

上海旅游产业博览会月底亮相

打造『百业+旅游』新业态

本报讯(记者 杨玉红) 3月29日至4月3日,2026上海旅游产业博览会将在上海三大核心展馆联动举办,覆盖“吃、住、行、游、购、娱”全旅游产业要素。6000多家展商将携十万计新品亮相,通过产业链创新推动文旅消费场景革新,预计吸引45万海内外观众参与。

本届展会采用“一核多点”布局,三大展馆分别聚焦不同消费场景,打造“主客共享”的文旅交流平台。

3月29日-31日,上海世博展览馆的展览主攻“行、游、娱”场景。升级后的“上海国际公务艇展”为海事、救援等领域公务船艇搭建全产业链平台;“全国自驾游标杆县特展”提供旅游招商对接;“TRIP品质旅游礼品节”串联非遗、文创、特色食品等资源;MCW上海美陈展以“让场景有爱(AI)”为主题,覆盖城市更新、乡村振兴等多元场景;路亚钓鱼展、精品钓具展则推广钓鱼主题生活方式等。

3月30日-4月2日,国家会展中心(上海)的展览深耕“吃”场景创新。“全球风味CHA饮文化节”“世界咖啡风味地图”推动“茶+旅游”“咖啡+旅游”融合;“公平田野市集”助力“乡村振兴+旅游”;高端食材展、巧克力糖果展、面包节等覆盖餐饮全产业链,“快闪空间”形式的酒吧生态展与咖啡文化节将带来沉浸式体验。

3月31日-4月3日,上海新国际博览中心的展览聚焦“住、购”消费升级。“爱宠奇妙之旅特展”搭建“人宠共居”B2B生态平台;“非凡酒店设计特展”实现高端建材与酒店采购精准对接;“香息疗愈场”探索嗅觉经济创新;酒店艺术插花、智能睡眠样板间等展区,实景呈现品质住宿新趋势。

作为文旅科技成果转化核心平台,本届展会集中展示酒店机器人、新能源游艇、智能中央厨房等前沿产品,并特设多个技术应用展区:“上海国际建筑节”聚焦绿色智建;“PLC集成解决方案展”展示“电线变网线”黑科技;洗涤设备展、央厨集成展完善全产业链布局。

据悉,历经5年发展,上海旅游产业博览会累计吸引164.3万观众,带动餐饮、住宿、交通等消费超38亿元。本届展会将以更丰富的创新场景、更深度的产业对接、更优质的现场体验,推动“旅游+百业”深度融合,持续激活城市文旅与多元产业的共生发展。

赏春花



顾村公园内的部分樱花已进入盛花期,吸引游人拍照打卡 本报记者 陈梦泽 摄

宝山顾村公园

樱花节下周启幕

本报讯(记者 郭剑烽)2026上海樱花节将于3月9日至4月9日举行。本届樱花节以“海上樱缘,繁花似锦”为主题,首创“景随花移”夜间赏樱模式,并推出升级版“赏樱护照”,为市民游客打造全时段、多场景的春日体验。

经过十六载匠心营造,顾村公园内16000余株樱花汇成1600余亩壮丽花海。今年,公园创新推出“景随花移”夜樱模式:3月9日至20日,早樱盛放区(三号门)夜间开放至21:30;3月21日至4月9日,夜樱主场转移至中晚樱区(二号门)。

闵行浦江郊野公园

『小王子』将现身

本报讯(记者 金旻矣)小王子和他的B612星球,将出现在闵行浦江郊野公园内的上海奇迹花园。本周五起至6月8日,上海奇迹花园将进入为期三个月的“春日花期”,以“爱与花的奇迹”为主题,携手经典童话IP“小王子”呈现春日盛景。

作为2026上海国际花卉节重点展馆,上海奇迹花园也将展出来自全球的30余万株各类花卉,实现“月月有主题、次次景不同”的持续观赏体验。3月,16万株郁金香花海交织成大地彩虹;4月,紫藤垂帘漫花堤,各色月季缠绕成唯美拱门;5-6月,蓝、粉、绿等多色绣球如云似雾,绽放出绚烂花海。

