



花乐同享

「前滩音乐节」年度首秀与花卉节深层次联动

打造「全家都爱看的演唱会」

现场观众最小2岁、最大85岁,打造“全家都爱看的演唱会”。昨晚,“前滩音乐节”年度首秀演出“星花怒放 同忆首歌——前滩群星演唱会”在前滩体育公园倾情开唱,并与同期举办、咫尺相邻的2026上海国际花卉节浦东分会场深度联动,让观众一步踏入“春日繁花+经典旋律”的双重美好。

这场演出,既是上海中心城区首个常态化运营的3万到5万人级大型户外演出场地的本年度首秀,也拉开了“前滩音乐节”新一季演出的大幕。

全龄同唱 共赴一段时光之旅

作为“前滩音乐节”的2026年度首秀,“星花怒放 同忆首歌——前滩群星演唱会”在节目策划、舞台呈现、观众体验、场地管理、服务配套、交通调度等方面,实现了全方位升级。

记者了解到,在观众构成方面,现场最小2岁、最大85岁,打造了一场“全家都爱看的演唱会”。演出以覆盖全年龄段的华语乐坛全景阵容,通过“青春记忆—当下热爱—城市新生”三大篇章,带领观众完成一场兼具情感浓度与艺术张力的沉浸式“时光之旅”。蔡琴、李克勤、黄绮珊以穿越时代的金声,唤醒岁月深处的记忆;毛不易、林宥嘉、王赫野以深入人心的创作与演绎,成为连接都市心灵的情感纽带;周震南、女团NAME、王诗安则以鲜活的舞台表现力与细腻的音乐表达,为现场注入青春气息与时代活力。

在舞台呈现方面,演出将经典与科技交融。舞台正中央,一名“东方少女”——名为“小忆”的数字舞台智能体惊艳亮相。该形象由“同忆首歌”节目组联合顶尖AI实验室共同孵化,“她”在舞台中央打碟、唱歌、跳舞、主持,引导全场观众举起手中的荧光棒或手机,实现光影同频共振。

在配套服务保障方面,浦东相关部门、属地三林镇和区域运营主体陆家嘴集团,紧密协作、跨前一步、联动作为。场内增设出入口指示牌、游园须知指示牌和信息发布显示屏,外围区域增加重点标识、发光灯牌,周边市集、志愿服务等也进一步细化完善等。

票根联动 商圈优惠再次升级

演出当天,恰逢2026上海国际花卉节浦东前滩分会场举办期间,通过将演艺场景与赏花动线无缝打通,观众从抵达前滩那一刻起,便踏上了别样的春日体验。

前滩商户也做足准备,接住这波“泼天富贵”。晶耀前滩餐饮商户“鹅岛精酿啤酒餐吧”早早协调了备货,比平时足足增加60%。店长谢宏峰介绍,“去年12月7日前滩音乐节,店里来了不少年轻客人,于是今年我们果断参与票根联动,提供套餐优惠。”前滩公园巷餐饮商户“ibarel爱杯”店长姜剑,也协调好了人手:前厅增至五六人、后厨增至六七人,总人数比平时几乎翻倍。

本次前滩群星演唱会,前滩太古里、晶耀前滩、前滩公园巷、陆悦广场的90余家前滩核心商圈商户推出专属消费礼遇。演出散场后,多家人气餐厅将特别延时营业至当天23:00至次日凌晨2:00。

多元融合 激发消费蓬勃活力

前滩音乐节所在的世博前滩区域是浦东新消费的重要增长极,今年以来,结合各类文体赛事和节展活动,持续激发消费蓬勃活力。2026上海国际花卉节浦东分会场4月18日开幕当天,前滩区域的晶耀前滩与前滩公园巷客流合计达33.69万人次;前滩公园巷销售额同比提升83%,晶耀前滩销售额同比提升31%。此外,陆家嘴、张江、花木、金桥等核心区域,联动全区12家商业体、N个公园赏花点,大型园艺装置、限定花语产品、鲜花主题市集等轮番登场……美景与消费双向奔赴,助推浦东春日经济不断升温。

