



## 全方位发力提振消费

本报记者

张钰芸 孙云 方翔 陈佳琳

2025年是“十四五”规划收官之年，在去年底召开的中央经济工作会议上，“大力提振消费”被放在今年重点工作任务第一位。作为一座“万亿消费城市”，上海如何进一步提振消费，持续促进经济向好？

以文旅引流激发城市新活力，用创新场景变流量为增量，挖掘内需潜力提升消费信心……今年上海两会期间，市人大代表、政协委员围绕提振消费话题建言献策，提出通过创新和消费结合的方式，持续发力推进国际消费中心城市建设和吸引更多人前来感知上海、融入上海。



■ 外国游客在豫园商城边走边吃

本报记者 周馨摄

# 文旅引流 创新场景 挖掘内需



■ 愚园路上的潮店推出迎蛇年套餐

本报记者 刘敬摄

拉着行李箱奔赴上海，欣赏完古埃及文明展这样的文博大展后，再去看演唱会、听音乐会，或者来场Citywalk，品尝咖啡、美食和购物。在上海，文化、商业、旅游、体育和展览融合的消费“新潮流”正成为新的增长点，也成为代表委员们热议的话题。

作为首届“上海之夏”国际消费季7大标杆活动之一，“金字塔之巅：古埃及文明大展”是上海打造“一站式”文旅体验新场景的典型代表。自2024年7月19日开展以来，截

2025年乙巳蛇年，将迎来申遗成功后的首个世界“非遗”版春节。代表委员们提出，上海应利用好海派民俗资源，把更多的年味文化符号提炼出来，打造多元与创新的消费业态与场景。

市政协委员陈乐建议，应以既有场景化海派年俗“地标”为核心，进一步挖掘上海各区域的特色元素，打造差异化的春节消费场景，拓宽消费体验。例如，豫园可依托其古典园林特色，增设互动式传统手

去年，首艘国产大型邮轮“爱达·魔都号”开启首航，为上海打开了一个全新的消费领域，展现出前所未有的消费活力。据统计，2024年全年，上海邮轮港接靠邮轮242航次，接待旅客约137.2万人次，占全国邮轮接待总人次约68.1%。其中，“爱达·魔都号”运营了82个航次，接待旅客数突破30万。

上海市人大代表、中欧国际工商学院

扩大内需是战略之举，提振消费是重中之重。在代表委员们看来，除了发力外来消费，上海的内需仍有很大潜力可挖。

2025年，上海将继续发放“乐·上海”服务消费券。对此，长期工作在销售一线的市人大代表、光明食品集团工会副主席、南京东路第一食品商店壹食壹品柜组长郁非表示，建议加大消费券投放金额，扩大使用

## “中国入境游第一站”

南京路步行街上，韩国游客在第一百货商业中心的“很久以前羊肉串”排队等候，印尼女孩在泡泡玛特旗舰店里选购盲盒，第一食品商店里挤满了买大白兔奶糖和蝴蝶酥的中外游客……随着我国过境免签政策进一步放宽优化，上海正积极拥抱“中国入境游第一站”流量红利。

为了接住这波“泼天的富贵”，第一百货商业中心在数月间不断“微调”：延长营业时

## 拥抱流量红利

间，配备翻译器，编撰多语种导购手册……并迎来了一张亮眼成绩单：去年12月，离境退税开单数同比上升250%以上，开单金额同比上升270%。其中，新加坡、泰国、马来西亚、韩国等四国旅客数量合计占比超过50%。

市政协委员，百联集团党委书记、董事长叶永明表示，持续洞察外籍游客在沪期间的消费需求，在优化国际游客的购物环境、

提供便捷支付体验和多种语言游购攻略上下功夫；同时引进更多首发首店首展首秀在沪举办，形成流量互促效应。

市政协委员卢慧文注意到：“由于海外社交媒体传播的局限性，许多外国人无法精准捕捉到国内的有效资讯。”卢慧文认为，上海的旅游网站与门户网站应该进一步提升和改善内容输出，以更喜闻乐见的方式向外国人传递上海的“吃喝玩乐”攻略，并努力提高信息的可及度。同时，为外国人提供更加便捷、高效的线上订票服务，提升他们在沪消费的便捷性。

