

# 思南公馆非遗产品集合店:红砖黛瓦老洋房 宋锦锡绣触手及“非遗潮物”圈粉中外消费者

红砖黛瓦的花园洋房里,宋锦小马挂件灵动俏皮,竹丝镶嵌吊坠藏着毫米级匠心,锡绣绣片泛着独特的金属光泽……走进位于思南公馆的茹愿非遗产品集合店,来自全国70多个非遗项目的200多种商品将非遗技艺与日常生活相结合,向市民游客展示了触手可及的生活美学。从一个流动的市集摊位,到一家常驻的集合店,“茹愿”是思南公馆从2024年开始一路孵化出来的商户,成为其深耕特色商业、激活消费活力的生动注脚。



马挂件和唐式绣球  
茹愿非遗产品集合店里陈列的宋锦小马挂件



## 让非遗好物更日常

“马年新春将至,最近这款宋锦小马挂件是我们店里的爆款。你看,每一只小马选用的宋锦的颜色和花纹都不相同,不会担心撞款。”托起几匹小马,店长白如意向记者细看:“这是铜钱纹,那是万字纹,还有奔马、祥云等吉祥元素,根据不同的纹样,寓意‘马踏祥云’‘马上亨通’等好意头。”

作为中国三大名锦之一,宋锦因其纹样繁复典雅、手感温润细腻被列入国家级非遗名录。在茹愿非遗产品集合店,它被设计成了挂件、首饰、坠子,成了日常生活中就能佩

戴的小物件,价格也更为亲民。

在宋锦小马的边上,挂着一只只色彩鲜艳的河北省级非遗——唐式绣球。中心一点香灰,外裹棉线,缠绕塑形,龙鳞纹、凌霄花、银锭子、樱花、玫瑰等各种花色尽显巧思。来自浙江东阳的竹丝镶嵌吊坠则颇见功力——竹丝被劈至宽一毫米不到,刻出精细纹路后拼接成饰,即便是老师傅,也要一整天才能做出一件。

破线绣、马尾绣、锡绣……来自黔东南的苗绣技法有着浓浓的民族风情。作为国家级非物质文化遗产,马尾绣今年恰好迎来“本命年”热度。它以马尾为骨,以丝线为魂,经过多道繁复工序之后,能够呈现

出浮雕般的立体质感。当马尾绣跃上银质耳环,坚韧与温润并存的质感让人耳目一新。

记者在店内看到,这里的非遗产品经过现代设计转化,变得实用又好搭,实现了“传统工艺+实用价值”的双向奔赴。老上海人熟悉的盘扣,从旗袍配饰变身磁吸胸针、耳饰,适配各类穿搭。广东顺德香云纱历经特殊晒莨工艺,自带古朴光泽,设计成新中式马甲后更为百搭。

“这些非遗产品都是团队实地考察后筛选出来的。”白如意说,团队会从各类展会对接手艺人,深入人工坊了解技艺传承,再将符合现代审美的作品引入店内。而为了让

非遗活起来,店铺还定期邀请手艺人现场交流授课,让市民近距离感受传统技艺的魅力。

## 从市集摊位孵化而来

茹愿非遗产品集合店扎根思南公馆,源于一场市集结缘。2024年,思南公馆工作人员发掘这一优质非遗摊主后主动对接,历经近半年沟通,2025年双方率先推出快闪店。凭借超出预期的产品质感、文化内涵与品牌潜力,思南公馆提出深化合作,推动品牌转为固定商户,成为其“快闪孵化商户”新模式的首个成功案例。

随着上海建设“入境消费第一

城”及免签政策落地,这家非遗产品集合店迅速成为中外游客青睐的新地标。“各个国家的消费者都有,俄罗斯人、韩国人相对多一些。”白如意观察到:“老外特别喜欢宋锦、香云纱和各类刺绣,鲜艳的色彩和浓郁的中国特色戳中他们的喜好。”她还提到,来自香港和台湾的客人也不少,曾经有香港顾客在店里逛了两个多小时,几乎对每件商品都感兴趣,最后花了几千元。

“老洋房+非遗”的独特场景,带动了消费意愿持续提升,也进一步丰富了思南公馆的商业内涵。“此前,思南公馆的商业板块汇聚餐饮、咖啡、书店、理发店、花店等多元业态。此次引入非遗产品集合店,是在现有优质业态基础上进一步丰富文化零售供给,让商业内容更具层次感。”思南公馆市场销售部负责人孙域表示,非遗作为中华传统文化的核心载体,与思南公馆的文化调性高度契合,能与现有业态形成良性互补,共同提升消费体验。

他说,相较于流量网红品牌,思南公馆更看重品牌与自身文化气质的契合度及长期发展潜力。未来,这一孵化模式将持续优化思南公馆的商业生态,推动非遗文化与历史建筑深度融合,让传统技艺在老洋房中焕发新生,借由中外消费者的青睐走向世界。本报记者 张钰芸 特约通讯员 孙霞琴 通讯员 代杨龙

