



上海数字生活节80余场活动丰富多彩

线上线下消费融合 数字商圈体验升级

线下,120多个国内外品牌齐聚西岸新品市集,首发新品、国货精品和外贸优品一网打尽;线上,各大电商平台、直播平台推出年中购物盛典等一系列活动,让市民享受数字生活的便利。6月13日至6月27日,“2025上海数字生活节”将带来80余场线上线下促消费活动,开启盛夏时节的消费盛宴。

新场景激发消费活力

“2025上海数字生活节”作为上海市年度线上重点促消费活动,旨在通过购物、服务等多元化消费融合,场景创新,推动数字消费创新发展,进一步释放消费潜力,主要包括“2025新品进万家精品盛典”及“智享生活、外贸优品、品质直播、数字商圈、数字服务、数商兴农”等六大活动板块。

作为本次数字生活节的开篇大戏,6月13日至15日,“2025新品进万家精品盛典”在徐汇区西岸梦中心举行,线下市集开设台品甄选、网络新消费、汽车专区、文体健康等多个特色专区,通过线上线下联动的方式,让市民近距离感受新品的魅力。

记者在现场看到,120家多个国内外品牌携新品参展,包含台品甄选、美妆个护、国补3C数码、外贸优品、运动健康、精品咖啡、宠物潮玩、新能源汽车、音乐表演等12个分区,联动小红书笔记推广平台、抖音及B站内容分享平台,结合现场打卡互动、达人走播带货、品牌现场直播,同步联动天猫数字生活节专区展示市集品牌新品,多重联动为市民提供沉浸式购物体验。

在线上,数字生活节融入AI+消费、品质直播、即时零售等多样化消费新场

景,带来更丰富、多元、便捷的消费体验。淘宝、天猫、美团、得物围绕AI产品、家电以旧换新、国货潮品等推出超值购物优惠活动;拼多多、苏宁易购、i百联开设外贸优品专区,服装、数码、电器、家纺、美妆、运动、鞋包、食品等优质外贸商品。

相关服务升级:京东、饿了么推出外卖免单、抽奖、折扣等优惠,夜间专场延长配送时间,消夜美食满减优惠;叮咚买菜“江南水果节”抢“鲜”一步,百款国货地标鲜果产地直采。

乐享文娱票务,携程携手上海博物馆及全国文博景区,重磅推出“法老寻非遗”全国行;摩天轮举办“剧场生活节”推出演出票优惠券包,开设“云游沪上剧场”“剧场Citywalk路线”展示上海的文化旅游资源与缤纷玩法。还有大华虎城商圈标志性消费场景IP“大华夜巷”全面焕新,老上海风格融入数字赛博新元素,启幕“城中夏日汇”。

网络新消费增长迅猛

根据本市重点电子商务企业统计,今年1至5月,电子商务交易额达16394.3亿元,同比增长6.1%。网络购物交易额达7700.7亿元,同比增长10.4%。以电商平台为代表的在线新消费已是创新最活跃、增长最迅猛、辐射最广泛的领域之一,成为促进消费提质扩容的新渠道、新引擎。

在启动仪式上,上海市网商会发布了首批上海市共享直播间及“2024年度上海网络新消费品牌TOP50榜单”,并与徐汇区商务委就AI+电商签订了战略合作协议。上海市网商会长宋轶勤表示,本届品牌榜单中,品牌年销售超过亿元级别的占比

为86%;品牌年销售额超过10亿元的占比为20%,同比增长11%。品牌分布于运动服饰、美妆护肤、彩妆美容、食品饮料、居家日用、宠物乐活、个人护理、母婴健康等。这一分布格局表明,上海新消费市场仍以时尚消费和品质生活为主导,健康生活和居家消费等细分领域保持稳健的发展态势。

出海已成为网络新消费品牌的必选项。本届榜单中,出海品牌占比为56%,同比增长16.5%。渠道布局上,各品牌大多采取“线上优先、线下补充”的策略,通过跨境电商和独立站快速拓展,同时布局线下零售以增强信任度。品牌地域选择上,共建“一带一路”国家尤其是东南亚是品牌出海的首选,特别是高性价比的单品成为打开市场的关键。欧美成为品牌构建DTC(直接面向消费者)模式的主要地域。