## 提供高品质文化消费

至1月15日，接待观众总数超135万人次，其中近七成观众来自外省市和海外。

“我们对观众做过抽样调查，外埠观众中逾七成成为本次特展专程来沪，另有二成将来看展作为主要目的。这些远道而来的观众在上海吃住行游购，带动周边消费超100亿元。”市人大代表、上海博物馆馆长褚

## 承接溢出效应

晓波表示，“文博热”不仅要热在馆内，更要溢出到全城。古埃及文明大展的成功，为上海文旅商体展联动带来启发，以“展览+X”全面拉动城市流量和综合消费，赋能城市经济社会发展。

同样是以文化为媒，市人大代表、复星国际联席首席执行官徐晓亮建议，以东方生

活美学为新中式审美基底，利用好现有城市历史文化集群，做好城市更新高质量规划，丰富都市文旅商体展融合功能空间，建设富有中华文化底蕴的世界级旅游目的地。

“从全球范围看，文旅商体展联动都展现出强大的影响力。”他表示，如何借助新质生产力，加速创造文化、旅游、商业深度融合，实现跨产业经济增长，仍旧有不少进步空间，而东方生活美学是促进文旅商体融合创新的关键词。

## 从非遗版春节开始

工艺体验区；罗店则可利用水乡古镇的优势，开展水上灯会巡游，结合光影艺术，营造梦幻般的夜间游览体验。还可以打造“短剧+春节主题+海派年俗+文旅目的地”系列IP短剧，并将这些IP短剧场景与上海本土特色商品相结合，实现文化与商业的双赢。

## 打响海派文化IP

上海市政协委员、上海《理财周刊》社副总编辑黄罗维则建议，在上海入境旅游的项目中，围绕上海的老字号、老城厢、老洋房，以及城市新地标等主线，打造独具海派风情的消费场景，形成特色鲜明的城市旅游线路，吸引境外游客延长在沪逗留时间。

民建上海市委向市政协十四届三次

会议提交了集体提案《以服务消费为重要抓手，推动消费提质扩容的提案》，市政协委员、民建上海市委贸易工委主委陈江作为执笔人向记者表示，建议全力打造城市IP，增加全球吸引力。“上海可以在文化领域重点培育和发展有世界影响力的品牌演出、博物馆藏品展出、世界级节庆活动以及电影、文创、动漫、游戏、交互艺术、微短剧等创新文化产业，打造全球文化消费高地。”

## 打通全产业链发展

长汪泓提出，从船上到岸上，上海应进一步打通“邮轮+”全产业链发展。“上海邮轮旅游市场60%的供给仍然依赖外籍邮轮，缺乏强有力的本土邮轮船队，导致邮轮经济贡献外流，对本地经济拉动不足，必须通过系统性

## 邮轮经济驱动

政策创新为本土邮轮发展松绑，为中国邮轮经济提供源源不断的动力。”

她建议，上海市商务委等部门可以聚焦邮轮物资供应链，建设综合型邮轮物资供应补给基地。对标迈阿密、劳德代尔堡等著名港口城

市，以建设亚洲邮轮船供中心为目标，力争在未来3年内将在上海采购的物资占所有船供价值的20%以上，种类逐步延伸到船舶配件与设备、奢侈品、技术与娱乐系统等高附加值产品。同时推动邮轮港进出境免税店建设，进一步扩大免税店商品种类、提升吸引力，打造成全国邮轮港进出境免税店的示范样板，发展邮轮港区夜间经济，打响邮轮母港购物品牌。

## 优化消费券发放策略

范围，除日常的餐饮消费、旅游住宿，把更多消费领域囊括进来。此外，目前的消费券发放采取“先到先得”模式，像手速不够快的老年人，或者有实际需求但一时没有空暇的人群不容易拿到消费券，限制了受

## 挖掘内需潜力

惠群体，建议调整发券模式，吸引更多消费者参与。在沪全国政协委员、上海市总商会副会长、上海来伊份股份有限公司总裁郁瑞芬也建议优化上海消费券发放策略，精准定位消费人群，并且创新消费券形式，

增强吸引力与灵活性，并且要优化线上线下资源，方便银发群体获取。

市政协委员叶永明则表示，今年国家将实施提振消费专项行动，建议上海积极承接消费品以旧换新政策叠加效应，适时出台上海地方配套政策，全力推动家电、家居、家装、汽车、适老化产品、电子产品等商品销售实现更大增长。