

国际次元IP汇集 有粉丝从外地“赴约”

从嘉兴赶来的王小姐是游戏《恋与深空》的爱好者。95后的她是这款游戏的主人公之一黎深的粉丝，从去年参加BW开始“入坑”，一年时间热情不减。“9月份正好是黎深的生日，粉丝都在操办庆祝活动，大家都在打卡，而且之前有款周边我一直没买到，这次浦东谷子嘉年华上正好有出，我今天就特意请了假，来打卡加补周边。”王小姐告诉记者，喜欢二次元、纸片人，是因为平时工作压力很大，能在这些美好的二次元故事中感受到治愈的力量。

记者看到，在“黎深”的生贺区，已经贴满了祝福和倾诉的纸条：“幸福幸福，请降临在小黎手心里”“小梨小梨，万事如意”“和你见面，是最好的放松”……网上也已经有“痛楼打卡”攻略，第一时间被粉丝发出。

这个“痛楼”就位于浦东陆家嘴中心L+MALL。作为“浦东嘉年华”首次“谷子”主题活动，“谷子嘉年华”以L+MALL五楼为主会场，串联一楼户外区域，在8月1日至8月10日期间，轮番带来四大主题内容，包括“痛车”巡游、IP快闪、谷子市集、舞台演出，全方位展现次元文化魅力。

L+MALL五楼主会场化身次元宇宙中枢，集结国际一线品牌

打造主题IP快闪矩阵：Aniplex携新作《Fate/Strange Fake》限定主题展亮相，Comiplus打造《苏丹的游戏》沉浸式体验空间，漫库快闪呈现“人鱼陷落”等人气作品的独家限定商品，Good Smile Moment良刻设置集笑脸兑礼品趣味互动，柏瑞美分享漫展不脱妆的“黑科技”定妆喷雾。

市集区域吸引数十家品牌入驻，如印酷乐、超力仓鼠、鼓马机器人、黎深0905生贺组等，带来丰富多样的周边品类。一楼户外广场化身痛车艺术展演区，由ACG萌文化爱好者与个性改装车友组成的“沪痛组”，带来8台“痛车”组成震撼方阵。包括初音未来、EVA明日香、百变小樱等经典角色的涂装车身，召唤市民及角色粉丝一同踏入次元宇宙。

活动还在多个商圈布设分会场，正大广场开设索尼电影主题沉浸展，世纪汇广场带来泡泡玛特“Zsiga慢下来”系列艺术装置展，华润时代广场打造了吸睛的主题“痛楼”，鳗鲡嘴滨江绿地化身“航海王冒险嘉年华”的实景乐园，丁香国际商业中心和洲际浦江假日酒店设置Coser互动打卡点，还有前滩31演艺中心、花木时光里等5个点位的沉浸式快闪装置，数十场IP活动在浦东全域绽放。

与ChinaJoy联动 推出专属车票和专属权益

“谷子嘉年华”活动期间，第二十二届ChinaJoy也于8月1日至8月4日在浦东的新国际博览中心举办，以“聚·你所爱！”为主题，汇集超过300家参展企业，在11万平方米的BTOC互动娱乐馆产品与技术。

“谷子嘉年华”活动将深度联动ChinaJoy，推出专属车票和专属权益。专属车票在ChinaJoy会场开通免费接驳专线，在8月1日至4日期间，每日13:00至17:00的整点，从新国际博览中心N2/N3展馆附近出发，直达陆家嘴中心L+MALL主会场、丁香国际商业中心、罗丹艺术中心等，让ChinaJoy的参展观众能够无缝衔接、轻松转场。凭专属车票打卡集满4个章，即可在陆家嘴中心L+MALL五楼服务台领取精美小礼

品一份。同时消费者还可以利用热门商圈线上AI打卡地图小程序和ChinaJoy门票，在世博天地、正大广场、浦东嘉里城、陆家嘴中心、丁香国际、花木时光里等多家商场享受专属权益。世博天地全天免费停车，部分餐饮品牌消费9折至8.5折优惠；前滩31由心咖啡免费兑换一杯中杯美式咖啡；丁香国际魅KTV享98元3小时欢唱券；陆家嘴中心外星人门店购机500元抵800元代金券，购指定机型还可获赠AW610M鼠标一个等等。

据悉，浦东新区还结合“谷子嘉年华”活动，启动发放第二轮2025“乐购浦东”消费券，助力谷子消费，即日起至8月29日的每周五11点准时开抢，共将发放5期，共享福利。