此外,46%以上的上榜品牌已实现AI技术的深度应用,覆盖产品研发、智能营销、直播运营、客户服务及设计优化等多个业务场景。例如,Moody创新采用AI虚拟主播和智能互动系统,使直播间停留时长提升2.6倍,GMV(商品交易额)贡献率达28%。

“上海新消费品牌正从规模扩张转向价值深耕,通过核心技术研发、深度用户运营和文化赋能构建长期竞争力。”宋轶勤表示,品牌不再追逐流量红利,而是专注产品差异化、会员体系建设和价值观输出,实现可持续增长。这一转型标志着行业进入更成熟的发展阶段,头部品牌已开始通过自建实验室、私域运营等实践取得成效。“随着上海国际消费中心城市建设的深入推进,网络新消费品牌将继续发挥数字经济优势。” 本报记者 张钰芸

奋勇争先实干家



俞平在工作中

受访者供图

在宝山区顾村镇的一间工作室里,碎贝壳、晶体边角料在俞平手中化作璀璨“星河”。这位曾经的跨国公司高管,如今是上海漆器制作技艺与顾村俞氏百宝镶嵌第四代传承人。十余年来,他守住了祖传技艺,更用商业思维和科技创新,让这门始于明朝的古老工艺焕发出时代光彩。

传承绝学

2003年,国际贸易专业毕业的俞平进入外企。西装革履的他穿梭于全球展会,见识了各国顶尖工艺,心底却始终回荡着父亲工作室里雕刀与漆器的碰撞声。“那时全上海能独立完成百宝镶嵌的,只剩我父亲和几位老师傅。”俞平回忆道。

2013年的一天,当他发现90后同事连百宝镶嵌这个名词都没听说过时,毅然递交了辞呈。这个决定让亲友愕然。当时年薪数十万元的他,要回到月收入不足三千元的作坊。俞平带着现代管理理念回归,第一件事就是建立标准化工艺流程,将祖传的“心口相传”转化为可复制的技术档案。

在父亲俞升寿的严格指导下,他重学“俞氏三绝”:漆器胎体制作需经历72道工序;镶嵌材料切割误差不得超过0.1毫米;独创的“隐线法”让图案衔接天衣无缝。三年苦修后,当他的首件独立作品《白玉兰》被进博会收藏时,父亲说:“现在你是真正的传承人了。”

跨界创新

“科技不是取代手艺,而是解放创造力。”俞平算过账:用传统方法制作一个首饰盒需3个月,成本超万元;引入半自动化后周期缩短至2周,价格降至千元内。

2024年与芯飞睿科技的合作更带来突破。晶体切割废料经纳米镀膜处理后,呈现极光效果。这些“晶彩”系列作品在社交媒体引发热潮。星空胸针采用航天材料的边角料,在紫外线下变幻出星云效果;《量子之花》项链用芯片废料拼出抽象花卉,定价399元,供不应求。

2025年与首坤智能合作,让地方文化“活”起来。通过3D扫描92岁老人手绘的《顾村老街荻泾河风情图》,激光雕刻出0.01毫米精度的底稿,再以螺钿镶嵌呈现纹理。这件《幸福顾村》陈列于地铁15号线顾村公园站,每天上万人“走过看过”。

破圈传播

每周三,顾村社区学校的“非遗体验课”总是座无虚席。家庭主妇用鸡蛋壳拼贴出抽象画,小学生把奶茶里的椰果粒变成镶嵌材料。

他的传播版图不断拓展:在上海大学开设“非遗创新设计”课,学生作品已孵化出3个创业项目;在B站发布《百元玩转非遗》视频,单集播放量超50万;与奶茶品牌联名推出“镶嵌杯套”。他设计的“非遗盲盒”,在抖音收获2亿次播放;与游戏《原神》联动的角色徽章,预售当天即售完。

“接地气”传播带来很大收获——工作室收到上百份学徒申请,95后占比超70%。俞平正筹建“新匠人孵化器”,为学徒提供从技艺到电商运营的全链条培训。

非遗“活化”

