

首批 44 个试点点位,徐汇推出外摆经济新政 让城市更有“烟火气”

今年,徐汇区持续打造“政策公开讲”品牌,通过“处长(科长)讲政策”,为企业群众带来受用易懂的政策解读。徐汇区人民政府办公室携手徐汇区融媒体中心,联合区商务委,

推出《关于进一步发展徐汇区外摆经济的指导意见》解读短视频,切实帮助企业读懂政策、用好政策,让我们一起来看看这些政策有哪些举措和亮点、又能让企业得到哪些实惠吧。

今年,徐汇区多部门联合印发《关于进一步发展徐汇区外摆经济的指导意见》,在西岸梦中心及徐汇滨江、徐汇衡复、徐家汇三大区域推出 44 个外摆经济试点点位。新政以

“开放包容、活力有序、条块联动”为原则,兼顾商业活力与城市管理,为街区注入“烟火气”的同时守住安全底线。(来源:区府办、区商务委)
扫码看解读短视频 >>>



前沿科技助力老年生活 瑞森医疗让老年人的康复和出行变得轻松自如

□ 记者 殷志军 李瑾琳

在不久前结束的老博会展览现场,来自徐汇的企业——瑞森医疗设备(上海)有限公司备受瞩目,他们展出的轮椅、老年代步车、助行器等康复辅具产品,吸引了很多中、老年市民在现场试用体验。

瑞森医疗 1983 年创办于德国马尔施,是全球高端移动辅具产品的引领企业,集开发、设计、生产和销售于一体,目前拥有 21 个自主品牌,主营定制手动轮椅、电动轮椅、电动代步车,标准和定制化坐姿系统,儿童康复辅具等。Sunrise Medical 瑞森医疗支持了全球 70 多名残疾人运动员,为他们追求梦想提供“助力”,这其中就有中国轮椅网球运动员朱珍珍。

自 2005 年在上海徐汇设立代表处起,瑞森医疗深耕中国康复辅具市场 21 年。集团中国区商务总监单

琳女士告诉记者,中国目前 60 岁以上的老人突破 3 亿。国家卫生健康委数据显示,目前我国失能失智老人已超 4500 万人,对于康复辅具的需求体量庞大。集团的“瑞森康复辅具学苑”集合了来自世界各地在康复领域有多年临床经验的专家,专为行动不便的用户提供适当行动辅具及坐姿摆位策略。“Built-For-Me”专属个性化量身定制轮椅能满足使用者更多的特殊需求。

在老博会现场展出的多款产品,其性能均通过国际权威机构认证,安全性能有保障。其中最新发布 S50 全碳纤维电动代步车,具有舒适、灵动、便捷的特点,电池仓最大续航 19.2 公里,重量更是轻至 13 公斤,提携方便。

一款面向帕金森患者开发的 GEMINO 助行器,充满巧思,该产品曾获得 Reddot



单琳(中)为老人介绍代步车的功能

(红点)和 IF 两项国际设计大奖,以及德国 oko-test 消费者测试优秀等级。轻便、稳定的设计不仅确保了室内外行走的体验,还有舒适宽大的椅面供使用者随时随地坐下休息。

目前,瑞森医疗的助行器和电动轮椅等产品已被纳入《上海市康复辅助器具社区租赁服务目录(2025

版)》,不仅在上海,广州、深圳、无锡、厦门等地也都有人选。单琳告诉记者,这是对瑞森医疗产品品质的认可,市民可以根据需求,在“随申办”上申请试用。

瑞森医疗在徐汇区的总部(零陵路 899 号飞洲国际大厦 11 层 M/N 室)设有产品展示厅,市民可通过客服热线(021-64470011)预约参观。

白天无人,晚上热闹的咖啡店 社区里的“公共客厅”

□ 记者 李瑾琳

群,白天,社区安静得像大学图书馆;晚上,才是真正的“苏醒时刻”。

GROOVY LAB 的“GROOVY”取自舞蹈中的“律动”。店里有一间舞蹈房,二十多位老师教授街舞、尊巴、瑜伽。下班后,年轻人拎着咖啡来跳舞,跳完再喝一杯、聊一会儿。

