

消费四季有约 繁花一路盛开

“首发上海”“五五购物节”“上海之夏”……上海发布今年消费节庆打造行动

2025年上海消费节庆重点是覆盖全年的“一节四季”活动,这是青年报记者从昨天举行的2025“首发上海”“五五购物节”和“上海之夏”国际消费季新闻通气会上获悉的。

青年报记者 郭颖

首发上海

围绕“1+3+3+N”框架展开

市商务委副主任刘敏介绍说,2025年消费节庆打造行动包括首发上海系列活动,在3月至5月集中推出首发上海春季系列活动。在去年首届“首发上海”活动的基础上,今年将围绕“1+3+3+N”的框架展开。即一场启动仪式、三个消费品行业重要展会、三项聚焦首发品牌的重点活动以及若干场国际国内品牌首发仪式。

发挥上海时装周等大型首发活动平台作用,推动首店向总店、总部提升。第六届五五购物节在5月至6月优化举办13个IP活动,创新组织“商圈精品推广节”活动。2025上海之夏国际消费季以吸引入境消费为重点,在7月至10月上旬,举办乐高世界玩乐节等一批标杆活动。推出“一票惠享上海之夏”等240小时特色产品。升级推出外语地图服务等友好服务举措。

2025年,上海将持续发挥重要活动品牌效应,继续办好“首发上海”“五五购物节”“上海之夏”国际消费季等重大消费节庆活动,持续擦亮上海系列品牌活动,不断优化完善,切实将流量转化为增量。

三个消费品行业的重要展会包括:2025年中国家电及消费电子博览会、2025年上海国际车展、第29届中国美容博览会。

三项聚焦首发品牌的活动包括:2025秋冬上海时装周、长江精品暨央央好物上海消费季系列融媒体活动、长江精品首发会。

N场品牌活动方面,本市将在3月至5月集中推出30场高品

质、高流量的“首发上海”春季系列活动,确保每周均有1至2场重点活动。具体包括:乐高集团与F1签署合作协议,在F1大奖赛上海站期间,在场内共同举办联名活动,3月1日至3月23日还将在黄浦区南京路步行街世茂广场旗舰店举办赛车主题月系列活动。宜家于4月初在徐汇及长宁设立快闪店,针对“斯德哥尔摩”系列产品全球首发,并结合上海宜家4家门店同步举办首届设计节活动等。

五五购物节

首办商圈精品推广节

今年的“五五购物节”将首次举办“商圈精品推广节”活动。作为今年购物节的核心项目,将在全市重点商圈推出好货不贵精品优品。整个活动以商圈内主要商业综合体和百货店为主体,以品牌龙头企业为带动,聚焦服装鞋帽针纺织品、化妆品、金银珠宝、皮具钟表眼镜等四个品类,推出包含55折等大力度的折扣优惠,并贯穿整个购物节,最大限度集聚商圈流量、营造火热话题、点燃购物热情。

活动期间,全市各大商圈将推出具有创新性、引领性和发展潜力的消费新场景,打造购物、餐饮、社交、娱乐等“一站式”服务的新地标,满足全方位消费需求。如陆家嘴戏剧生活节、徐汇滨江西岸好市、南京西路1618春夏市集、苏河湾超级IP首发周、北外滩虚拟运动嘉年华、中山公园“家消费”节、五角场“young消费”季、真如五感生活节、中环精致烟火消费季等。

今年的“五五购物节”将推出5个新兴标杆活动IP:次元漫游节、上海乐邻生活节、银发生



上海今年将重点打造首发上海等三项重大消费节庆活动。

青年报记者 郭颖 摄

活节、上海国际邮轮节、家居焕新节。

此外,今年的“五五购物节”还将继续升级国际美妆节、汽车品质消费嘉年华、国际咖啡文化节、乐游上海艺术季、上海制造佳品汇、体育消费节、钻石珠宝文化节、数字生活节等8个传统IP,进一步提升IP活动的潮流牵引力、跨界联动力和市场影响力。

上海之夏

创新推出特色主题产品

去年首届上海之夏活动期间,境外旅客人数达138.7万人,同比增长42.2%。目前,我国国际航班加快恢复,免签国家范围持续扩大,“入境第一站”格局逐渐形成,今年本市将围绕吸引全球旅客升级举办2025“上海之夏”。

今年将新增一批具有吸引力的标杆活动,在继续办好上海国际电音节、上海国际光影节等标杆活动基础上,首次打造乐高世界玩乐节,首次推出国际游戏动漫月嘉年华,首次举办2025世界赛艇锦标赛,并考虑首次将上海旅游节提前至7月启动。

