

赛事燃夏、反向海淘、洋房微醺……多元场景强力助推消费热潮

“五五购物节”交出亮眼中期答卷



石库门街巷里随世界杯赛事起伏的欢笑声,拖着行李箱在永源路扫货本土潮牌的外籍游客,梧桐深处老洋房里戏剧与酒香交织的夜色……今年“五五购物节”步入收官倒计时,申城的消费热潮却丝毫未退。从热门商圈到后街小巷,从日间漫游到夜间狂欢,文商旅体展深度融合的消费新场景不断涌现,既留住了市民游客的脚步,也为上海消费市场交出了一份成色十足的中期答卷。

赛事破圈点燃夏日消费活力

美加墨世界杯开赛,为上海的夏日消费再添一把火。受时差影响,赛事多集中在凌晨至上午,上海商圈并未扎堆打造深夜观赛场,而是另辟蹊径,把赛事热度转化为全时段的消费活力。

上海新天地率先推出“欢 GOAL 聚一夏”主题活动,该活动将持续近 40 天。户外广场上的复古足球快闪率先抓住路人视线,商场内“传奇战袍——世界豪门经典球衣展”人气更旺,足坛巨星亲签球衣、重大赛事决赛进球球员落场球衣一一呈现,罗纳尔多、C 罗、莫德里奇等传奇战袍近在眼前,让球迷俯身驻足细细观赏,赛事仪式感瞬间拉满。

还有顶球训练、桌上足球对抗等互动体验,让附近白领工作之余也能随手参与;近 20 场阿根廷探戈、德国行进管乐、墨西哥流浪乐队等国际风情演艺轮番上演,花式足球秀引得游客阵阵喝彩。全域超 40 家品牌商户也同步联动,餐饮酒吧打造沉浸式观赛场景、推出观赛套餐,运动、美妆品牌上新夏日单品,依托石库门露天外摆与全景天幕露台,把赛事活力从白昼延续到夏夜。

不仅仅是新天地,很多热门商圈纷纷搭上“世界杯经济”快车:静安久光百货落地世界杯豪门 IP 快闪,设七支顶级国家队主题专区,打造一站式足球潮流消费地标;浦东环球金融中心开出 FIFA 官方云端快闪店,把巨型室内球场搬上高空;徐汇西岸梦中心联动近 40 家商户周末延时营业至凌晨,搭配观赛派对激活夜间消费。

事实上,“体育+消费”的联动效应早已显现。此前 2026 上海乒乓球嘉年华全市开展 346 场区级选拔赛,累计十余万人次参与;百联集团主办的“百联杯”商圈乒乓趣味赛,更是带动旗下五大核心商圈运动品类销售额同比增长超 105%。

本土潮牌成入境“反向海淘”新宠

曾经低调的后街小巷也正成长为上海消费的新增长极。全长仅 500 米的永源路,如今已是境外游客来沪“反向海淘”的核心目的地之一。街区里多语种交谈声此起彼伏,拖着行李箱选购国货的外籍消费者随处可见,构成了独具上海特色的消费图景。市税务局数据显示,5 月,上海市开具离境退税申请单同比增长 3.6 倍,离境退税销售额同比增长 83.9%。

永源路项目总经理何玥介绍,街区境外刷卡消费占比已达 40%,其中土生土长的上海复古鞋履品牌 PANE 更是大受境外游客喜爱,被不少游客列入上海旅行“必买清单”。“之前有新加坡的游客,7 个人一次性买了 14 双鞋。这双均价八九百元的复古休闲鞋已经被外国人视作新晋‘上海伴手礼’了。”她说。

何玥还表示,街区尝试赋予每家店铺独有的表达风格,以此营造舒适松弛的逛街氛围。在她看来,这类开放式街区更能为消费者提供情绪价值,“独立的小店门头天然能勾起探索

欲,即便如今消费更趋理性,人们对线下新鲜体验的需求永远都在。”

而在不远处的张园,石库门建筑与商业体验的融合也圈粉了不少中外游客。MUJI 无印良品上海张园体验店里,旧木料装饰的空间、庭院限定的咖啡与冰淇淋,还有中国青年设计师打造的汉麻系列,让大家在购物之余沉浸式感受上海城市肌理。

全新业态带来夜经济新体验

日前,“精彩夜上海”大幕拉开,上海的夜间消费除了烟火气,还有品质感。思南公馆百年梧桐掩映的老洋房里,全新开业的 Soul House by INS 新乐园为夜经济带来了“戏剧+社交+微醺”的复合新体验。和传统酒吧不同,这里彻底消解了舞台与观众的边界:复古砖木长廊、临窗卡座、吧台转角,处处都可能是剧情上演的舞台。市民游客手持特调鸡尾酒踱步其间,随时会与演员擦肩互动,在杯盏酒香中自然走入剧情。8 个主题房间对应 8 段独立故事与 8 杯专属特调,戏剧本身成了天然的社交纽带,让“品酒”变成了一场可参与、可互动的完整沉浸体验。

同时,为打通思南公馆-复兴公园片区活力,复兴公园正对门店的西南门已调整为 24 小时开放,物理空间的串联让思南公馆与复兴公园的商业、文化资源融为一体,全天候都充满活力。

今年“五五购物节”截至 5 月底已推出上海环球美食节(美洲风味季)、上海国际花卉节、上海国际咖啡文化节等 21 个重点 IP 活动,以及百余场促消费活动。上海国际花卉节核心参与人群达 202.63 万人次,直接带动消费 25.72 亿元,辐射的 15 个商圈展期内线下零售餐饮消费总计 85.45 亿元,同比增长 16.10%;上海国际咖啡文化节主会场打造北外滩 2.3 公里沉浸式岸线,累计接待市民游客 105.6 万人次,现场展商总营收超 1000 万元,人流与消费双创历史新高。

大宗消费同样亮眼。受购物节与 618 预售双重带动,5 月本市家电家居家装国补自主品类补贴核销超 48 万笔,环比增长 40%;补贴商品销售额 22.1 亿元,环比增长 49%。汽车以旧换新补贴申请量达 1.5 万份。

创新的消费模式也在持续涌现。比如“票根经济”全面升级,浦东“世博通”、前滩芒果音乐节票根折扣、虹口“白象卡”、普陀“乒享卡”等举措,打通了观展、赛事、住宿与购物的场景闭环;消费券核销愈发便捷,“即碰即用”的无感核销模式替代传统抢券,静安商圈活力消费券撬动比接近 1:12,徐汇 AI 消费券核销率高达 94.03%,精准撬动消费增长。

据悉,第七届“五五购物节”将持续至 6 月底,并与“上海之夏”国际消费季无缝衔接。后续,钻石珠宝文化周、乐龄生活嘉年华等重点活动还将陆续登场,让上海市民游客享受不间断的消费狂欢。

晨报记者 商依琳

