

年终
观察本报记者 张钰芸
通讯员 闫锦

2025年的上海消费市场，藏着一张超给力的“快乐入场券”。

年初，贯穿全年的“乐·上海”服务消费券一出手，不仅激活了餐饮的烟火气、旅游的新鲜感，更拉满了文化体验与运动健身的活力值。

年中，各区纷纷跟上，因地制宜地推出各种“定制款”消费券，从黄金、美妆到服装，从白天到黑夜，织成了一张覆盖面超广的“消费福利网”，让市民实打实感受到“消费有券，快乐加分”。

年末，消费券力度不减、热度不降。沪上商业地标邀请市民游客一起跨年，千万消费券继续发放，让“买买买”的快乐从年尾的跨年狂欢直达新年的开门红。

这张小小的消费券，不只是提振消费的“关键一招”，更像一根纽带，串起了全城的消费活力，勾勒出热热闹闹的全域消费图景，为上海的消费市场注入了满满的元气！



■ 多种优惠促销手段刺激消费



■ 市民在新世界大九百货使用消费券结账



■ 市民在新雅使用消费券买东西

一券在手买买买
衣食住行玩都好用

“政府补贴+平台联动+商家让利”，“定制款”消费券撬动申城消费全年“长红”

“乐·上海”贯穿全年

服务消费带动商品消费成抓手

服务消费是上海消费市场提质升级的重要领域，也是带动商品消费的重要抓手。2025年，上海激发消费潜能的第一棒，率先指向受益面最大的服务类消费，以此提振市场消费信心，形成了“政府投入+市场让利+居民消费”的良性循环。

今年上海累计安排10亿元财政资金，用于发放“乐·上海”服务消费券，聚焦餐饮、旅游、文化、电影和体育五大领域。其中，餐饮消费券金额占比最高，达到7.1亿元，其次为旅游消费券，金额为1.7亿元。

“3月，我中了一张满500减180的‘乐品上海’消费券，一家三口去吃了一顿自助餐，很满足，等到10月又中了一张满1000减400的券。”今年以来，家住长宁路的王女士几乎次次不落餐饮消费券的报名摇号，还搜罗了不少用券攻略，力争用足优惠。

她告诉记者，第二次中的消费券金额较大，为此她在社交平台上搜罗了好几个方案。“先是看中了醉庐，准备和父母亲友一起聚餐，但临时安排有变，换到了下个月。消费券不等我，我赶紧调换新方案，带着儿子一起去了楼上吃火锅。这家店的人均消费超过了500元，我一直不舍得吃，放在收藏夹里很久了，有了消费券，冲起来就没有心理负担了。”

五角场的三号仓库门庭若市，打浦桥的和记小菜座无虚席，福州路上的杏花楼高峰期要翻几次台，费大厨上海多家门店一号难求，同时段取号等待就餐的人数多达百桌以上……在“乐品上海”餐饮消费券活动的助推下，上海餐饮业迎来了一轮又一轮的消费热潮，企业也借势推陈出新，降低餐鲜门槛，抓住更多新老客群。

数字中彰显获得感。市商务委表示，2025年“乐品上海”餐饮消费券累计超过770万人次参与核销，参与活动的

企业累计超过5600家、门店1.49万个，企业数量比去年活动增长31.9%。活动期间，家庭式、聚会式线下餐饮消费明显增加，参与企业线下营业额同比增长25%以上。再加上今年发放模式由去年的“抢券”调整为“摇号”，60岁以上群体占获券人数的比重较去年抢券模式提升了2个百分点。

同时，餐饮券带来的消费与其他领域形成跨领域联动，溢出效应明显。今年上半年，“乐影上海”电影消费券发放平台会同电商平台共同打造“跟着电影品美食、跟着电影去旅行”主题活动，消费者可领取上海地区美食、旅游、出行、门票等专属权益，拉动餐饮交易额超800万元，带动超140万人次观影、6800万元票房增量；“乐动上海”体育消费券发放平台会同中国银联开设“来沪动·品美食”专栏，消费者在核销的同时即可查阅场馆周边餐饮、住宿、电影等折扣优惠，共享折扣优惠金额超过7710万元。

今年下半年增设的“乐赏上海”文化消费券同样表现不俗。8月15日是首轮抢券的第一天，逾11万张消费券以“闪电速度”被抢空，更让剧场票房随之飙升。“多了一张消费券，让我更舍得为高价演出买单了。”市民张女士在云闪付成功抢到“满1000元减400元”消费券后，果断买下了法语音乐剧《罗密欧与朱丽叶》4排中间的“贵价票”，在上海文化广场温暖“罗米”的爱恨悲欢。