浦东首届谷子嘉年华启幕

粉丝跨城追谷子

作为“上海之夏”国际动漫月特色活动之一，8月1日，浦东新区举办的首届“谷子嘉年华”在陆家嘴中心L+MALL启幕。随着一众Coser的魔法权杖亮出魔法光束，嘉年华被正式点亮。启动仪式当日，就有粉丝专程从外地赶来赴会。

青年报记者 刘晶晶



②



③

- ①市民打卡“黎深”生贺区。
- ②户外广场化身痛车艺术展演区。
- ③粉丝购买谷子。

本版摄影
青年报记者 吴恺

徐汇剧透“上海之夏”亮点，解锁徐家汇商圈商业版图

青年报记者 范彦萍

本报讯 2025“上海之夏”国际消费季有几个关键词，聚焦“让全球旅客好来、好玩、好购”，这意味着上海要打开大门迎接全球旅客，通过活动+产品+服务+政策的多维联动，让大家享受吃喝玩乐的美好体验。

最新一期的徐汇“汇讲坛”，邀请商圈方面的专家和消费领域的研究员解读最新的消费趋势。而徐家汇商城集团的相关负责人也剧透了徐家汇商圈升级改造的过去、现在和未来。

“主街+后街”

8个商圈组团升级

长期致力于推动徐家汇商圈商旅文体融合整合营销建设

工作的徐家汇商城集团商圈发展部部长助理唐玮介绍说，在最新的《关于上海市提升街区商业活力的若干措施》中，徐家汇等8个商圈“主街+后街”组团升级，建立夜间消费集聚区认证标识，打造一批夜间消费集聚区，每年推出一批市级特色小店，支持孵化独具个性的街区青春小店、青春集市、青春摊位等。

作为老牌商圈，徐家汇商圈如何“破圈”呢？唐玮介绍说，“就像一部好的电影，每隔一段时间都有一个反转，都有剧情的高潮。我们在商场规划时也以‘一店一策’的方针进行，代表着每一个商场都独具特色”。

唐玮认为，相较其他商圈，徐家汇商圈有更好的地理优势：

紧靠上海体育馆、上海体育场，通过文旅商体展联动，可以更好地为商圈做引流和破圈。比如今年港汇恒隆广场首先引入了老铺黄金，开业期间凭一己之力把港汇的销售数据提升了45%。“前段时间非常火的泡泡玛特，把它旗下的首饰品牌全国首店开在港汇，也吸引了很多国际游客。”

徐家汇商圈还有一大特色就是“潮”。以美罗城和TPY(太平洋数码广场)为代表的两个商场聚焦二次元文化的消费领域，大力引进行业头部IP全国首店。以美罗城为例，从宫崎骏旗下工作室橡子共和国开始，陆续引入了LOFT全国首店、《周刊少年JUMP》全国首店，现在已经成为日韩IP在中国落地的标杆商

业体。

唐玮透露，以新六百YOUNG为代表的商圈升级项目，已经全面进入了招商阶段，计划明年一季度跟大家见面。它的到来一方面在商圈的品牌业态上补充了商圈之前欠缺的一块；另一方面在空间上通过廊桥和地铁通道连接港汇和美罗城，以后徐家汇商圈又多了一个遛娃胜地。

化身运动嘉年华 玩转“上海之夏”

在谈及怎么玩转“上海之夏”的话题时，唐玮打趣说，小时候都会说乘风凉。现在家家都有空调，夏天出门的话，商场无疑是更好的选择。徐家汇商圈在“上海之夏”期间举办了国内首个黄油小熊的百变时尚秀

主题展、2025年必吃榜嘉年华活动等丰富的活动，后续还有更重磅的活动。除美罗城《周刊少年JUMP》新店、宝可梦车旅主题快闪活动、徐家汇潮玩艺术季外，今年将有两个重磅的全国级热度潮玩IP落地徐家汇商圈。

商务部-复旦大学消费大数据实验室研究员李涛介绍说，徐汇“上海之夏”的特点首先是商圈和体育相互赋能，在上海市所有的市级商圈里面只有徐家汇有这么大的一个体育场，徐汇滨江还有非常多极限运动、户外运动。其次是徐汇的文体产业特别火。“我认为，文体体育这种服务消费是‘上海之夏’未来的潜力，是跟情绪价值密切相关的。”