



新消费 申活力

街区观察

自上月以来引发潮人和迪士尼粉丝竞相打卡的巨型“祈愿米奇”还没离开西岸梦中心筒仓,毗邻的西岸穹顶艺术中心及周边昨起又迎来国内最大规模的“骑行+户外”融合理念嘉年华“LOOFER 西岸·骑行×户外·大赏”。主办方之一的飓风集团中国区市场经理刘诗雨表示,“国内目前找不到比西岸更适合举办 FISE 嘉年华的场地, FISE 与西岸有一场双向奔赴的‘十年之约’”。继去年 10 月举办 FISE 极限运动世界巡回赛上海站大获成功后,今年 10 月不仅将继续举办第二届 FISE, 更将增加夜场和比赛项目, 让徐汇滨江这一充满蓬勃活力的“潮街区”更加缤纷多彩。

“潮街区”消费场景丰富

一年前,上海文旅、商务、体育等部门深化合作,联合印发《上海市进一步促进商旅文体展联动吸引扩大消费的若干措施》,聚焦高能级、高品质、高流量的重大节庆、赛事、展览等活动资源,推动多业态复合跨界、多活动互嵌导流,丰富消费场景。

在促进文旅商体展融合发展的过程中,徐汇滨江拥有得天独厚的资源禀赋。在西岸早已成势的浓厚体育氛围,成为独特的文化 IP;被称为“打工人的午睡宝地”的网红“阶梯草坡”,让西岸的 Chill(松弛感)一夜出圈;相继开业的西岸梦中心、西岸大剧院、徐汇滨江逸扉酒店毗邻而居,再加上适合举办体育、休闲、文艺等各类展览和市集活动的户外广场,以及久负盛名的“美术馆大道”,共同构成文旅商体展 5 大要素交融而生的“黄金岸线”,足以吸引全球最大的极限运动世界巡回赛 FISE 等重量级“节展赛会”慕名而来。

据刘诗雨介绍,去年 10 月的 FISE 尽管是第一次在西岸举办,7 万余平方米的面积仍吸引了 39 个国家和地区的 500 余名全球



FISE 嘉年华与西岸有一场双向奔赴的“十年之约”

受访者供图

极限运动员,观众超 5 万人。今年 10 月即将举办的第二届 FISE 将增设极限人字坡挑战赛、户外攀岩赛两个重磅项目,并根据上海市民的休闲娱乐习惯,增设夜场,拉动夜间经济。

“五一”客流增长近六成

上海作为全球城市,要打造成为中国人出境旅游第一站、都市旅游首选地、文旅深度融合示范区,不仅需要聚力本地特色,更要整合全球高级生产要素,吸引顶级的文旅商体展机构,这一点,徐汇滨江也具有得天独厚的“磁场”。

近几年来,西岸人工智能产业发展迅

速,越来越多的“大厂”和“独角兽”落户徐汇滨江,“模速空间”大模型创新生态社区更是备受全国乃至全球瞩目。越来越旺的人气是徐汇滨江发展街区商业的底气,从南浦车站旁的西岸金融城“西岸中环”综合体,到传媒港花园里、西岸梦中心,商业体的消费客流逐渐上升。

记者从西岸开发集团商业管理有限公司了解到,今年“五一”假期前后,第三届西岸国际咖啡生活节、MOREPRK 城市动能场、爵士春天音乐节、URDU“WISHER 祈愿之旅”中国内地首站、Hello Kitty×BEAST 野兽派联名周末花市、兰蔻 IDÔLE“是我”主题体验空间、雷朋红立方快闪、CHARLEA &

突出水岸联动 聚焦新兴运动

徐汇滨江打造文旅商体展“黄金岸线”

KEITH 夏日水果屋快闪等活动相继举办,更为徐汇滨江带来了持续的爆棚人气。据统计,“五一”假期中,徐汇滨江公共开放空间共接待游客 41.4 万人次,较去年同期的 26.4 万人次增长了 56.5%。

活力滨江掀户外运动潮流

昨天,国内最大规模“骑行+户外”融合嘉年华“LOOFER 大赏”在西岸穹顶艺术中心及户外广场冒雨开幕,时间持续三天。这一集结都市运动、专业装备、生活方式三者的国内首个“骑行+户外”融合场景,涵盖 FISE 极限运动高能表演、RE 而意西岸自行车生活节、OIDE 户外创新与设计大赏等三大板块。本周末,雨止风小,预计将吸引喜欢运动和户外的年轻人来体验这场专门为他们举办的潮流活动。

主办方之一的“RE 而意”是一家以自行车为主题的生活方式新锐品牌,在相距不远的西岸中环就有一家门店。创始人罗园说,徐汇滨江是户外爱好者的骑行胜地,在这里开展自行车生活节与自然人文环境完美契合,因此,“RE 而意”携手 LOOFER 及 70 余家知名品牌打造西岸自行车生活节,将举办趣味骑行比赛、骑行主题秀场、热力瑜伽、都市田园驿站、环保 WORKSHOP、骑行主题摄影展等活动。

