店开业,又再度引来消费者的蜂拥而至。

景色渗透 让消费在漫游中自然发生

街区复古与潮流的并存把人“拉”进街区,但让他



延庆坊



东湖路上的餐厅人来人往,非常热闹

们愿意停留、愿意消费的,是风景的渗透力,室内外边界的模糊,让观看风景变成漫游于风景。

“两年前,我们对店面进行了改造,打开封闭的空间,增加室外休息区。”在东湖路,室内与室外互相渗透。金洋咖啡吧是在东湖路驻扎 27 年的老商家,老板张芝雯指向连接内外可翻开的大玻璃窗。周末的下午和夜晚,室外休息区就会坐满惬意的消费者。

为什么能这么做?街道给了商户一把“钥匙”。湖南街道管理办主任闫骏说:“在历史文化风貌区整体氛围协调统一的基础上,我们鼓励店铺展现个性。”街道设立“一口式”受理窗口,为商户外摆位等的审核并联流程。

于是,才有了 FUFU 上海漫步的动线、延庆坊连接的空间,而街区也成为具有标志性的统一审美的区域,消费自然而然促成。根据数据,东湖路—延庆路街区 20~35 岁核心青年客群占比 77%,日均停留约 2.2 小时,人均消费 430 元。这样的氛围下,消费不再是单个店铺的“孤岛式”交易。以延庆坊举例,五栋建筑功能明晰,汇聚潮流标杆品牌、原创设计师品牌、精致特色餐饮,同时融入多元社群活动,以一站式商业街区,满足消费者休闲、购物、社交的全链条需求。

风景共创 让消费者成为街区创造者

与年轻人共创风景,让消费者成为风景的一部分。这种与青年的青春共生,是东湖路—延庆路留给消费者的深层“余味”。

人们来这里不只是消费商品,更是“被看见的身份

确认”,东湖路—延庆路给了这样一个机会。年轻人打卡拍照、分享社交,成为街区风景的共创者。

“青春经济不是单一的流量经济或网红品牌堆砌,而是青年与城区融合发展的概念。”徐汇团区委副书记刘婧这样定义。真正的青春经济,是让年轻人从被吸引的“消费者”转变为主动参与的“共建者”。

为此团区委进了街区,针对文艺青年和咖啡从业者成立团组织,办主题策展、快闪、城市打卡。湖南街道团工委也跟进做宣传和服务,引导青春力量推动街区高质量发展。

从“小众好逛”的街角,到上海青春经济的核心承载街区,东湖路—延庆路街区拥有一套自循环的经济系统:拉新、开放性留存,到社交性裂变、创业者入驻。而走入其中的年轻人,正是这道风景的消费者、传播者和创造者。

风景持续 让街区细水长流

需知的是,东湖路—延庆路的持久魅力,并非来自某条“长红秘诀”,而是一系列细致的日常管理。

规则做轻,服务做实。商户不用在十几个窗口间来回跑,外摆、快闪合规就能在一口式窗口办理;“路管会”窗口,让街区活动及时顺利报备;随时可以登上 app,如需垃圾清运按下标志,二十分钟内响应,以提升街区服务体验、促进商居和谐共治为重点的“咖啡杯不落地”行动成为街区的默契。

更关键的是,业态引育始终坚持“可持续”,不盲目追逐爆款,不把底蕴当快消品。“适度植入年轻化、现代化、品质化的潮流业态,比如本土设计力量、生活方式集合、轻社交餐饮、周期性策展体验等,拒绝过度商业化透支街区底蕴。”湖南街道营商办主任刘婧说。

轻窗口、重服务、共治理,以制度微创新降低交易成本,以首店和体验业态创造稀缺价值,以共创和自治形成归属感。三者合并,风景才成为持续的生产力,不仅是“被观赏”,更是“生长”。

在这条梧桐掩映的小马路上,青春经济正释放出无限可能,历史从未走远,潮流正当其时,让风景变成生产力本身,便是这片街区最动人的青春秘诀。

(来源:青春上海)



延庆坊内潮流小店



延庆路东湖路区域街角