

我在黄浦过大年 南东年韵乐融融

商圈促消费 街区引流量 社区聚人心

□首席记者 蒋帆帆

泼墨春联映红商圈楼宇,手编中国结串起社区温情,老字号美食街的蒸汽与数字消费券的代码……构成了南京东路街道的年味经济图景。

“我在黄浦过大年”,南东年味趣处多。新春将近,南东正沉浸在一场多维度、多层次的新年氛围营造中。在繁华的南京路步行街,跨年狂欢购、年货节等大型营销活动正吸引着如织游人,推动商圈消费的蓬勃。

与此同时,一街之隔的贵州路上,一场由商户、居民和社区工作者共同参与的讨论会,正在为一条支马路的“年味焕新”寻找答案。深入弄堂,长江、定兴、福海等居民区,手写春联的墨香、非遗手作的巧思、便民服务的温暖,正将传统年俗转化为社区凝聚力。



商圈：多元融合 激活消费新动能

作为“中华商业第一街”，南京路步行街，早已启动新年引擎。“2026 南京路和你一起迎新年”系列活动，横跨近三个月，以“跨年狂欢购”“年味·年货”“瑞马迎新春”三大主题覆盖消费全周期。

策略清晰，精准触达。活动通过线上线下联动，努力将庞大客流有效转化为消费力。线上消费券分轮发放，其中针对年货采购场景的“200 元团 300 元”券，精准匹配家庭囤货

需求。

线下，与上海博物馆联名推出的文创包袋、遍布街区的“马”主题美陈装置，共同升级视觉体验，强化“打卡”属性。邵万生、泰康等重点老字号推出专属优惠，同时，多条老字号美食街焕新，以及“禧市集”国风市集，为年轻客群和游客提供了新奇的文化消费体验。

文化赋能让商圈消费更具质感。除了推

出联名文创包袋，商圈还搭配“寻马迎春 好运满程”主题美陈，在关键点位设置幸福加“马”、心愿加“马”等装置，新世界城增设“马跃新程”旋转木马同步配套特色景观，全方位升级街区视觉体验。第一百货商业中心将国风与潮玩融合，联动青浦文旅打造年味市集，把朱家角古镇风貌搬进商圈，国际运动品牌的新中式限定款发售再现排队热潮，传统文化与时尚消费双向赋能。

街区：网格共治 让“流量”变“留量”

与步行街主街的喧嚣一街之隔，贵州路等支马路思考着另一个问题：如何借力主街的巨大人流，让游客“走进来、留下来”？1月下旬的商居睦邻会议，成为破解这一难题的关键节点。

商户的顾虑与制度的温情。会议直面现实：商户有装扮店面、增添年味的意愿，却担忧“自费装饰是否合规”。城管部门的现场回应成为“及时雨”——明确“非营利性、限时性街区共建活动”在备案后可实施，为商户参与扫清了制度障碍。

多元主体的自发联动。解决方案在共商中浮现：春节闭店的商户愿贴上春联为街区添彩；菜菜小笼建议在新建的“南步驿”党群服务站举办共写春联活动；商贸旅学校学生拍摄的探店短视频，为街区注入青春视角，也激发了商户借助新媒体展现特色的热情。

“商户发起、居委搭台、部门响应、青年助力”，贵州路的“年味”，不仅是装饰，而成为连接商户、居民、游客与治理团队的纽带，旨在打造“有故事、有体验、有人情味的治理共同体”，将南京路的“流量”转化为支马路的“留量”。



【我在黄浦过大年，春节好去处】

春节将至，黄浦区处处洋溢着新春的氛围——从外滩璀璨灯影到南京路马年迎春艺术装置，从豫园山海奇豫灯会到淮海路老字号与潮牌共融的新春市集，从各大影院贺岁大片到演艺大世界音乐剧、越剧、喜剧节轮番上演……传统年味与海派风情交织，国潮美学与国际时尚碰撞，随手一拍就是大片，走几步就有惊喜！

征集内容与主题

这个春节，不妨来黄浦“集福气、逛灯市、品年味、看大戏”——打卡地标、参与新春活动、晒出团圆、分享年俗，在朋友圈和抖音、小红书等平台带上#我在黄浦过大年#，让更多人看见黄浦最浓的年味、最暖的烟火、最潮的节日生活！黄浦，等你来过一个有腔调、有温度、有故事的新春佳节！

参与规则与步骤

拍摄发布：拍摄符合主题的原创照片或视频，并发布在您的朋友圈或短视频平台。

参与方式：扫描二维码提交。请如实填写姓名、联系电话，并上传您的作品，及发布截图作为有效参与凭证。



审核评选：活动主办方将对提交的作品进行审核，并择优评选出获奖作品。本活动不设公众投票环节，由主办方综合评定。获奖者可获得马年精美礼品一份，届时工作人员将和您联系。

活动时间：即日起至2月28日

居民区：烟火升温 惠民服务“邻聚力”

当商圈的灯光与街区的谋划如火如荼，深入肌理的居民区里，年味则以更传统、更接地气的方式弥漫开来。2026 年农历立春前后，黄浦区推出“风尚黄浦·立春启新”群众性主题活动，在南东，居民区的年味经济侧重

于“情感价值”与“社区积累”。

墨香与巧手，传承的是文化也是情谊。在长江居民区新春集市，离退休老干部挥毫泼墨，手写春联排起长队，“这手写的才更有年味儿”道出居民心声。仙乐斯广场楼宇

里，白领们编织中国结；福海居民区中，共建单位与党员一起制作寓意满满的福桶；顺天村居民区，非遗宋锦与珍珠画手作让居民在巧思中感受雅致风骨。定兴年货节直接把“集市”开进弄堂，写春联、便民理发、实惠年货、消防宣传一站式配齐。居民李阿婆的感慨真挚动人：“不用东奔西跑，这才是真真切切的年味，真暖心！”振兴、厦门、三德、小花园等居民区也都有精彩纷呈的活动轮番上演。

这些活动多由居民区党总支牵头，联动街道部门、共建单位、辖区企业等多方资源完成。系列活动，提升了居民的获得感、幸福感与安全感，增强了社区凝聚力和认同感，这也是基层治理中宝贵的“年味产出”。



在商圈，“年味”是引擎，驱动着消费的齿轮，通过营销与场景创新，将传统文化符号转化为现代消费动力，目标是经济数据的增长与地标 IP 的强化。在街区，“年味”是纽带，链接着商户、居民与管理者，通过共商共治解决具体问题，探索将主街客流转化为支马路活力的治理路径，目标是社区的活力与共同体的构建。

在居民区，“年味”是土壤，滋养着邻里关系与社区认同。它以最质朴的便民服务和文化传承，酿造出深厚的“邻聚力”，目标是居民的幸福感和社区的和谐稳定。

一个充满活力的社区，既需要商圈的经济轰鸣，也需要街区的治理智慧，更需要居民区的烟火温情。三者共鸣，为南东新的一年开启了美好篇章。