

## 浦东释放“甜蜜消费”新活力

今年七夕节浦东新区各大商圈与文化场馆纷纷推出系列活动,以“爱”为名,打造集购物、文化、娱乐、体验于一体的沉浸式浪漫消费场景,推动“浪漫经济”持续升温。

正大广场特别呈现“甜蜜双倍·爱在七夕”,情侣到店消费满588元即赠200元餐饮券。“正大巷左”BINGO市集还有落日音乐会、露天电影院等节目精彩连连;第一八佰伴打造“漫享玩色 seek colour”系列活动,消费者可享受线下7.7折美妆品类折扣券、全场美妆品类8折等众多优惠活动,同时,商场设立“玩色互动站”,使用兑换卡现场可参与AI美甲机美甲体验或人生四格拍摄;佛罗伦萨小镇推出“微笑积分派兑”、幸运积分抽奖、8.8元购七夕约惠礼包等优惠活动;新达汇·三林推出“乞巧夜”非遗手作市集,集结古法制香、掐丝珐琅、扎染、皮影、漆扇等8类非遗体验项目,以手作传递心意,重现千年之前的浪漫仪式感。

浦东推出精彩纷呈的文化艺术活动,以沉浸式体验开启情感与美学的对话,共同焕新七夕的浪漫体验。第二届美拉德音乐节登陆世博文化公园罗丹艺术中心,汇聚多位实力唱将与人气乐队,从动感流行到爵士蓝调,用音符勾勒夜晚的浪漫轮廓;「浦东爱乐π」系列之七夕烛光音乐会于七夕当日在外高桥、金海、区文化艺术指导中心三地轮番上演;浦东文化馆推出七夕节手工体验活动——“国风传承鸡血藤手镯



DIY”,感受自然灵韵与东方美学交织。

多场重磅演出接连登陆浦东,用音乐点燃爱与激情,打造今夏不容错过的视听盛宴。潘伟柏“狂爱2.0”巡回演唱会—上海站跨越流行、嘻哈、电子乐,打造视听双震撼的舞台盛宴;JVKE「何谓此处」巡回演唱会—上海站再现《Golden Hour》等热门单曲,以极简旋律掀起全球情感浪潮。周蕙《约定—做快乐的自己》音乐会以《约定》《不想让你知道》《好想好好爱你》等一代人的青春金曲,共赴一场关于爱与约定的音乐之旅。

## 九六广场打造浦东暑期夜生活新地标

伴随“上海之夏”国际消费季的活力浪潮,九六广场为浦东陆家嘴夜生活注入全新动能。日前,陆家嘴大友口福之「96食光机」活动在此活力启幕。活动以“食在当下,食在次元”为主题,通过精心设计的沉浸式跨界场景与丰富业态组合,精准聚焦年轻消费群体,旨在为市民游客带来耳目一新的夜游体验,助力九六广场抢占浦东暑期夜经济高地,丰富市民在“上海之夏”期间的消费选择,其创新实践也为项目后续深化夜经济布局奠定了坚实基础。

活动免费入场的美食主题展,为暑假尾声的二次元爱好者打造压轴盛典;创新打造以宠物视角设计的动线市集,毛孩子们不仅可以参与妙趣横生的“宠物吃瓜挑战赛”,更能在专属空间里与主人共同探索社交乐趣。活动期间内容密度极高且多元化,露天电影、九六广场自有音乐IP“城市绿洲音乐计划”集结斜杠青年带来精彩现场演绎等,每晚不重样的活动安排,有效保证了客流粘性和重复到访率。更多新锐品牌与主题活动的引入正在筹备中。这些新业态的开业将与精心策划的系列活动紧密结合,共同构建覆盖观影、社交、餐饮、娱乐等多维度的“年轻力消费场景矩阵”。

“96食光机”的核心竞争力在于其突破性的场景创新。活动以“食”为原点,巧妙融合二次元文化、宠物社交、潮流音乐、休闲娱乐等多重元素,构建了一个极具吸引力和传播力的复合型夜间消费场域。

## 国际IP赋能南京路步行街激活夏日消费



羊羊+卡皮巴拉“小黄人”等国内外顶流IP引入南京路步行街;新世界城第三届ACG嘉年华聚焦二次元文化爱好者,推出《追光之旅·展望奥特曼60周年主题展》《数码宝贝“永远的青春”》华东首展;泰康食品、邵万生等四大食品老字号携手伊利打造“疯狂动物城”主题快闪店;百联ZX创趣场、宏伊国际广场等商场通过泡泡玛特全球旗舰店、卡游城市旗舰店等头部潮玩IP,构建“全球潮流文化首发地”,助力南京路从“商业街”升级为“文化IP消费生态圈”。

南京路步行街集结国际高奢、运动旗舰、潮流数码、二次元文化及餐饮等全业态首店品牌,成为游客抵达上海的首选目的地。G-POWER数娱节期间,主办方邀请蔡司眼镜、林肯汽车等17家知名品牌,带来“首发、首秀、首展、首创”内容。