被称为当代青年“嘴替”的脱口秀，也能用消费券来买票。多语种脱口秀俱乐部Spicy Comedy的微信小程序数据显示，有将近25%的用户使用消费券来预订演出。Spicy Comedy总经理付宽宽表示，实实在在的价格优惠明显激发了观众购票热情，销售节奏也变快了，甚至不少离演出时间较远的场次，也因为消费券而被早早地预订。

“蹲点”接金 引爆热点

黄金消费券备受追捧成“顶流”

“上海放大招，发黄金消费券！”如果说2025年“乐·上海”服务消费券撬动了文旅商体展联动的消费热潮，那么满额即减的黄金消费券，更能直击消费者内心，瞬间点燃全民消费热情，成为备受追捧的“抢券顶流”。

今年5月17日至6月2日，黄浦区推出两轮“璀璨金喜大豫园”专用消费券活动，明确将黄金珠宝纳入使用范围，老凤祥、老庙、亚一、中国黄金、东华美钻等黄金珠宝领军品牌10家门店均参加活动，最高满10000元减1000元，成为上海首个针对性覆盖黄金消费的消费券活动。

“第一轮5秒抢光，第二轮更快了，只用了2秒。”豫园区域某品牌金店的工作人员告诉记者，两轮消费券发放当日，店门口就排起了长队，都是抢到消费券后第一时间来“扫货”的。消费券叠加金店当天的活动，每克至少便宜了150元。火爆的场景让人觉得有点魔幻。

据记者不完全统计，随后“徐家汇商圈精品消费券”、长宁区“时尚国潮”专项消费券、“乐购浦东”商圈精品零售消费券等，均将黄金珠宝品类纳入使用范围内，成为市民抢购的热门商品。

“全靠‘拼手速’‘做功课’，今年我抢到了八九张消费券，还发动全家人一起抢券，几乎都用来买了金珠、金条和金饰品。”市民郭女士今年在抢券消费上“薅足了羊毛”，她拿出自己的电子账本，向记者展示这一年的丰硕“战果”，上面记录了她使用消费券购买黄金的每一笔消费订单：2025年累计购入108.095克黄金，购入总价78473元，按黄金现价计算，这些黄金的预估收益已经达到3万余元。

“今年金价大涨，用消费券买黄金会划算很多，所以我时刻关注着上海各地

发放购物消费券的信息，每天设好闹钟‘蹲点’抢券，最多的时候一天抢到3张消费券，分别是10点发放的‘玩转杨数浦’消费券、11点发放的‘乐购浦东’商圈精品零售消费券和14点发放的‘长宁时尚国潮消费券’。”她说。

“抢得多了，也就有经验了。”郭女士告诉记者，像满10000元减1000元、满8000元减800元这类大额度的消费券，发放的数量少，竞争特别激烈，如果不同面额的消费券的换算折扣一致，中等面额的抢券成功率反而更高，更具有性价比。

“如果抢到的是大额度的消费券，我就去买金条，小面额的消费券则用来买小克重的金珠、金豆等。”她说，“我在淘宝上买了点福袋、福牌等小件金配饰，和金珠串在一起，给自己做了几条好看的手链。12月初，我还用攒下来的金珠和金条，通过黄金以旧换新的方式，在紫锦城换了一条6.5克重的六角雪花金项链，总共才补了280元。”

她说，每次抢券前，自己都会仔仔细细做攻略，提前了解清楚每种消费券的领取渠道、使用规则以及不同券面的发放数量，再从对应的可用商家中，挑选合适克重的黄金或金饰，这样的话抢到券后就能立马下单。

“像我这样用消费券买黄金的人特别多，8月8日我抢到了一张满8000元减800元的长宁时尚国潮消费券（黄金珠宝类），长宁区支持使用黄金珠宝券的商户不到20家，其中只有汇金百货的一家金店有10克金条，刚好能凑满8000元的消费额度，我赶紧联系店员预订购买，第二天去店里取货的时候，得知其余10克金条的库存昨天就被全卖光了。”