角落里还摆着主理人自己设计的“古着”服饰,空间虽小,却被玩出了花。有人说,这里像一家“微型青年文化综合体”。

“我们在网上的排名拼不过连锁品牌,但咖啡的品质、独特的氛围、口口相传的

口碑,留住了真正喜欢这里的人。”主理人说。他们在微信群里发一句“开门啦”,居家办公的年轻人就穿着拖鞋下楼买咖啡。

店里还有一位“编外员工”——流浪猫“煤气罐”。它曾被遗弃,后来被主理人收留,如今已是 258 社区的人宠友好“代言人”。宠物主们会带着自家的“毛孩子”来交流养宠心得,有人甚至把宠物玩具、装备拿来店里共享。这正是 258 社区大力倡导的“人宠友好”生态的一角。

GROOVY LAB 虽小,却是一个典型的“青春经济”样

本:年轻人用自己的热爱,撬动了—个微型商业生态,同时也点亮了社区的社交温度。而田林 258 社区本身,也在为这样的小店提供生长的土壤。从“青春经济范 er”市集到“春光循环”旧物交换,从党群服务中心的精准服务到“全周期人宠友好”的理念落地,这里正在形成一种“青年+社区+商业”共生的新范式。

“一个好的营商环境,不只是服务大企业,也要让一家咖啡店、一间舞蹈房、一只流浪猫,都能找到自己的位置。”田林街道相关负责人表示。GROOVY LAB 的故事说明:当年轻人被允许用热爱去经营生活,他们回馈给社区的,不只是消费,而是归属感、连接感和持续生长的活力。

(上接第 1 版)深耕民间足球领域,挖掘普通大众的足球热爱与竞技潜力。本次上海传奇野场活动落地,既是对草根足球文化的延续与升华,也为国内球迷打造了近距离接轨世界杯的沉浸式体验场景。

本次活动以“世界杯早市局”拉开帷幕,现场复刻美洲街头风貌,打造特色世界杯美食市集,缤纷赛事装饰氛围感十足。街区中轴线悬挂的世界杯官方比赛用球“三重浪”,将海外赛场的热烈氛围平移至上海城市街头,让市民在家门口就能沉浸式感受世界杯的独特魅力。

活动核心的 3V3 野场开放赛汇聚全国 18 支草根足球队,参赛选手涵盖脱口秀演员、说唱歌手、职业运动员等跨界爱好者,打破职业与业余的壁垒,展现全民足球的活力风采。经过两天的激烈角逐,“南岷赛文”队成功斩获上海赛区冠军。

6 月 14 日晚,本次活动迎来收官之战——“球王之夜”总决赛。上海赛区冠军队伍与由张云龙领衔的大连队展开巅峰对决,足坛名将张琳艳、陶强龙及众多潮流艺人现场观赛见证。最终,大连队拿下传奇野场全国总冠军,斩获四张 2026 年 FIFA 世界杯决赛门票,将中国草根足球的纯粹热爱与拼搏精神带向国际赛场。

除专业竞技赛事外,传奇野场打造了一站式潮流球迷体验空间,多个互动体验区域满足大众游玩、打卡、体验需求。其中,专属打造的“梅西之屋”成为全场核心亮点与人气打卡地。依托阿迪达斯与梅西二十年的合作历程,展区以“山”为叙事主线,完整梳理梅西六届世界杯的传奇生涯。

展区不仅陈列梅西的经典战靴、专属球衣、生涯名场影像及品牌合作经典广告,还镌刻有梅西的励志经典语录。

同时,专区聚焦马拉多纳、梅西、亚马尔三代球星风采,诠释足球精神的代代传承。不少球迷专程到场打卡,模仿球星经典动作、录制祝福寄语,致敬梅西世界杯“最后一舞”。

作为 2026 年 FIFA 世界杯全球官方合作伙伴及赞助商,本届世界杯共有 14 支国家队身着阿迪达斯战袍参赛,数量位居行业首位。依托世界杯 IP,阿迪达斯还重磅推出多款新品,不仅发布“炽焰荣光”(Road to Glory)系列套组,集结 PREDATOR、F50、COPA 三大经典战靴,还以梅西之名打造“终章探戈”系列球鞋以及服饰,广受市场青睐。

点燃足球盛夏