

“五一”假期全市消费594.6亿元

同比增长13.1% 35个商圈客流总量2993万人

青年报记者 郭颖

本报讯 今年“五一”假期，正值商务部2025国际消费季暨第六届上海“五五购物节”举办，全市重点商圈、购物中心、商场超市每日推出活动近200场。数据显示，4月30日-5月4日，全市线上线下共计消费594.6亿元，同比增长13.1%。其中，线下消费331.5亿元，同比增长13.2%；线上消费263.1亿元，同比增长12.9%。35个商圈客流总量达到2993万人，同比增长12.8%。

入境消费同比增长211.6%

入境消费持续火爆，境外来沪消费4.55亿元，同比增长211.6%。

离境退税业务大幅增长，4月27日《关于进一步优化离境退税政策扩大入境消费的通知》正式发布后，上海第一时间部署相关工作，4月28日下午，大丸百货的离境退税开单自助终端成功开具出全市第一张自助办理退税申请单。目前，全市办理离境退税备案企业1013家，覆盖品牌商户超3300户。“五一”假期，全市离境退税销售额同比增长1.2倍，退税额同比增长1.3倍。

外贸优品拓内销全面推进

“五一”假期，第一食品商店、环球港、永辉超市等“外贸优品”专区商品获市民青睐。第一食品商店开设绿色通道，助力外贸企业入驻。上海环球港举办出口商品展销会，将花车变成货架，丰富展示的产品类型。永辉超市公开联系邮箱，帮助企业快速对接商家，并与优质供应商共同开发新产品。

电商平台也为外贸企业开出“线上方案”，美团、淘天、盒马、叮咚买菜等平台纷纷帮助外贸企业纾困。

“五一”假期，上海吃喝玩乐服务消费规模环比增长近38%，消费规模全国排名第一位。上海五星酒店预订同比增长近35%，在上海日均消费较上年假期同比增长近38%。

休闲露营、逛博看展、换装旅拍、早C晚A……多样性、个性化的新潮供给，也丰富了年轻人

的深度旅游体验，扩大了旅途半径。数据显示，“五一”假期，上海休闲露营订单量同比增长355%，展览订单量同比增长200%。

各种补贴拉动各种消费

“五一”假期，各大家电、家居以及消费电子领域的品牌厂商结合以旧换新政策，纷纷推出具有吸引力的创新产品。全市线下1000家企业共约6000家门店，以及13家电商平台的家电家居、3C补贴产品，累计实现销售额11.5亿元，环比节前5天增长32.4%。

“五一”假期，全市“乐品上海”餐饮消费券带动餐饮消费7990.3万元。美团数据显示，上海餐饮堂食增长9.8%，其中，外地游客来沪消费餐饮堂食增长37.1%。

为进一步促进汽车消费，普陀区、浦东新区、松江区和嘉定区等区，在国家汽车报废更新和上海市促进汽车以旧换新补贴基础上，每辆叠加1000元~10000元购车补贴，助力市民汽车换新。

为提升节日消费热度，部分重点商圈发放消费券，为消费者带来实打实的优惠。静安区上线“静安商圈精品消费券”，覆盖美妆个护、潮流零售、精品连锁等核心业态，汇集700余个品牌参与，贯穿“五一”假期与端午节两大消费节点，黄金珠宝销售翻倍增长。

浦东新区发放“乐购浦东”消费券，陆家嘴、前滩世博和度假区等商圈的1300余家商户参与，活动商圈客流同比增长15.2%，销售额同比增长11.8%。杨浦区发放“玩转杨数浦”消费券，聚焦服装鞋帽、日用品、化妆品、黄金珠宝及二次元等部分品牌推出减消费券，并叠加商家优惠，最低可享55折，节日期间，五角场商圈消费额同比增长34.4%。

徐家汇商圈推出“潮趣游园HUI”为主题的商圈精品推广节活动，400家商户针对零售、文娱等品类发放55折精品团购券。虹口北外滩有美团举办的“酒吧指南微醺市集”线下快闪活动，并送出超50000杯特调酒水，带动夜间消费持续火爆。



“五一”假期上海各大商圈人流旺消费火。

青年报记者 郭颖 摄

“五一”假期上海文旅市场热度飙升

青年报记者 杨力佳

本报讯 昨天，记者从上海市文化和旅游局获悉，据上海旅游大数据监测，“五一”假期本市共接待游客1650.06万人次，同比增长1.61%。据统计测算，上海地区含吃、住、行、游、购、娱等全要素旅游交易总金额为201.1亿元，同比增长10.20%。

上海假日住宿业表现亮眼。本市宾馆客房出租率为73%，同比增长6.5个百分点。其中，5月2日-5月4日，连续3天的单日出租率超过80%，处在历史高位。夜游产品延长消费时间、资金政策引导消费决策、乡村古镇拉长消费半径、演艺经济带动经济增量，成为了四大推动力。

吴淞口国际邮轮港码《大闹天宫》主题烟花和无人机秀、上海海昌海洋公园烟花盛典、金山城市沙滩国际音乐烟花秀、“临港时刻·时光之戒”光影秀和上海国际赛车场“DREAMLAND音乐&艺术嘉年华”等一批“点亮夜空”项目集中推出，既满足了游客情感共鸣的需求，也显著带动了活