“三券叠加”优惠拉满

一张消费券买遍南京路

2025年的最后一天，跨年冷空气已经就位。冒着寒风，数百位市民一大早就等候在新世界城和新世界新丸中心的门口，只为抢到一张消费券。

作为上海商业年度压轴大戏，“南京路和你一起迎新”活动再次启动，第一轮消费券昨天在抖音发放，仅用25秒，“550元团800元”的大额券就售罄；“200元团300元”的小额券售罄也只用了28秒。第二轮的1000张消费券则在线下排队领取，当天就能在两大百货使用。

“南京路步行街消费券到手！”记者在社交平台上看到，不少消费者蹲点守候，激情抢券，甚至都没有想好怎么用。“不知道买啥，蹲一个优秀作业。”评论区出主意的人也不少，黄金饰品、美妆、手机、羽绒服等商品的呼声都很高，也有“吃货”建议来一顿“漂亮饭”，毕竟南京路上的网红餐厅也不少。

今年迎来开业30周年的新世界城，则提供了“史无前例”的“三券叠加”优惠玩法，就等“满级选手”出现了。“支付宝上抢‘黄浦区元旦专项消费券’，在抖音平台或线下排队，抢南京路步行街千万消费券’，还有在新世界城微信小程序上抢‘新世界城专属消费券’，如果这三张券全部抢到，就能在商场收银台叠加使用，在商品折扣价的基础上继续优惠。”新世界城副总经理李蔚说，三张消费券形成了罕见的政企联动加倍补贴效应，让利幅度空前。

“在消费市场日益理性化的当下，我们希望用‘真优惠’表达‘真心意’。”他告诉记者，今年以来，多轮消费券的带动效应明显，以黄金珠宝区域为例，9月至11月的销售额达到8197万元，同比增长了102.2%，餐饮类商户整体销售同比去年则增长了8%。”我们很明显地感受到，消费券的带动作用非常强。今年10月，黄浦区发放夜间专用消费券，只

能在21时之后使用，临近节点，收银台前就排起了长队，几乎全部是有券一族。”

而对于“中华商业第一街”来说，千万消费券不仅撬动了迎新消费，还联动了步行街上的百货、老字号、品牌企业，让“一张消费券买遍南京路”成为现实。上海南京路步行街投资发展有限公司副总经理任竹逸表示，早在2021年，南京路步行街就领风气之先，推出“千万消费券”活动，经过四年的积累，参与活动的商户从30多家增加到80多家，将传统商业历来“单兵作战”的模式，以消费券为载体，逐渐升级成街区全域、全业态营销。

“通过数字化工具，我们打破了业态的壁垒，串联起老字号底蕴与新消费潮流。”她告诉记者，一张消费券的背后，是数字技术的不断迭代，以及大数据复盘后的精细化调整。“支付宝的消费券功能，是与南步街合作之后才开发出来的，首次做到了南步街发券、品牌商户核销的效果，让消费者能够无感用券。同时，每一次消费券后，我们都会复盘，根据核销效果去设计下一次的券面额度，最大程度地提供有竞争力的优惠力度。”

回顾历年数据，南步街消费券的拉动效应显著。2021年年末，该活动共发放7万张消费券，整体核销率超80%；2022年年末，共发放3万张消费券，平均核销率超80%，其中大额券核销率更是超90%；2023年年末，共发放4.8万张消费券，开售不到1分半即“抢购一空”，核销率高达82.82%，参与商场、商户达60家，商圈销售额同比增长52.6%，商圈消费金额同比上升14.8%，消费人次同比上升11.5%，客单价与消费转化率均上升。

“岁末年初的南京路步行街是属于上海人的。”任竹逸希望，借助“千万消费券”的影响力，把南京路好买好逛、优惠热闹传到全国各地，希望更多外地消费者在春节期间来到南京路，把新春消费的体量做得更大。



◀ 一位市民上午抽到黄浦区750元消费券

▲ 市民今天一早在新世界商城门口排队领取消费券

本版摄影 本报记者 陈梦泽

各出奇招 精准赋能

差异化设计匹配多元需求

年末回望2025年上海消费市场，各区为拉动消费各出妙招，掀起多波消费热潮。从浦东住宿补贴、静安夜间福利，到徐汇光影节配套券、闵行全品类红包，这些消费券精准覆盖餐饮、零售、文旅等多元领域，从“简单补贴”升级为“精准赋能”，通过差异化设计匹配多元需求，推动消费结构升级。