端午假期,徐汇滨江将迎来银盐复古市集·上海站,此外,还有许多知名运动品牌的“首发首秀”活动也把这里作为首选地,让徐汇滨江成了“体育+”创新实践和都市运动理念的试验场,也成了多元场景汇聚的活力枢纽、文旅商体展融合发展的活力引擎。下一步,西岸还将南拓,建设全国规格最高的极限运动场地——FISEHOOD 极限运动公园,结合“水岸联动”优势,聚焦新兴运动,打造具有国际影响力的体育文化休闲胜地。

本报记者 孙云

上海新人喜欢怎样的婚礼

消保委调查结果:户外婚礼成顶流, AI 助手成新宠

上海甜蜜经济(涵盖婚庆、旅游、餐饮、文化创意等领域)正呈现多元化、品质化发展趋势。为精准把握消费者需求、挖掘新兴消费场景、优化行业服务供给,虹口区消保委(市消保委健康消费办)近日开展了针对 2000 余位消费者的甜蜜经济消费需求调查,揭示当代年轻人在婚礼消费方面的行为特点、消费需求以及消费困扰。

看重浪漫自然氛围

本次调查中,男性占比 55.44%,略高于女性,打破了“甜蜜消费由女性主导”的传统印象。在预算方面,44.11%的新人总预算集中在 5 万—10 万元,显示出理性消费与品质追求的平衡。

在婚礼形式方面,38.18%的新人首选户外草坪/海岛婚礼,浪漫自然的氛围压过传统酒店宴会(34.47%),此外主题沉浸式婚礼

(20.13%)也逐渐崭露头角。

在策划公司的选择上,新人最看重预算控制能力(53.12%)和全流程数字化管理(41.44%),创意案例(38.97%)与应急保障(21.46%)次之,体现出对“性价比+科技感”的双重需求。

42.83%的新人要求司仪熟悉本地习俗,40.50%看重控场及应变能力,个性化风格(34.12%)与新人之间的充分沟通(31.11%)也不容忽视。

VR 预演 AI 助手介入

在创新服务方面,VR 场景预演以 4.54 分(满分 5 分)成为新人最感兴趣的创新服务,71.12%的受访者给予 4—5 分的好评,沉浸式体验颠覆传统筹备模式。AI 技术也成为新宠,50.1%的新人希望引入虚拟形象婚礼助手,42.93%期待大数据匹配服务商,智能预算

分配(33.48%)和情感数字化存储(18.3%)也进入视野,科技正重塑婚礼体验。

在婚宴中,近半数新人(49.31%)将食材品质与安全性列为首要考量,远超菜品创意(24.68%)和氛围营造(22.26%);每桌预算集中在 3000—5000 元(41.44%),兼顾体面与务实。

蜜月旅行方面,34.47%偏爱海外浪漫海岛,27.25%钟情国内小众目的地,21.51%选择文化深度游;40.65%最期待当地文化体验课程,私密性保障(32.29%)和旅拍服务(18.25%)紧随其后,彰显“体验型消费”趋势。

限时优惠影响决策

调查中,也发现了“甜蜜经济”的消费痛点与服务缺口。42.04%的新人呼吁提升价格透明度,35.66%关注服务质量稳定性,流程设计(12.76%)和科技应用(9.3%)也仍有优化空间。同时,49.36%的新人期待宠物参与婚

礼,婚前心理咨询(40.31%)和单身派对策划(36.84%)也呼声较高,银发族纪念日服务(13.45%)则反映出多元化需求。

调查发现,甜蜜消费群体在作决策时最易被限时优惠活动(49.06%)打动,而跨界联名(26.31%)与科技展示(15.23%)影响力较弱,凸显出“情感共鸣+性价比”的双重打动逻辑。有 54.2%的受访者依赖垂直类 App(如婚礼纪)来获取信息,43.13%通过社交平台 KOL 推荐,线下体验店(29.62%)和亲友推荐(10.68%)退居二线,数字化渠道已成主流。

对此,消保委建议,应瞄准“科技赋能+品质升级”共塑甜蜜经济新生态。商家应聚焦户外婚礼、VR 预演、AI 助手等创新服务,强化预算透明与流程数字化管理,开发新人 IP 手办、场景微缩模型等文创周边,满足个性化需求。

在行业规范方面,应加强婚宴食材安全监管,定期抽检公示。推动宠物友好、银发服务等细分领域标准化,填补服务缺口。

而在消费引导方面,新人可善用垂直 App 和 KOL 测评,优先选择具备预算把控能力与应急保障的策划团队,理性规划消费,让甜蜜时刻更安心难忘。

本报记者 金旻矣