

# 拱墅新质消费场景发布 十二项硬核举措出炉

4月28日,拱墅新质消费场景发布暨“运河顶流·潮IN武林”消费季活动开启。拱墅区发挥“千年运河、繁华武林”独特优势,锚定“时尚之都、数字新城、运河明珠”发展定位,紧扣“新供给、新赛道、新模式、新场景”四大主线,重磅发布四大维度、十二项硬核举措,全力推进拱墅消费焕新升级,打造国际新型消费中心城市标杆城区。



01

## “古运河”+“新地标” 双IP融合

### 重塑城市消费引力场

以恒隆广场等商业新地标为牵引,充分挖掘并发挥大运河千年文化底蕴优势,推动现代商业潮流与运河传统文化碰撞交融、共生共荣,让古运河的文化底蕴与新地标的时尚活力相得益彰。

### 商圈能级跨越提升 构筑国际消费新窗口

发挥武林商圈“杭州的心、城市的眼”的地位优势,推进大运河畔历史底蕴与现代商业的无缝融合。以恒隆广场的启用为契机,构建大武林商圈新消费矩阵,打造首店经济发展高地。推动商圈综合体离境退税商店全覆盖,设立全省首家集中退付中心,着力提升武林商圈首位度、影响力。

### “云上武林”智慧平台升级 开启数智逛街新时代

依托全国示范智慧商圈(武林商圈),完成“云上武林”AI内核跃迁,接入DeepSeek等大模型能力,实现与主流AI助手的无缝嫁接。展厅大屏叠加数字人层,实现语音手势交互,让数据“能听会说”;导购升级对话式入口,AI自动比价推荐一键下单;流量平台转为主动洞察,精准匹配人货场,构建“需求-AI-消费”闭环,全面实现从“智慧展示”向“交互智能体”的时代跨越。

### 水陆空联动消费 构建“票根经济”新范式

“五一”期间推出好运武林“City Walk×City Boat”活动,打造“游船+商圈+云端”沉浸式消费。船上消费:联合杭州水陆集团与霸王茶姬,在京杭大运河推出首家“水上东方茶铺”,让新茶饮连通千年文脉;票根联动:以船票为核心载体,绑定商圈消费券与商户专属折扣,实现“上船领券、下船消费”;空中配送:试点无人机即时配送,构建“坐游船、云逛街、即刻达”的全链路体验,将运河流量高效转化为商圈增量。

02

## “首店经济”+“科技赋能” 双引擎发力

### 激活数字消费动力源

以首店经济为牵引,以硬科技产品与智能出行服务为触点,贯通“体验、出行、消费”全流程,让科技为消费注入“加速度”。

### 太希智能深耕智能终端 提供科技消费新体验

以外骨骼技术为切入点,构建覆盖消费运动、工业搬运、消防救援、医疗康复等多场景产品体系,依托广交会技术展示成效与市场应用基础,推动外骨骼科技从专业领域向大众消费延伸,太希智能登山外骨骼产品已在半山公园等景区实现场景化共享租赁。打造“可穿戴、可交互、可出圈”的科技消费新物种,以具身智能之势,持续激活科技消费动能。

### 高德滴滴全时空精准助力 畅通“出行即消费”新链路

联合高德地图发布拱墅专属“扫街榜”,涵盖美食、潮玩、首店等8大品类超100个目的地,嵌入AI文旅助手(24小时智能咨询、定制路线、飞行街景)。同步联动滴滴出行投放5万份最高价值100元出行券包,领券打车至拱墅区商圈最高享七五折优惠,实现“榜单种草-AI伴游-补贴引流-消费转化”闭环。

### 美团联动AI交互赋能 培育即时消费新业态

美团浙江公司入驻拱墅新楼宇,深度联动AI交互应用赋能本地生活,推动科技深度融入家门口的烟火气。结合“小象超市”“快乐猴超市”等零售网络,打造“AI+社区零售”新样本,深化线上线下双向联动,积极推进新零售迭代升级,打通消费服务“最后一公里”,全力构建一刻钟便民生活圈,让科技便民落到实处。



03

## “新场景”+“新热点” 双驱动破圈

### 定义潮流生活风向标

以工业遗存更新为切入口,深度挖掘工业文化内涵,推动跨界融合消费升级,精心打造“工业风+潮流感+国际范”的复合型消费场景,让工业遗存焕发新生机,变身年轻人追捧的潮流打卡圣地。

### 大运河杭钢公园焕新 打造工业遗存文旅消费新地标

长三角最大工业遗存改造集群——杭钢公园(54万平方米)已引入61家企业,布局冰雪基地、露营市集等多元业态。4月底起推出国潮产业周暨PLAYGROUND户外嘉年华,涵盖宠物派对、非遗市集、廊桥演艺;5月23日举办回春丹乐队巡演,持续导入音乐节、品牌首秀,让“工业锈带”变身“生活秀带”。

### TCAR汽车文化主题公园迭代 升级汽车消费新场景

原东沃卡车基地转型为TCAR杭州汽车文化主题公园,集聚理想、腾势等10余个新能源品牌及60余家产业链企业。拥有8000米汽车长廊、4151平方米时尚发布中心、2000平方米夜经济外摆区,年均举办车展、音乐节、动漫展超百场,打造“汽车文化+潮流娱乐”全国标杆。

### 武林之星博览中心提质 打造秀展融合新样板

以“秀展+消费”为核心模式,常态化举办AI嘉年华、动漫展、时尚秀、ADM展等,同时持续新引入国际IP首展、数字科技展,实现以展聚人、以会促消。五一期间推出“来武林之星玩AI”沉浸式嘉年华,融合巡游演艺、沉浸体验、亲子科教、潮流消费、银发友好五大场景,打造“无旁观、全参与、处处是舞台”的潮玩新地标。

04

## “政府作为”+“放心消费” 双护航加持

### 优化全域消费生态圈

从绿色积分到金融赋能,构建“敢消费、愿消费、便消费”的友好环境,让消费者“买得爽、花得顺、退得易”。

### 绿色消费积分试点推行 引领低碳生活新时尚

在武林商圈联合支付宝全省率先试点绿色消费积分体系:购买绿色产品、使用“碰一下”支付可获取积分,兑换使用商圈消费券。通过“绿色消费→积分激励→再次消费”闭环,打造数字化绿色消费“拱墅模式”。

### “来拱墅 放心购”品质消费地图发布 构筑全省放心消费新标杆

推出涵盖“吃购美游乐养”六维的品质消费地图。深化预付式消费改革,联合支付宝、美团全国首发“安心付”系列产品,上线商户规模全省第一。创新“信用+商圈”治理,出台全国首个放心消费市集团体标准,武林夜市248家商户承诺无理由退货,消费纠纷同比下降49%。建成放心消费集聚区新范式5个、放心建设规模保持全市领先。

### 金融助力消费三重叠加 激发市场活力新循环

联合浙江银联及各大金融机构,在武林商圈投入超3000万元。面向消费者,发放首期1万张“商圈金融卡”享专属折扣,杭州银行“国补+金融”双重补贴,杭银消费金融“轻享贷”最高20万额度、纯线上快速放款,精准服务新市民及年轻群体。面向商户,联合交通银行推出“商圈惠贷”,提供纯信用低息信贷支持,降低小微商户融资成本,实现“消费者敢花、商户有钱赚”的双向奔赴。