记者梳理各区全年推出的消费券活动后发现，不少创新玩法让人眼前一亮。夜间消费赋能是核心方向之一，通过时段限定撬动夜经济活力。静安区跨年推出“碰见夜静安”夜间消费券，限定18:00—24:00使用，支付宝“碰一下”即可满减，联动张园、南京西路等核心商圈；徐汇区“中夜深折”券精准锁定22:00至次日凌晨2:00核销，借上海国际光影节实现光影与消费双向赋能；黄浦推出夜间打车五折券，打通夜间消费“最后一公里”。

针对年轻群体，不少区消费券实现精准破圈。杨浦区推出二次元专项券，覆盖动漫周边、主题餐饮等场景，联动五角场潮流门店触达Z世代，动漫周边、主题餐饮和电竞体验成为最受欢迎的消费类别；黄浦区的南京路步行街消费券兼顾潮流与老字号，千万消费券既能在线上抢购，也能在线下排队获取。全品类覆盖的普惠型券种同样受欢迎，闵行“春申美好福利券”覆盖区内25个商业体的600余个商户以及160余家酒店、电影院、体育用品、休闲娱乐、美妆护肤、服装鞋帽、茶饮饮品、商超、汽车后市场、住宿及观影等均能使用。

发放模式创新也降低了消费门槛，提升便捷度。静安区在今年9月发布“静安GO消费手环”，消费者“碰一碰”即可快速了解区内各大商圈的活动内容、商户优惠等动态，并与支付宝平台合作推出“静安GO手环专属优惠券”。文旅商体展融合则拓展了消费场景，浦东住宿券覆盖国际旅游度假区周边酒店，联动迪士尼吸引外地游客，国际旅游度假区“梦享券”申领对象面向全国各地来度假区的游客和消费者，包括“零售和餐饮消费券”、“乐园消费券”、“酒店消费券”三大类。

“青浦的探索同样亮眼。百联青浦特莱斯副总经理殷勤表示，企业将区域消费券与商场优惠、品牌折扣叠加形成三重福利，还以“商旅文融合+票根经济”打造微度假场景，实现“赛场热度”向“消费增量”转化。她所提到的区域消费券就是

10月31日上线的青浦区“六业”融合消费券，再叠加百联股份同步发放的全场通用优惠券和品牌自有折扣，带动奥莱11月的客流量和销售量均有两位数的增长。

消费券拉动效应显著，不仅让市民得实惠，更激活区域活力。上海社会科学院应用经济研究所研究员曹伟遐指出，上海各区消费券跳出了“撒胡椒面”式的普惠发放，转向特定客群和场景的精准化设计，这种“精准滴灌”模式，能让政策红利更高效触达目标群体，资金撬动比显著优于传统补贴，早期数据显示上海消费券资金撬动比已达约5.1。

针对未来放大消费券红利，曹伟遐建议继续拓展消费券的覆盖范围，将政策红利延伸到更广阔的消费场景，例如推出针对性的“交通优惠券”，或者发行“文创产品券”或“上海特色伴手礼券”，促进相关产业发展。

东方金诚首席宏观分析师王青则提出，可强化“政府补贴+平台联动+商家让利”的三方合力，将消费券与常态化促消费活动结合，避免短期刺激效应消退，构建长效促消费机制。此外，专家还建议优化数字赋能手段，试点数字人民币发放消费券，进一步提升核销效率与用户体验，同时建立更精准的效果评估体系，根据不同区域消费特点，动态调整券种面额与使用规则。

随着新年节日氛围日渐浓郁，上海“跨年迎新季”拉开帷幕，从即日起持续至明年3月3日，而消费券依旧是“重头戏”。在昨日下午举行的市政府新闻发布会上，市商务委副主任刘敏介绍，元旦春节期间，本市的陆家嘴、南京西路、南京东路、徐家汇、五角场等12个重点商圈，属地区政府将投入财政资金超9000万元，发放商圈零售餐饮消费券、开展满减及抽奖活动。

其中，浦东新区开展“消费满千元、金条带回家”消费抽奖活动，覆盖陆家嘴、前滩、世博、金桥等商圈。静安区开展“消费满减”活动，覆盖南京西路、苏河湾、大宁商圈1200多家商户。黄浦区开展“春归黄浦·迎新有礼”活动，覆盖南京路、淮海中路、豫园等重点商圈近200家餐饮和零售商户。杨浦区聚焦餐饮、零售企业，3C数码等，发放“玩转杨数浦”新年季消费券。徐汇区开展“迎新纳福 金喜连连”活动，发放满减消费券并抽取品牌金豆等。