# 诚邀全球旅客 好来好玩好购

## 2025“上海之夏”国际消费季明启动

■ 申城之夜,“上海之夏”已经全城预热 杨建正 摄

本报记者 张钰芸

激活夏日玩法,点亮全球旅客在沪精彩之旅,2025“上海之夏”国际消费季将于7月4日启动。记者从昨天举行的2025“上海之夏”国际消费季新闻发布会上获悉,聚焦“让全球旅客好来、好玩、好购”,2025“上海之夏”将通过“活动+产品+服务+政策”,充分展现上海的夏日活力,并根据日韩、东南亚、欧美等不同地区游客特点,差异化打造各项活动和特色产品,提升上海国际消费中心城市全球吸引力。

▶ 作为本土品牌在“上海之夏”的创新活动之一,泡泡玛特推出了LABUBU《The Monsters》主题快闪店 本报记者 刘歆 摄

### 多语种服务升级,离境退税商店增至1391家

“上海之夏”国际消费季是以促进暑期入境消费为主的城市活动品牌。首届“上海之夏”活动期间,境外旅客人数同比增长42.2%,外卡消费总额同比增长68.2%。

市商务委主任朱民表示,今年以来,上海入境游客、入境消费增长势头依旧强劲。1—6月,上海接待入境游客424.8万人次,同比增长38.5%;实现离境退税商品销售额同比增长85%;其中“即买即退”销售额同比增长28.1倍。

入境消费的快速上升为上海带来更加多元的市场需求,如何更好地满足这些需求?市商务委副主任刘敏表示,去年“上海之夏”国际消费季结束以后,市商务委会同有关部门对全球体验官进行回访,就活动期间境外旅客遇到的问题进行深入研究,如移动端App缺少多语种服务版本、城市定制卡缺少一站式综合服务产品、离境退税服务不便利等问题,今年都做了改进。

今年“上海之夏”推出特色英语和多语种服务,例如航旅纵横全新推出境外旅客“HiChina”App,支持英、法、日、韩、西班牙5国语言,增加一系列入境便利化功能。高德地图推出国内首个面向海外用户的英文地图,支持驾车、步行、骑行和公共交通等多种出行方式导航服务。大众点评App上线“shanghai must eat list”活动页面,为境外游客打造中英韩三语沪上美食指南等。

刘敏表示,升级版Shanghai Pass城市定制卡,融合“交通、旅游、购物、餐饮”多元优惠于一体,无需实名认证就可激活、即买即用。在提供基础交通功能服务外,整合浦江游览、豫园、双层巴士等游览产品,叠加新天地、淮海中路、徐家汇等商圈消费优惠。同时升级推出多日通票,联动更多景点、更多优惠、带动更多消费。

在离境退税方面,6月底上海已出台《上海市优化离境退税消费环境行动方案(2025—2027年)》。从完善网点布局、丰富商品供给、提升便利化水平、优化服务环境等4方面提出16项举措。目前全市已开通1391个离境退税商店,较去年底增加近一倍,16个商场设立即买即退集中退付点,即日起外滩中央、张园、浦东八佰伴三个“全市集中退付点”,提供“全市退付”服务。

市政府外办副主任徐凯介绍,入境游一站式聚合应用平台“入境通(Easy Go)”7月2日正式上线,助力国际旅客畅游乐购。“首批共有24家企业的30个小程序入驻,所有服务按功能需求分类,方便用户快速定位使用。其中‘碰一下退税’是‘入境通’首创的特色服务。国际旅客结合‘城市退税地图’,在退税服务点办理完相关手续后,手机‘碰一下、扫一下’即可完成即时退税,这项服务未来还将推广至上海两大机场等线下点位。”

### 品牌大展、国际赛事、文化体验一个不少

7月4日,2025“上海之夏”国际消费季将在上海盛大启动,一系列重磅活动已经安排上了。

“上海之夏”启动之际,西岸滨江将推出汇集品牌全球大展、品牌体验空间和品牌体育赛事的消费新场景。例如,梵克雅宝带来高级制表展“时间的诗篇”的全球首发,品牌标志性的传奇“天象仪”自动机械装置也将在国内首秀。乐高“世界玩乐节”在上海西岸梦中心奇幻启幕,推出超大城市沙盘、音乐街区、乐高武康大楼等网红点位,备受瞩目的“乐高建筑上海天际线”套装也将限时回归。李宁3V3篮球联赛全国决赛在西岸举办,为市民游客带来纯粹街头篮球竞技体验。

7—8月份的活动主题是暑期度假、亲子消费。上海迪士尼度假区夏季主题活动开启全新夏日体验和限时产品优惠活动;“上海之夏”国际动漫月,串联CCG EXPO、Bilibili World、ChinaJoy等重磅次元主题活动;上海旅游节暑期旅游季,上海多个区将举办“乐游上海·欢乐盛夏”主题周;上海交响乐团夏日音乐会,集结国际知名乐团带来多场音乐盛会。