随着第七届上海“五五购物节”于4月30日正式启动,结合前滩音乐节等系列活动,“浦东嘉年华—购物狂欢季”推出更多促消费举措。浦东将发放2000万元“乐购浦东”消费券。一批新的潮玩地标也纷纷登场,为市民提供更多元的消费场景。

演唱会被称为“行走的GDP”,业界学者常用1:4.8的黄金比例来形容演唱会经济对城市相关产业消费增长的强大带动力。记者了解到,随着“前滩音乐节”IP的持续打响,一批重量级演出项目正蓄势待发,将陆续亮相前滩体育公园。 本报记者 宋宁华

600平方米“海上花市”汇聚中外花卉 首个黄浦江上花市亮相北外滩

本报讯(记者 李一能)昨晚,2026虹口区花卉节在北外滩国客中心正式开幕。现场花柱与滨江多块大屏光影联动,花艺交融江景,绘就北外滩春日夜景画卷。

本届花卉节以“海上花开,马上精彩”为主题,活动持续至5月24日,为期30天,汇聚花艺展览、江上花市、春日市集、文艺演出等多元内容,打造沉浸式春日文旅盛宴。

本次活动的最大亮点,是推出上海首个黄浦江上花市。600平方米的“海上花市”汇聚时令鲜花绿植与异域花卉,除了售卖日常鲜花绿植外,还有“一带一路”主题花艺展陈里的同款异域花卉。“海上花市”于4月25日—26日及4月30日—5月4日每日10:30—21:00开

放,市民游客可以通过小程序预约进入。

依托“一带一路”主题,北外滩滨江打造特色花艺长廊,串联海事塔、小巨蛋等多处打卡点,融合多国特色花卉与地域风情,一步一景展现丝路文化韵味。

此外,系列特色活动轮番上线。5月两个周末,滨江将开启春日生活市集,集结文创、轻食、绿植好物,融入嘉定药斑布非遗体验与手作工坊。码头区域还将推出音乐会、花神巡游、随机舞蹈等演出,互动氛围感十足。

活动同步推出打卡福利,市民现场打卡可领取鲜花与限定明信片,凭券可在虹口多个商圈享受消费优惠,以花为纽带拉动文商旅融合发展。

海派重逢



■ 新店融入上海老洋房花窗元素 陈梦泽 摄

MUJI上海新六百YOUNG城市旗舰店接续城市记忆

“再见,在见”后 满是上海味道

MUJI 無印良品在上海迎来全新城市旗舰店。昨天,位于徐家汇的MUJI上海新六百YOUNG城市旗舰店正式启幕,从门店设计中的上海老洋房花窗元素,到MUJI Diner限定的葱油意面、腌笃鲜,上海的人文与风物融入这家新店之中,架起一座连接城市记忆与当代生活方式的桥梁。

今年3月,运营超过10年的上海淮海755世界旗舰店结束运营,一句“再见,在见”的温情告别,在社交平台引发广泛共鸣,不少消费者纷纷留言表达不舍与怀念。因此,MUJI上海新六百YOUNG城市旗舰店开业后,吸引了不少市民一早赶来打卡。

“在上海、在徐家汇,有传承已久的商业底蕴,更有面向未来的蓬勃生机,”MUJI中国总经理兼董事长堀口健太表示,“MUJI来到上海二十余年,与这座城市一起生长。新六百YOUNG是MUJI在上海的第三家城市旗舰店,希望通过丰富的商品与多元的业态,让消费者体验更好的生活。”

记者在现场看到,新店的设计风格体

现了MUJI对在地文化融合汇聚的独特理解。在店铺内,各展示区域融入上海老洋房花窗元素。通过木材、石材、织物等材料的叠合,将日常美好、人文温度与城市记忆悉数融入于空间细节之中。值得一提的是,原淮海755世界旗舰店留存的木柱、餐厅吊灯、书本墙等经典装置,均在新店重新亮相,既是循环利用的环保践行,也为老顾客留下了熟悉情怀与温暖回忆。

