

2025上海精彩预定,30场“顶流”齐聚“首发上海”

“上海之夏”期间乐高世界玩乐节来了

在3月至5月,“首发上海”开启,30场高品质、高流量的首发活动覆盖服饰、珠宝、家居、汽车、老字号等领域;5月-6月,第六届五五购物节来了,“商圈精品推广节”上尽是好货不贵精品优品,还新增“次元漫游节”“上海乐邻生活节”“银发生活节”等;7月至10月上旬,2025上海之夏国际消费季期间,乐高世界玩乐节、2025世界赛艇锦标赛来了,还有“一票惠享上海之夏”等240小时特色产品……记者从21日上海市商务委举办的新闻通气会上获悉,今年覆盖全年的“一节四季”2025年上海消费节庆重点活动都安排好了。



3月份开启“首发上海”,30场春季活动来了

即将于下个月启动的2025年“首发上海”系列活动,包括一场启动仪式、三个消费品行业重要展会、三项聚焦首发品牌的重点活动,以及若干场国际国内品牌首发仪式。

在今年的“首发上海”期间,首次推出线上线下联动的“AWE换新消费节”;3月25日,2025秋冬上海时装周开幕,在新天地、洛克外滩源、800秀、前滩31演艺中心等城市时尚地标掀起首发时尚浪潮;2025年中国家电及消费电子博览会将举行上百场新品发布会,呈现AI与家电及消费电子产业深度融合的最新成果。

3月至5月,将集中推出30场高品质、高流量的“首发上海”春季系列活动,确保每周均有1至2场重点活动。3月1日至3月23日在黄浦区南京路步行街世茂广场旗舰店将举办赛车主题月系列活动;宜家于4月初在徐汇及长宁设立快闪店,针对“斯德哥尔摩”系列产品全球首发,并举办首届设计节活动;培罗蒙于3月1日举办百年大秀,情景走秀的演员们身穿各时代衣服,展现时代变迁;3月22日至4月26日期间举办“首届上海街区汽车生活节”,通过系列活动促进“汽车文化”与“生活方式”的有机融合,从而带动汽车后市场的消费升级。

接下来,在“首发上海”期间,静安各国内外品牌还将热力齐发,3月20日至5月5日期间梵克雅宝将携手法国艺术家Alexandre Benjamin Navet于南京西路生态圈首发“春意依依限时春日花径活动”,用蓬勃春日氛围装点上海街头;诺悠翩雅将于3月22日至5月5日期间举办品牌首次跨界展览,带领观众身临其境探索品牌历史与传承;欧莱雅将于4月8日举办PRO2025发艺大秀,由国内顶尖发艺设计大师打造近100款发型,并正式发布红外光能吹风机AirLight Pro;东方国际将于3月开启“东方新中式展”,以静安为主舞台,诠释当代东方美学的无限可能。

今年五五购物节,新增5个标杆活动

今年“五五购物节”期间,将首次举办“商圈精品推广节”活动,作为核心项目,将在全市重点商圈推出好货不贵精品优品。以商圈内主要商业综合体和百货店为主体,以

品牌龙头企业带动,聚焦服装鞋帽针纺织品、化妆品、金银珠宝、皮具钟表眼镜等四个品类,推出包含55折等大力度的折扣优惠。

在黄浦区,与“花开新天地”2025上海(国际)花展联动,以花为索引,将城市花展与南京路、淮海中路、豫园等商圈相结合,展现欣欣向荣的商圈特色。与钻石珠宝节联动,拟开展“喜上加喜 心意520”活动,以黄金珠宝促销优惠为重点,结合各大商场推出的婚嫁节活动,聚焦青年消费、精品消费,打造特色消费场景。

“五五购物节”期间,还将推出5个新兴

标杆活动IP。

“次元漫游节”拟于5月上旬启动,以五角场广场+五角场各商场+大学路为主,联动B站和百联在全市的各项活动,通过二次元装置、动漫演出、谷子集市相结合,吸引全国对二次元感兴趣的受众关注并线下参与;

“上海乐邻生活节”将于5月中旬开幕,依托“15分钟便民生活圈”,聚焦友邻消费族、银发生活、特色服务、亲子乐活等领域,为社区居民尤其是老年人提供优质服务;

“银发生活节”将结合上海国际养老辅具及康复医疗博览会,在展会上设立可当场

购买老年用品和服务的专区,开展适老化产品推广优惠活动;

“上海国际邮轮节”将于5月下旬启动,打造“邮轮++邮轮”消费新场景、新体验、新玩法,推出高能级、大流量的邮轮主题活动,进一步引领和创造消费新需求。

“家居焕新节”拟于5月下旬举办,对接2025亚洲家居装饰展览会和2025中国国际厨房、卫浴设施展览会,用足用好以旧换新补贴,大力推广家装、家具、家电、家纺等全品类家居商品“焕新”消费。

“上海之夏”新增3大标杆活动

2025年上海之夏期间,上海将新增一批具有吸引力的标杆活动。在继续办好上海国际电音节、上海国际光影节等标杆活动基础上,首次打造乐高世界玩乐节、国际游戏动漫月嘉年华、2025世界赛艇锦标赛,并考虑首次将上海旅游节提前至7月启动。

市商务委介绍,一批针对不同客群的特色主题产品正在酝酿当中。例如,升级国际中转旅客“免费上海半日游”专属产品,结合“上海之夏”主题,推出烟火生活、东方美学、豫园文化体验等具有吸引力的免费线路。此外,“轨道上的长三角”系列产品将联动江浙皖,整合高铁、景点、住宿和美食,推出多日游套餐,展现长三角风光与文化。“打个飞的来上海”周末微度假主题产品,则针对日韩、新加坡等短途航线游客。以“看好展好戏、逛特色马路、品经典美食”为主题,打造沉浸式上海都市体验。

针对入境游客推出“上海之夏·ShanghaiPass”多日消费体验产品,整合本市8大商圈、3大公共交通及30个头部文旅景点权益,打造中国入境游第一站的特色产品。

对来沪参展观演游客推出丰富多样的“一票惠享上海之夏”票根经济产品,开发“门票+”“机票+”“展览+”等产品,针对参加演唱会、体育赛事等活动的观众定制优惠组合。

在文化体验方面,将推出东方传统文化体验主题产品。结合蟠龙天地、豫园等场景,为外籍旅客打造一站式文化套餐,涵盖传统戏曲、民乐表演、华服体验与非遗技艺互动。

在中华美食体验方面,将推出“八大菜系体验之旅”,精选餐厅,结合文化讲解,让游客感受中华饮食魅力。依托高校优势学科吸引世界各国优秀的学生来沪短期交流,推出新时代国际暑期学校产品。