2025年,俞平三件作品被进博会和上海档案馆永久收藏,其中,《石榴》运用最新的“动态镶嵌”技术——内置微型马达让宝石籽粒微微颤动,寓意“民族团结生生不息”。这个创意来自他带的00后学徒。担任顾村镇“城市文明市民发言人”后,俞平开创了“理论+体验”的宣讲模式。课堂上,他带着党员们用红玉髓镶嵌党徽,边做边讲“守正创新”的思想。

“俞平模式”引起学界关注:以商业化思维运营非遗IP,用科技创新降低参与门槛,借新媒体扩大传播声量。中国工艺美术协会评价其为“非遗活态传承的范本”。

本报记者 郭剑烽

“电影之城”开启高品质文化盛会

上海国际电影节金爵盛典举行,龚正宣布开幕

本报讯(记者 孙佳音)今年是世界电影诞生130周年,中国电影诞生120周年,第二十七届上海国际电影节金爵盛典昨晚在上海大剧院举行,全球电影追梦者汇聚中国电影发祥地上海。上海市委副书记、市长龚正宣布电影节开幕。中央广播电视总台副台长王晓真,上海市委常委、宣传部部长赵嘉鸣致辞。人民日报社副总编辑徐立京,新华社党组成员、秘书长徐玉长,上海市领导张全、金兴明,中宣部电影局主持日常工作的副局长毛羽出席。

此次金爵盛典以“遇见电影 遇见上海”为主题,通过短片《电影中的上海》《电影人物到上海》和交响合唱《渔光曲·银色的梦》,回望百余年间世界电影、中国电影的发展历程,以及电影与上海的不解之缘。本届电影节金爵奖主竞赛单元,以及亚洲新人、纪录片、动画片、短片等单元评委亮相,主竞赛单元评委会主席、意大利著名导演朱塞佩·托纳多雷代表评委会致辞。主竞赛单元12部入围影片在盛典上揭晓。《酱园弄·悬案》作为本届电影节开幕电影

在盛典后作世界首映。

上海国际电影节是我国唯一的国际A类电影节,本届上海国际电影节为期10天,荟萃全球400余部电影精品,放映约1500场,并将举行约100场主创见面会。本届电影节将继续搭建全球行业对话平台,通过金爵电影论坛、电影学堂、国际影视市场等活动,探讨进一步用银幕讲好中国故事,推动文明交流互鉴,以及通过“电影+”供给,加强文旅商体展联动融合,在“电影之城”上海呈现高品质文化盛会,充分展示“人民城市”文化魅力。

演线路也拓展到了五个新城。”

注重人才培养 扶持青年影人

人才,是推动电影发展的源动力,是点燃银幕奇迹的星星火种,是驱动产业巨轮破浪前行的关键引擎。市电影局与上海大学携手共建了上海电影发展研究院,开展多个惠及电影人才的活动,如打造“春苗”“起跑线”“上海归国影人培育基地”等,为产业持续提升核心创造力。此时此刻,被扶持的作家导演们正在阿那亚挑战用300小时完成个人首部短片制作,向着最终的电影创

作目标不断努力。

“今年,我们还将聚焦电影人才的多样性,精准发力,切实解决电影人才‘创作难、融资难、落地难’的核心问题。”刘祎呐介绍,正在火热进行中的“2025年起跑线计划”重点关注青年影人首部短片电影创作,将为优质的青年影人作品提供拍摄扶持、落地支持,辅助青年影人成功起跑;刚刚完成挂牌的“上海归国影人培育基地”聚焦归国影人文化语境交融、人脉资源整合的实际需求,将为他们搭建起探讨创作、交流合作的实体空间,打通“国际经验本土化”的最后一公里。

(上接第1版)

这一年,市电影局还联合猫眼、淘票票两次发放“乐影上海”电影消费券,总额达9000万元,不断带动观影热潮。“我们积极响应国家电影局‘中国电影消费年’号召,推出‘跟着电影品美食’‘跟着电影去旅游’等活动,大家在影院就能品尝到各式各样的上海老字号美食,也可以乘坐电影主题的爱达·魔都号邮轮出游,上海‘电影+消费’的场景创新永远在路上。”现场还公布了一组数据:“昨天在上海影城举办的《酱园弄·悬案》首映礼以57.8万元票房刷新了上海单场最高票房纪录,影片的路