冬日的南京路步行街,人流熙熙攘攘,店铺人声鼎沸,风中裹挟着萦绕百年的商业烟火气,恍惚间仿佛能听到当年的喧嚣——正是在这条“中华商业第一街”上,四位来自中山(时称“香山”)的侨商怀揣开拓之志,相继缔造先施、永安、新新、大新四大百货公司,书写出近代中国商业的传奇篇章。

百年风云变幻,商业精神却依旧血脉相承。当年中山籍商人不仅带来了琳琅满目的环球商品,更植入了敢为人先的商业基因,成为连接中山与上海的精神纽带,也为今日两地交流埋下伏笔。本周末,“广货行天下·中山百货进上海”主题促销活动将在瑞虹新天地太阳宫和EKA天物空间创意园拉开帷幕,展开一场跨越时空的商业对话。

## 香山侨商开启百货先河

19世纪末,岐江河畔的中山儿女怀着对美好生活的向往,纷纷远渡重洋赴澳大利亚谋生。17岁的马应彪从中山南区沙涌村启程,在悉尼唐人街与同乡经营“永生果栏”;竹秀园村的郭乐也踏上同一片土地,加入同乡的生意行列。异国打拼的岁月,不仅为他们积攒了创业的第一桶金,更让他们见识了西方现代商业的运作模式,埋下了创办现代百货的种子。

1917年10月20日,上海南京路浙江路口人声鼎沸,马应彪创办的先施公司上海分公司盛大启幕。这座7层楼高的巴洛克风格建筑,集百货商场、影院、餐厅、旅馆于一体,“万国货物云集,笙歌悦耳”的盛景轰动全城。先施以“始创不二价,统办环球货”为口号,首创商品明码标价、售货开具发票制度,更率先起用女售货员,打破了传统商业的固有模式,引发了消费领域的革新。

# 中山侨商铸就“第一街”四大百货传奇 “广货”进沪绵延百年商脉



繁华的中山路(南京路)——孙文西路步行街(资料照片)

先施的成功,点燃了中山籍商人在上海创业的热情。1918年9月5日,郭乐、郭泉兄弟创办的永安公司在先施对面开业。永安提出“顾客永远是对的”的服务理念,更创新性推出“康克令小姐”促销模式,聘请明眸皓齿、精通英语的女性售卖金笔,成为沪上潮流符号。公司还通过《永安月刊》、时装表演引领消费新潮,与先施形成隔街对望的竞争格局,共同激活了上海的商业活力。

此后,中山籍商人的商业版图持续拓展。1926年,先施旧部刘锡基、李敏周等创办新新公司。新新不仅是上海首个开放冷气的百货公

司,还创新性地开设“玻璃电台”,以透明直播的形式吸引顾客。1936年,蔡昌创办的大新公司开业,大新由中国建筑师设计,配备了自动扶梯和冷暖空调,成为当时上海规模最大的百货公司。

## 商海沉浮铸就百年辉煌

短短20年间,四位中山籍企业家缔造的四大百货齐聚南京路350米路段,各展风华又彼此竞争,推动了近代商业的持续升级。

为争夺客流,永安建“绮云阁”,先施立“摩星楼”,楼体高度不断刷新城市天际线;经营上,他们将购物

与娱乐消费相结合,先施的屋顶乐园、永安的跑马场、新新的千人音乐厅、大新的“天台十六景”,让百货公司成为上海的时尚地标与社交中心,促进了当时的社会文化发展。

上世纪50年代,永安百货第二代掌门人郭琳爽主动申请公私合营,随后上海永安百货几次更名,从国营东方红百货商店到上海十百,再到上海华联商厦,2005年翻牌再次挂牌为永安百货。

曾任上海华联商厦股份有限公司董事长的张达夫今年93岁,上世纪60年代就在永安百货的业务科室里当过科长。他回忆说,永安百

货的老员工基本都是广东人,四川北路上的永安里、浙江路桥下的永安坊,就是永安公司当年建造给管理层和员工居住的,可见人数之多。

“等到我进公司的时候,‘老广东’陆续退休,人数已经不多。印象中,他们依旧保持了广东的饮食习惯,喜欢吃凉瓜炒牛肉丝。食堂大师傅经常会做几道广东菜,专门留给他们。”他说。

“老广东”中不乏业务骨干。张达夫印象很深刻,有一位名叫陈瑞麟的业务科长,正是他将压力锅引进了上海市场,一炮打响。“他从沈阳黎明铝制品厂采购的压力锅,是用造飞机的边角料制作的,铝材十分厚实,开售便销路火爆。”张达夫介绍说,永安百货的表现也得到了厂家认可,此后该厂的压力锅,在上海地区仅向永安百货一家供货。

百年流转,中山商人的开拓精神与商业智慧从未褪色。从当年引领潮流的环球百货,到如今惊艳世界的智能家电、时尚服装、精美灯饰,中山的商业基因在传承中不断创新。如今,“广货行天下·中山百货进上海”活动即将举办,中山带着“中山智造”再度赴沪,与百年前先贤携“万国货物”闯上海形成跨越世纪的呼应。从岐江河畔到黄浦江岸,当新时代的中山百货踏上上海的土地,不仅将展现中山制造业的新质生产力,更将让百年商脉在新时代焕发新的光彩,续写中山与上海的商业新传奇。郁芸