动周边的住宿业态。

“五一”假期正逢“乐游上海”旅游消费券开启第三轮核销。同时杨浦、松江等区也瞄准假日大客流，分别推出覆盖“五一”时段的“玩转杨数浦”住宿消费券和“上海之根 乐游松江”文旅商体展联动消费券，通过共享使用平台，市区两级消费政策资金形成了效应叠加。据统计，“乐游上海”旅游消费券5月1日单天的核销金额150万元，为活动开始以来的最高。5月1日至4日，松江区纳入监测的12家旅游饭店客房出租率为72.63%，同比增长10个百分点。其中广富林宰相府等酒店日均达到满房状态。

此外，本市乡村、古镇解锁各类时尚、国潮新玩法，开启逛集市、游园会、趣露营、品歌声、享美食的全方位假日生活体验，大幅提升上海近郊到客率和过夜率。廊下郊野公园举办第三届上海湾区牡丹节；崇明东平国家森林公园举办森林篝火狂欢夜；长兴岛郊野公园举办“玫瑰露营节”；奉贤海湾推出“海湾好物专场集市”；朱家角古镇推出

“国潮非遗咖啡文化周”，并上新昆曲《牡丹亭》的实景快闪；南翔古镇主推二次元周边集市和音乐快闪；泗泾古镇主打美食夜市，假日期间推出各类应季的水果冰品，日均到客达8万人次。

热门演出依然是假日“顶流”担当。假日期间，本市共举办660场营业性演出，服务观众约74万人次，同比增长25.91%，票房收入约1.63亿元，同比增长59.41%。其中每场万人规模大型演出14场，上海·静安戏剧节集中上演6大系列20部优秀剧目；西岸大剧院举办“爵士春天”音乐节；上海国际音乐村举办“超级芒果音乐节”；上海大剧院上演话剧《日出》；文化广场上演舞剧《赵氏孤儿》。其中，5月1日至5月3日，米哈游在上海东方体育中心举办“星铁LIVE”2025星穹铁道演唱会，3天吸引全国各地近3万名同款游戏玩家来沪“打卡”，不少观众还相约散场后在上海吃饭、逛街，交流游戏，人均在沪消费3000元以上。热门演出前后的“粉丝踩点”和“余兴社交”等新消费现象愈发形成趋势。

天天爆满!“五一”长假“博物馆热”由虚向实

青年报记者 郦亮

本报讯 “根本约不到!”来上海游玩的金女士原本想和朋友一起去参观上海博物馆人民广场馆舍的展览，却发现5月3日、4日和5日均已约满。幸好上博东馆还有一些名额，他们便立刻赶往了浦东。在这个“五一”长假中，上海的“博物馆热”依然热度不减，不少场馆的参观人数都创了新高。

据悉，上博人民广场馆每天接待8000名观众。这个长假从5月1日到5日天天爆满，这意味着至少有4万名观众走进这座古

代艺术殿堂。将持续到8月17日的“金字塔之巅：古埃及文明大展”正在迎来其倒数第二个参观高峰，七八月间的暑假，这里还将人山人海。有一种预测是，这个网红展览的最终参观人次有望突破300万。

家在常州的金女士是看到该展热度趋于平稳的报道后，才赶到上海来看展的，结果没想到长假期间，这个已经开幕了将近10个月的展览还是如此火爆。“没看成展览当然有一点可惜，但离展览结束还有3个多月，我们还有机会。”金女士对青年报记者说，“幸好上博东

馆还有额度，那个馆建成之后我们还没有去过，听说很多原来没拿出来的重量级的馆藏都亮相了。”

“五一”假期，中华艺术宫(上海美术馆)以“展、教、创、游”四位一体的模式，吸引了大批市民游客纷至沓来。5月1日至4日，中华艺术宫(上海美术馆)总共接待游客55353人，他们一共举办了8场展览，16场公教活动，不仅刷新了观众的艺术感知，更成为推动文商旅深度融合的申城文化新地标。

展览方面，“世界文化遗产北京中轴线——印记北京中轴

线大众篆刻作品展(上海巡展)”“刀木纪程——上海与新兴木刻的抗战叙事(1931-1949)”这些重磅展览的热度自不必说，很多特色的公教活动也吸引了大批观众。在五四青年节之际，上海外国语大学青年志愿者的英文导赏让多媒体版《清明上河图》走向国际，让千年古卷中跃动的人物群像焕发时代新生，汴河漕运的细节在双语解读中成为世界共通的文化语言。而“走进艺术宫”课程的“青春的浪潮”导赏活动则以汉英双语带领观众穿越《美术作品里的上海》，从艺术家的

笔触中挖掘海派艺术的红色基因，用世界听得懂的语言讲述这座城市的灵魂。

上海市历史博物馆“五一”长假期间接待了近6万名观众，相比去年有所增长。而举办了“月球计划：登月序曲”XR沉浸式展览的宝龙美术馆等场馆，这个假期也都吸引了不少观众，成为了市民过节的打卡地。业内人士分析，这些文化场馆之所以在“五一”长假里爆火，主要还是内容的创新，有观众走进去看可玩可体验，这也使得“博物馆热”由虚向实，不断走向纵深。