闹元宵

机器人闻歌起舞



昨天,一年一度的杨浦区环同济“元宵行街会”如期而至,机器人和机器狗闻歌起舞,浓浓的科技感成为本届元宵行街会最大亮点。

本报记者 刘歆 孙云 摄影报道

瀛洲百戏大巡游



昨天,“瀛洲焕彩闹元宵”在崇明上演。本次活动以“非遗焕新·瀛洲百戏”为主线,将元宵赏灯民俗与沉浸式体验融合,其中重点大戏为“瀛洲百戏”元宵主题大巡游。

本报记者 徐程 解敏 实习生 张潇 摄影报道

豫园 36天盛宴收官

元宵节,豫园灯会游客如织。至此,为期36天的2026上海豫园灯会圆满收官。本报记者 周馨 摄影报道



淮海路上这家标志性门店将说再见

MUJI无印良品淮海755店月底闭店,寻找合适新店址提上议程

3月31日,陪伴上海消费者十年的MUJI无印良品上海淮海755世界旗舰店将正式闭店。今天上午,写着“再见在见”的大幅海报已经挂上门头。记者也与MUJI确认,这座承载着无数人生活记忆的城市地标即将落幕,常规闭店特惠活动同步开启。

新城市旗舰店 将亮相徐家汇商圈

作为MUJI进入中国市场后极具标志性的门店之一,MUJI上海淮海755世界旗舰店为何说再见?

“尽管充满不舍,淮海755世界旗舰店的关闭是一个正常的商业决定。”MUJI无印良品品牌沟通部高级部长刘璟文在接受记者采访时表示,作为层级最高的“世界旗舰店”,淮海755世界旗舰店自2015年开业以来,经营业绩在全国名列前茅。而此次闭店,也不会影响MUJI在中国大陆、在上海的投资与

发展。 “截至2025年11月,MUJI在中国大陆有426家门店,其中超过50家在上海。可以说,上海是MUJI门店密度最高的中国城市。”刘璟文说,在淮海755世界旗舰店关闭后,消费者步行约600米可达环贸广场店,不到1公里即是新天地广场店,购物需求、售后服务均可就近满足。

他同时透露,今年4月底,又一家MUJI城市旗舰店将在徐家汇商圈的新六百亮相。这不仅是一家经营面积为3000多平方米的两层临街主力店,其店铺设计也将融入更多上海本土元素。“加上百联ZX

造趣场店和前滩太古里店,届时上海将拥有3家城市旗舰店。”

新的世界旗舰店 项目正在推进

而在此次淮海755店关闭后,寻找合适的新店址也被提上议程。“上海是MUJI进入中国大陆市场的第一站,也是我们总部的所在地。”刘璟文说,可以确认的是,在上海再开一家世界旗舰店,是MUJI中国正在重点推进的项目之一,“希望在不久的将来,能与大家分享新店信息”。

据介绍,在中国大陆市场,MUJI将继续坚持大店策略,“计划

每年新增约40家门店,深耕一、二线城市,兼具规模与质量。”刘璟文表示,在今年8月底之前,MUJI将

再开出3家城市旗舰店,其中就包括4月底开业的上海新六百店。

本报记者 张钰芸 通讯员 代杨龙

新闻链接

开业盛况空前人气超高

2015年12月12日,作为MUJI当时在中国大陆规模最大的旗舰店,MUJI上海淮海755世界旗舰店正式开业。彼时的盛况不仅刷新了该品牌在华开业纪录,更成为当时上海商业市场的一大焦点。

该店以3438平方米的超大空间,占据淮海中路核心商圈的黄金位置,同时承载着品牌多重创新探

索,集中落地了多个“首次”,为淮海中路商业版图增添了浓墨重彩的一笔。

2017年,全球首家MUJI Diner在三楼开业,落地玻璃窗前可直面淮海路街景,将餐饮体验与城市景观完美结合,迅速成为市民游客热门打卡地,进一步巩固了其作为高品质生活方式地标的地位。