MUJI 無印良品品牌沟通部高级部长刘璟文介绍,除了门店设计,新店在产品布局上也融入海派特色。例如Café MUJI推出糯米糕gelato、玉兰柚子气泡冷萃等上海限定饮品,MUJI Diner上新熏三文鱼配葱油意面、腌笃鲜等应季上海风味料理。二楼的刺绣工坊还提供武夷路、石库门、玉兰等上海元素的绣片,消费者可烫印在衣服、包包等织物上,留下专属城市印记。除在地特色体验外,新店还同步上架多款首发新品与门店限定好物。

本报记者 张钰芸 通讯员 代杨龙

十年答卷

从“单点乐园”到“全域新城”

上海国际旅游度假区接待游客超1.8亿人次

今天,上海国际旅游度假区迎来开放十周年。从一座主题乐园起步,到一座功能完备、业态多元的现代化国际旅游城拔地而起,这片热土十年间累计接待游客超1.8亿人次,旅游产业总收入达1164亿元,以亮眼成绩书写了文旅融合高质量发展的生动答卷。

十年前,上海迪士尼乐园盛大开园,成为中外文旅合作标杆。度假区并未止步于单一乐园,而是以长远视野擘画全域发展蓝图。历经十年深耕,“一核引领、四片联动”的空间格局全面成型,实现从“单点乐园”到“全域新城”的跨越式蜕变。

核心区以迪士尼乐园为引擎持续迭代升级,玩具总动员、疯狂动物城两大主题园区相继落地,创下迪士尼全球最快扩建纪录。这里汇聚比斯特购物村、邻家美利亚酒店、百万石温泉小镇等一流文旅资源,比斯特上海购物村十年引进近80家品牌首店,升级为一站式微度假目的地。

东南西北四大片区协同发展,南片“东方乐园”全面启动,西片横河老街焕发新生,北片生态休闲功能完善,东片依托交通优势培育创新动能。十年来,度假区累计完成固定资产投资870亿元,现代化国际旅游城整体框架基本成型。

度假区去年接待游客2600万人次,区域先后获评国家级旅游度假区、国家级夜间文旅消费集聚区等称号,入境支付便利化示范效应凸显。交通服务持续优化,创新远端蓄客、近端上客模式,将游客平均候车时间压缩至5分钟以内;轨道交通、地面公交、接驳巴士、慢行系统构建多维交通网络。绿色能源、绿色建筑广泛落地,度假区获评上海市“低碳发展示范区”。文旅体展深度融合,度假区打破业态边界,形成“四季有主题、月月有亮点”的活力格局。去年,度假区文体营营收达109亿元,税收收入、社零总额较“十三五”末期分别增长291.4%和144.5%。 本报记者 杨玉红

奔跑花海

在上海最美赛道跑进春天

易跑丛林穿越赛在共青森林公园开跑

本报讯(记者 孙云)让周末在森林的呼吸中醒来,在被誉为“上海最美赛道”的城市谧境中,一起跑进春天里——这是近万名跑步爱好者今天一起经历的浪漫。上午8时,第二届杨浦区共青春亲子运动嘉年华暨2026易跑·绿野谧境丛林穿越赛在共青国家森林公园开幕,率先出发的20公里、10公里组选手穿梭于松涛与花海间,沿途经过“网红”莫奈花园、桃花源、海棠

林、樱花大道及林间溪流等景点,移步换景,尽享自然与运动之乐。

作为扎根上海十余年的经典赛事IP,易跑自2014年创办以来,持续打造市民喜闻乐见的精品赛事,深受广大跑者青睐与认可。本届赛事以“轻障碍、轻越野、全感官”为特色,亲子组全新开发了4.4公里的不绕圈专属赛道,让亲子家庭在奔跑中沉浸式领略林间自然之美。