

从“杭州之心” 迈向“国际坐标”

商圈跃升：“消费第一极”的能级“裂变”

碧水汤汤润两岸，千年运河育繁华。站在武林广场环顾四周，杭州大厦、银泰百货、国大城市广场等商业巨擘共同构筑起浙江商贸的“黄金三角”。这里的竞争已不仅是商品的竞争，更是城市能级与消费体验的比拼。

但拱墅的雄心不止于此。

拱墅区，坐落于京杭大运河的最南端。自隋唐以来，运河之上舟楫如织，商旅不绝，奠定着这片土地历久弥新的繁华。“十四五”期间，我区牢牢抓住高质量发展建设共同富裕示范区这一核心任务，锚定“时尚之都、数字新城、运河明珠”总体定位，持续领跑商圈经济新赛道——2024年我区社会消费品零售总额达1658.6亿元，同比增长3.5%，连续4年总量在全市排名第一，坐稳“全省商贸大区”地位。传统商圈能级提升、特色街区文商旅融合、文化空间创意迸发，三条脉络“无界”共振，共同勾勒出我区新经济新消费的立体图景。

夜幕降临，武林广场被各色灯光点缀着，与周边的武林银泰和国大城市广场交相辉映，杭州人喜爱的“八少女”音乐喷泉尽情绽放，氛围感满满。这里被誉为“杭州的心、城市的眼”，坐拥杭州大厦、杭州中心、武林银泰百货、国大城市广场、嘉里中心等商场。2024年，武林商圈实现销售额197.2亿元，日均客流量超40万人次，是全省名副其实的“消费第一极”——这也是武林商圈提出打造杭州世界级地标商圈的底气。

那么，这五年来，在高基数之上，武林商圈是如何“破圈”，并带动我区商圈经济持续实现消费提质扩量？

2023年，武林广场一场以“透出来、亮起来、进得来、留下来”为目标的焕新工程，揭开了武林商圈能级“裂变”的序幕。随后，总建筑面积24万平方米的杭州中心于2023年底开业，成为杭城潮流时尚新地标；2024年，“老大哥”杭州大厦启动了规模空前的6000余万元外环境改造工程；同年7月，恒隆广场办公塔楼主体封顶，商场部分预计2026年亮相。论商场的规模、密度、影响力，武林商圈冠绝杭州。

激发传统商业活力的同时，武林商圈通过“首店经济+特色场景”双轮驱动积极“创新”，让潮流消费成为新亮色。

“十四五”期间，武林商圈引进各类首店、旗舰店超400家，其中全国首店40余家，成为“首店收割机”。杭州大厦、武林银泰销售额持续领跑全省，延安路国际商业大街与武林门码头国际风情街区、狮虎桥路、中山北路

等特色街区，共同构建了时尚经济与后街经济融合的消费生态圈。武林CBD入选布斯中国中央商务区消费竞争力全国TOP10。

赛事与特色活动成为引流聚气的新载体。今年夏季，“楼BA”篮球赛每周在武林广场激情上演，商务社区楼宇、园区企业队伍角逐“武林球王”。“武林吨吨节”人潮涌动，周边商场借势引流，延续消费热度。赛事期间，武林广场日均人流量达3万人次，较平时增长200%以上，拉动商圈销售额增长12.5%。同时，我区实施“光影赋能”亮灯工程，优化交通组织，增强人流互通，推动商圈有机更新。

但我区的商圈布局不止于武林一棵“大树”。在大运河商圈，桥西直街、小河直街、大兜路三大历史街区逐步实现交通一体化；在新天地商圈，一个以“数字经济+夜间经济”为特色的新商圈正在崛起；在大和平商圈，杭州嘉里城建设紧锣密鼓……我区将一体联动打造新型消费地，推动商圈重塑提升，实现大武林、大运河、新天地、大和平四大商圈融合提升，推动武林广场、西湖文化广场交通联结，延安路商业断面接续，构建世界级地标商圈矩阵。



大运河(拱墅段)是中国大运河世界文化遗产的重点段落



“武林吨吨节”

杭州中心

胜利河美食街“运河之音”歌艺PK

LOFT49二期

空间重构：消费新场景的跨界共鸣

在我区，当粗粝的厂房成为精致的城市会客厅，当富有年代感的红砖厂房与现代化的创意园区比邻而居，一场关于空间重构、消费新场景的变革正在工业遗存中悄然发生。

位于通益路的LOFT49，是这场革命的先行者。一期园区内，已注入了全新的灵魂。文创园区、设计工作室、艺术展厅和特色餐饮在此共同生长，空间的开放性催生了无数跨界合作的可能。正如其定位——“杭州的创意发声场”，这里举办的市集、展览和发布会本身，就是吸引特定人群的消费场景。