9—10月份的活动主题是文旅消费、赛事消费。上海国际光影节,2026春夏上海时装周,将推出新一轮的城市与时尚融合节奏。世界赛艇锦标赛、上海ATP1000大师赛、FISE极限运动嘉年华,各领域顶级赛事活动接踵而至,不断推高上海夏日运动激情。

此外,围绕各类外国客群感兴趣的东方美学、体育活动、文化体验等方面,聚焦重点品牌、重点载体,首批推出6项城市定制活动,具体包括,露露乐蒙“夏日乐挑战”全国总决赛,为市民和游客打造“夏日乐市”;华特迪士尼夏日狂欢节系列IP主题活动。豫园股份“夏日游园音乐会”,展现豫园“东方生活美学”;西岸中環夏日国际文化嘉年华,形成多元文化互动和丰富的消费体验;小红书“上海之夏”马路生活节,展示上海多个城区丰富多彩的生活面貌。本土品牌也有创新活动,泡泡玛特系列“潮玩之夏”IP主题活动,推出全球顶流潮玩的主题首展、新品首发,上海老字号品牌促销活动带来“上海之夏”老字号主题联名产品等。

即日起,2025“上海之夏”精彩活动排片表可以通过上海商务、上海消费总动员微信公众号、I GO Shanghai爱购上海微信小程序、随申办、一网通办等平台查询。

## 上海旅游节首创『一节两季』模式

# 暑期文旅盛宴即将启幕

昨日,记者从市文旅局获悉,2025年第36届上海旅游节首次创新推出“一节两季”模式:7月5日至8月31日为“暑期旅游季”,聚焦亲子家庭与学生群体打造六大主题周活动;9月1日至10月6日为“经典活动季”,花车大巡游等传统项目将如期举行。这场贯穿暑期与黄金周的文旅盛会,正以多元场景激活城市消费活力。

### 亲子研学专场

#### “十大亲子网红打卡点”发布

7月5日,上海乐高乐园开园仪式将同步拉开暑期旅游季序幕。围绕这一核心IP,全市将开展“世界玩乐节”创意赛、中国乐高超级玩家节等品牌活动,推出20余条主题旅游线路及跨区周边游产品。

松江文旅整合玛雅海滩水公园、辰山植物园等资源,发布“十大亲子网红打卡点”与长三角高铁福利;迪士尼乐园同步开启“达菲月”主题活动,为亲子客群构建全维度欢乐场景。

### 文博艺术矩阵

#### 时空对话中的文化解码

上海博物馆“龙腾中国:红山文化古国文明特展”汇聚二十家场馆三百余件文物,呈现考古百年成果;浦东美术馆“缔造现代:巴黎奥赛博物馆艺术瑰宝”展带来国际级艺术盛宴;中华艺术宫《山海经之烛龙秘境》以裸眼3D技术复活东方神兽,“中国白·德化瓷”展演绎非遗美学。即将收官的“古埃及文明大展”更推出7×24小时巅峰不眠夜,配合时代少年团演唱会等演艺活动,构建“观展+演出”的文化消费闭环。

### 潮玩时尚现场

#### 海派文化的年轻表达

苏河湾CCGEXPO与半马苏河文化旅游节联动点燃“二次元”热潮,小红书REDLAND兴趣岛、北外滩屋顶音乐会、宝山邮轮文化嘉年华等活动,通过沉浸式体验激活城市潮流磁场。这些融合海派基因与国际审美的创意场景,正成为Z世代打卡申城的新坐标。

### 非遗古镇新体验

#### 传统与现代的碰撞

古镇旅游周期间,朱家角以“非遗神兽总动员”为主题,展示“船拳”“摇快船”等水乡技艺;练塘、金泽古镇延续古典浪漫气质。美团“相约古城夜景”活动鼓励游客打卡蟠龙天地等古镇,分享夜游攻略,让非遗文化在年轻群体中焕发新生。

### 乐高乐园运营升级

#### 细节优化提升体验

作为暑期旅游季焦点,上海乐高乐园已完成五轮试运营测试,针对游客反馈的安检排队暑热问题,增购喷雾风扇等设备;同步优化骑乘设施舒适度与餐饮购物体验。金山区配套近6000个停车位,开通12条公交线路衔接高铁金山北站,入口处爱琴海·缤纷里商业街120余家商户也将于7月5日同步开业。周边景区推出“乐高+枫泾古镇”“乐高+花开海上”“乐高+上海欢乐谷”等联动产品,构建“主题乐园+全域旅游”的流量生态。

市民游客可通过“沪小游”平台获取全景导览,在传统与潮流的碰撞中,解锁申城人文魅力与消费活力的全新可能。

本报记者 杨玉红

■ “龙腾中国:红山文化古国文明特展”开展,该展是上海博物馆“何以中国”文物考古大展系列的第四展 本报记者 王凯 摄