

恋爱不成能讨回“恋爱花销”吗？法官提醒



张剑说法

本报讯(安徽商报记者 张剑 通讯员 陈灿) 热恋时的转账分手后可以要求返还吗?近日,合肥市庐江县法院金牛法庭就处理了一起这样的纠纷案件。

张先生与王女士从同学发展为恋人,相恋三年后于2023年底分手。心有不甘的张先生,一纸诉状将王女士诉至法院,要求其返还恋爱期间的转账共计5万多元。面对张先生的诉求,王女士直言对方的主张毫无事实依据,恋爱期间双方互有资金往来,自己还

为对方支付过住院费、护工费、生意货款等,转账总额甚至高于张先生。

承办法官查明,两人恋爱期间的转账十分频繁,且多数没有备注用途,无法准确区分款项性质。结合证据显示,王女士的转款总额更高,张先生主张返还5万多元无事实与法律支持。近日,法院作出判决,驳回张先生的全部诉讼请求。

法官提醒称,情侣恋爱期间的资金往来,若为表达感情的日常赠与,如红包、礼物等,一般视为无偿赠与,不宜在分手后反悔追索。以结婚为目的的大额财物赠与,转账时应备注用途、留存凭证,避免感情结束后陷入经济纠纷,这既是对彼此负责,也是对法律的尊重。



周继龙 / 制图

合肥庐阳“首店经济”持续“上新” 可可主角巧克力博物馆落户淮河路步行街

淮河路步行街再添新亮点!压缩寸土寸金的传统柜台,合肥百大鼓楼直接玩起“大动作”——把超2000㎡的可可主角巧克力博物馆安徽首店搬了进来,逛街瞬间甜出新高度!

如今逛庐阳,就像在开城市限定盲盒,你永远猜不到下一个路口会邂逅什么新潮体验。从治愈感拉满的巧克力博物馆,到潮趣十足的二次元手办,从格调满满的高奢腕表,到各具风味的品牌餐饮,庐阳正用一波接一波的首店“上新”,不断激活老城商业活力,为市民解锁更多逛吃新乐趣。



合肥百大·鼓楼名品中心金座 何刚 / 摄

甜蜜空间即将启幕 传统百货“破圈”重生

淮河路步行街,合肥商业心脏。合肥百大鼓楼名品中心金座内,工人正加紧搭建可可主角巧克力博物馆安徽首店——2000㎡空间里,历史展陈、工艺观摩、地标雕塑、DIY手作、文创零售五大板块雏形初现,预计今年8月正式迎客。



淮河路步行街 何刚 / 摄

“以前逛鼓楼,就是买衣服化妆品;以后带孩子来,能玩一整天、亲手做巧克力。”市民李女士满眼期待。

项目负责人直言:“消费者不再只为货架买单,我们要给他们非来不可的理由——这是从经营商品到经营空间的跃迁。”在淮河路商圈核心区,合肥百大主动压缩传统专柜面积,引入“博物馆+体验+

零售”融合业态,把单纯“卖商品”转向“造场景、留客流”。

业态裂变:二次元、潮玩与 精致消费的“三国杀”

走进淮河路步行街中段的百盛商场,谷里谷气、GETOY、谷派等二次元首店鳞次栉比,货架上堆满动漫周边、潮玩手办,年轻人举着手机打卡,空气中弥漫着“谷子经济”的热潮。“专门来买《咒术回战》的谷子,合肥终于有集中逛的地方了!”大学生小张抱着刚入手的徽章兴奋地说。

与二次元形成互补的,是合肥银泰中心等“品质零售”业态。步入银泰中心,国际一线品牌与各级首店琳琅满目,从精品美妆到高端服饰,从品质餐饮到时尚运动,为消费者铺开一站式奢享体验,让“精致消费”成为庐阳商业的另一张闪亮名片。

“一边是为热爱买单,一边是追求品质生活,庐阳的商业体正在用差异化定位,把不同圈层的消费者都‘圈’进来。”庐阳区商务局相关负责人介绍,“业态覆盖美妆、潮玩、餐饮、文体娱乐,既有高端品牌,也有烟火气,这才是真正的‘全龄友好’”。

首店经济不仅长在商场里,更藏在庐阳的街巷烟火中。

蒙城北路,见南山重庆火锅的牛油香气飘出百米远,合肥首店的招牌下,食客们围着九宫格涮着毛肚;老报馆街区,浪浪叁的牛肉粉丝锅与铁板串成了夜宵新宠。这些“小而美”的餐饮首店,如同毛细血管激活了城市商业的末梢。

更值得关注的是,这些街巷首店与商圈形成了“互补生态”:商场负责“高大上”的体验,街巷负责“接地气”的烟火,共同构成庐阳“全域消费”的独特魅力。

“从经营商品到经营空间,背后是消费逻辑的根本转变。”庐阳区商务局相关负责人表示,首店经济带来的不仅仅是品牌首入的“新鲜感”,更是通过模式创新、场景再造,重塑消费者的到店理由。

政策+场景双轮驱动 让古韵今风同伴老城

庐阳首店爆发并非偶然。

该区出台《庐阳区消费市场焕新升级三年行动方案》,对国际一线、首店品牌给予重磅奖补,叠加租金减免、装修支持。市、区两级政策联动,对安徽首店进行奖补,形成品牌落户“强磁场”。

作为合肥老城核心,庐阳坐拥淮河路步行街、银泰中心、百盛等顶级载体。2025年以来,全区累计引入首店超过50家,涵盖零售、餐饮、文体、亲子



合肥银泰中心 王亮 / 摄

全业态。

业态创新,是让商圈从“卖货”走向“卖体验”,从“单一门店”到“生态集群”。劳力士旗舰店、华伦天奴、周洋霞非遗店、巧克力博物馆……高奢、文化、潮玩、体验不再割裂,而是共同构建起一个“一站式”的沉浸式消费目的地。

随着巧克力博物馆8月开业,庐阳首店经济再添“甜蜜引擎”。

庐阳区商务局相关负责人表示:“首店是城市商业活力风向标。庐阳将持续以首店经济为抓手,招引国际品牌、潮玩IP、体验业态,推动淮河路商圈向高品质、多业态、强辐射的现代商圈升级,让千年老城持续迸发新潮活力。”

通讯员 何晓璐 安徽商报记者 郑茹

(图片由庐阳区委宣传部提供)