而备受关注的LOFT49二期·杭实创意中心也已揭开面纱。尽管内部业态仍在持续招商和培育中，但根据其规划，“文化、科技、创意”将作为其核心驱动力，旨在打造一个强化沉浸式体验的2.0版文创园区。

“十四五”期间，我区系统性地推进了“老旧厂房”变身“文创园”的有机更新，LOFT49、经纬创意产业园等一批项目成功实践了“保留一改造一活化”的路径，为文化创意和消费新场景的孕育提供了宝贵的物理空间和创意氛围。据了解，我区现有文创园区23家，其中工业遗存(厂房)改造园区9处，年营收325.62亿元。

而在探索老城与新建建筑和谐共存、相互促进的城市发展课题上，我区则致力于打造更加多元化、开放式的公共空间，让现代商业文化、前沿艺术和时尚生活方式更好地融合汇聚。与香积寺咫尺

相邻的英蓝中心，享国际美食，看艺术展览，听音乐会，已成为吸引年轻人的不二法则。一张多层次、立体化的新消费网络正在我区加速织就。

展望“十五五”，我区已绘制了更为宏大的蓝图——打造国际新型消费首选地。具体来说，我区将持续打造高品质消费生态圈。其中，我区将重整整合四大商圈，推动“商圈+商圈”“商圈+文化街区”“商圈+后街经济”一体联动，加大智慧商圈、放心商圈建设力度；其次，我区将全力构建时尚潮流消费风向标，打造与世界级商圈相匹配的“高端、时尚、经典”新品潮品首发地、细分赛道新消费品牌孵化基地；再次，我区将持续培育壮大新兴消费热点，扩大文旅休闲消费、体育消费、家政服务、演艺消费等服务消费，培育银发经济，持续丰富夜间消费业态；最后，我区将进一步优化消费场景供给，创新搭建汽车主题、一刻钟便民消费、深化工文体旅融合等场景，支持跨界合作多元业务发展。

从“全省第一”迈向“国际坐标”的跃迁中，我区不仅重塑着自己的商业版图，也为城市发展提供了新样本——当商圈与街巷共鸣，文化与商业交融，空间与功能重构，消费不再是单纯的经济行为，而成为了一种生活方式的表达，一种文化认同的载体，一座城市与世界对话的方式。在这里，我们看到的不仅是商品流通的加速，更是一座城区在时代浪潮中精准定位、主动求变的智慧和勇气。

街巷新语：文商旅融合的化学反应

随着新消费场景的不断迭代，商圈间的互联互通也正打破边界，历史街区不是静态保护的标本，而是活态传承的载体。新业态、新模式的引入，让文化资源转化为消费动能，串起我区的商业新图景。

2025年国庆期间，胜利河美食街广场上，全新启用的“运河之音”舞台灯光璀璨，露天音乐节甫一亮相便引爆热潮，台上民间歌手纵情高歌，台下游客举杯跟唱，街区大小食肆座无虚席——此处拱墅“夜消费”的经典坐标再次被点亮。

大运河(拱墅段)是中国大运河世界文化遗产的重点段落，在这里，没有围墙的博物馆气息扑面而来。仅是拱宸桥两岸，就分布着杭州京杭大运河博物馆和杭州工艺美术博物馆群(中国刀剪剑、扇、伞博物馆)，它们不仅是免费向公众开放的文化殿堂，更以其深厚的文化底蕴催生了周边的产业生态。博物馆衍生出的文创产品店、手工体验课，以及大兜路、桥西、小河直街几条历史特色街区应运而生的多家餐饮铺子、国风商店，融合禅意生活、非遗技艺、文艺市集、摩登体验于一体，共同

构成了“文化+”的生动实践。游客在此不仅能看、能学，更能买、能体验，完成了一次从文化感知到消费体验的完整闭环。

这种文商旅融合的化学反应，在我区的特色街区中已成为常态。2024年，通过线上网友投票和现场专家综合考量，拱宸桥、望宸揽胜、富义留余等中国大运河拱墅段十大景观出炉，加上桥西历史文化街区、小河直街历史文化街区、大兜路历史文化街区和祥符老街、义桥老街，我区全面形成了“五街十景”的文旅景观矩阵，呈现出人文经济发展新态势；加上“小河荡荡”游船与“好运悠悠”巴士水陆并举，联结起运河沿岸文旅点位，探索出一条文商旅深度融合的发展路径。

“我们不断加强商圈的空间贯通、业态联动。”我区相关负责人介绍，未来，我区将推动“商圈+文化街区”一体联动，推动桥西、小河、大兜路三大历史文化街区与武林路时尚街区、新天地演艺街区、祥符老街、康桥义桥老街、运河湾历史街区融合互动。



夜幕下的武林商圈