今年将创新推出一批针对

不同客群的特色主题产品,例如联动江浙皖,整合高铁、景点、住宿和美食,推出“轨道上的长三角”多日游系列产品;精选各类中华美食餐厅,推出“八大菜系体验之旅”主题套餐;结合蟠龙天地、豫园等特色场景,打造融合东方艺术、传统民俗、非遗技艺等一站式东方传统文化体验套餐;结合文旅康养体验,推出一站式国际医疗旅行产品等。

结合自由行、国际中转旅客、短途旅客等不同客群需求开展精准策划,针对入境游客推出“上海之夏·ShanghaiPass”多日消费体验产品,整合本市8大商圈、3大公共交通及30个头部文旅景点权益,打造中国入境游第一站的特色产品。升级国际中转旅客“免费上海半日游”专属产品。

结合“上海之夏”主题,推出烟火生活、东方美学、豫园文化体验等具有吸引力的免费线路。此外,“轨道上的长三角”系列产品将联动江浙皖,整合高铁、景点、住宿和美食,推出多日游套餐,展现长三角风光与文化。“打个飞的来上海”周末微度假主题产品,则针对日韩、新加

坡等短途航线游客。

对来沪参展观演游客推出丰富多样的“一票惠享上海之夏”票根经济产品,开发“门票+”“机票+”“展票+”等产品,针对参加演唱会、体育赛事等活动的观众定制优惠组合。在文化体验方面,将推出东方传统文化体验主题产品。结合蟠龙天地、豫园等场景,为外籍旅客打造一站式文化套餐,涵盖传统戏曲、民乐表演、华服体验与非遗技艺互动。

依托高校优势学科吸引世界各国优秀的学生来沪短期交流,推出新时代国际暑期学校产品。面向职工团队,依托“上海之夏”推出的文化演出、体育赛事、展览展会等重点活动,设计主题活动线路,推出“万名职工来沪疗休养·上海之夏”联动主题产品。面向来沪就医人士,依托上海优质医疗资源,提供一站式医疗服务,结合文旅康养体验,打造创新服务模式,推出国际医疗旅行产品。

值得一提的是,本届“上海之夏”活动期间,还将推出一系列优惠折扣,如,东方航空将在上海之夏期间面向国内外旅客,推出超百万张优惠折扣机票。

虹桥机场区域内酒店成立品质联盟 旅客遇航班误点有更好歇脚处

青年报记者 刘春霞

本报讯 昨日,在经过2个月的试运行后,虹桥机场区域内的首家国际品牌酒店——上海虹桥国际机场希尔顿酒店正式开业。当天,由上海机场发起,位于虹桥机场核心区域内的希尔顿酒店、香格里拉及盛贸酒店、中航泊悦酒店、城际酒店、华港雅阁酒店、佰翔花园酒店携手成立“上海虹桥机场酒店品质联盟”,发布品质联盟倡议6大服务举措,共享区域资源,为旅客出行提供多元化选择,并在恶劣天气、航班大面积延误等突发情况下为旅客提供住宿保障。

上海虹桥国际机场希尔顿酒店紧邻上海虹桥机场1号航站楼,由上海机场集团投资建设,委托希尔顿酒店集团管理。酒店地处虹桥商务区核心位置,2楼直连虹桥机场1号航站楼值机大厅,乘机出行便捷。

值得一提的是,酒店在外形设计、艺术装置和装修风格设计上融合了大量传统文化和航空元素,如酒店外形设计灵感源于机场跑道的线条和玉如意的形态;中庭艺术装置“繁花系列——东方虹”以航线灵动线条交织成白玉兰形状,展示城市海派形象;大堂酒廊休息座椅,客房的迷你吧、洗手台、地毯,以及楼道间的艺术

饰品等参考了航班头等舱、餐车、引擎和航班时刻表等航空元素进行设计。酒店有300间时尚舒适的客房,全景落地玻璃窗让旅客尽览虹桥机场航站楼、机坪和航班起降的独有景观。

上海机场集团总裁周浩表示,机场集团积极推动虹桥机场东片区“脱胎换骨”改造,虹桥机场希尔顿酒店既是虹桥机场区域内的首家国际品牌酒店,也是完善虹桥机场精品机场建设的重要配套设施,为旅客航空出行提供了更丰富的选择。上海机场将积极大力打造“航空+”生态圈,为加快建设品质领先的国际航空枢纽注入新活力。



虹桥机场希尔顿酒店可尽览机坪景色。 青年报记者 刘春霞 摄