南京路步行街的“年轻化”转型,不仅是商业形态的升级,更是城市文化表达的创新。通过IP破圈、场景重构与双轮驱动,南京路正从“中华商业第一街”迈向“世界级商业地标”。未来,随着“主街+后街”组团模式推进,以及淮海路、新天地、豫园等商圈的联动,南京路将构建更开放的商业生态,助力上海打造“国际消费中心城市”,持续擦亮“最上海”“最时尚”“最人文”的商圈名片。



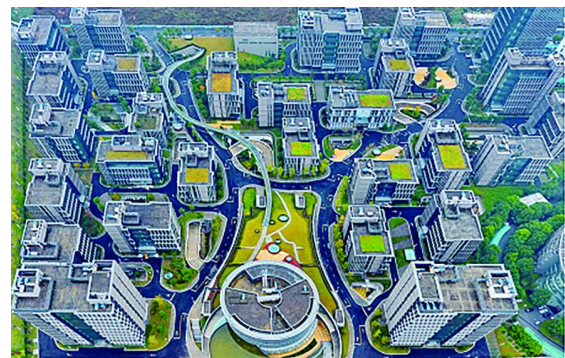
## 奉贤将发展为“南上海城市中心”

近年来奉贤新城紧扣“南上海城市中心”定位,在美丽健康、科技创新等领域形成差异化竞争优势,奉贤将以产业升级为核心、项目落地为抓手、城市价值为纽带,为奉贤新城擘画“十五五”发展蓝图注入强劲动能,这是日前举行的上海市“潮涌浦江·新城发力”奉贤分会场活动上获得的信息。

作为奉贤新城的核心增长极,美丽大健康产业成为本次推介的焦点。依托“东方美谷”产业品牌,奉贤新城正着力构建从研发创新到生产制造、从品牌运营到终端消费的全产业链体系。近年来,通过聚焦美妆用品、创新药品、功效食品三大细分赛道,积极引入“AI+”、合成生物等前沿技术,有力推动化妆品与生物科技、健康食品与智能检测的跨界融合,正加速向“千亿级产业集群”目标冲刺。目前,奉贤区共有84家化妆品领域的持证企业,数量全市居首。在生物医药领域,奉贤已形成四大企业集群,涵盖生物制品、现代中药、化学药、诊断试剂和医疗器械。今后,奉贤新城还将持续在化妆品、药品、食品细分赛道发力,全力以赴助力新城打造具有国际竞争力的美丽大健康产业集群。

海归小镇以“海外人才归国第一站”为定位,展示集创业孵化、生活配套、国际交流于一体的全周期服务体系,引才聚才是新城建设的“关键一招”,新城还将依托“海归小镇”“贤才服务一码通”等高能级平台,为人才提供一站式全方位服务,着力建设南上海人才高地,持续提升人口总量和人才质量。

会上,两批共8个重点产业项目集中签约,涵盖美丽健康、数智装备、绿色能源等热门赛道,这些项目的落地将为奉贤新城的产业发展注入强大动力。



## 中国跃升为挪威海产全球第二大出口市场

2025年1-7月,挪威三文鱼对中国的出口量增长了122%,中国跃升为挪威海产全球第二大出口市场,数字背后凸显了中国三文鱼整体市场不断扩大,同时当前阶段挪威三文鱼在中国市场上价格也更具竞争力。日前,挪威海产局携八家挪威海产企业亮相第19届上海国际渔业博览会,集中展示来自挪威的大西洋三文鱼、北极甜虾、格陵兰比目鱼、红鱼等多个品类。挪威海产局中国区总监毕思明在接受新闻晨报专访时表示,相对于世界其他三文鱼产区,挪威拥有50年三文鱼的养殖经验,生产了全球50%以上的大西洋三文鱼,同时挪威具备全年稳定供货能力,能够持续满足市场需求。

近年来,随着中国消费者对高品质生活的向往,尤其是对优质蛋白质的巨大需求,三文鱼以其优质蛋白质和丰富的不饱和脂肪酸,迅速成为中国消费者餐桌上的新宠。其细腻的口感和多样的烹饪方式,从刺身到香煎,无不令人青睐。随着生



鲜冷链技术的完善,新鲜的三文鱼更易抵达各地市场,成为许多家庭日常膳食的选择。

除了三文鱼外,今年1-7月挪威出口到中国的第二大品类是格陵兰比目鱼,中国购买了挪威生产的格陵兰比目鱼的80%以上。今年年初引入了挪威北极甜虾,到目前为止增长超过600%,而对中国出口的青花鱼今年也增长了50%。不过青花鱼的黄金捕捞季和出口季节是从现在开始的,未来三个月我们会看到更清晰的增长情况,毕思明介绍说。

无论是增长主力的挪威三文鱼,还是表现亮眼的北极甜虾、格陵兰比目鱼、红鱼,挪威海产都凭借多元化的产品和稳定的供应,持续为中国市场提供更多的海产选择。

