

依托展会赛事首发多重跨界场景 上海全城联动 共筑“游戏动漫之城”

这个盛夏,随着 ChinaJoy、Bilibili World(BW)、CCG EXPO 以及 DOTA2 国际邀请赛(TI2026)等顶流文化盛宴相继登陆,第二届上海“国际游戏动漫月”正式拉开帷幕。本届“国际游戏动漫月”深度联动全城各区特色资源,将高能级的展会与赛事流量转化为城市商业、文旅的澎湃动能。从南京路步行街的主题商圈,到五角场的电竞地标,上海正用创新场景讲述年轻消费的新故事。

青浦区:展会溢出效应凸显,夜生活 IP 再造微度假胜地

毗邻国家会展中心的蟠龙新天地,在此次游戏动漫月中精准承接了庞大的展会外溢客流。蟠龙新天地重磅推出“荷月·夜游节”,打造区域首个夜生活 IP “蟠龙夜游神”。活动整合了夜游光影秀、水上音乐会等特色水上演艺,游客可乘坐皮划艇夜游荷塘。同步焕新的“蟠龙水市”推出主题市集,园区商户不仅配合延时营业,还提供夜间停车优惠。依托“青浦 PASS”权益包,全面开放蟠龙新天地商户的专属折扣,参与游戏动漫月的游客与参展人员均可享受福利,成功将观展动线延伸为江南水乡的休闲度假之旅。



青浦

黄浦区:打造主题商业街区,顶级 IP 引爆地标消费

黄浦区将百年商圈与前沿数字文化深度捆绑,致力于打造现象级文旅地标。在南京路步行街,百联集团设立“2026 BW× 百联 ZX 分会场”,联动旗下四大商业体震撼打造全国首个游戏动漫主题商圈。步行街变身主题街区,铛铛车车巡游贯穿全城,外墙巨型气模秀引爆打卡热潮。第一百货 C 馆及百联 ZX 更推出限时主题离境退税体验,助推国际化消费热潮。

区内标杆商业体玩法多元。新世界城密集落地 10 余个独家快闪,举办电竞挑战杯与动漫角色巡游。第一百货商业中心推出“FC 足球电竞赛”与“CR7 博物馆”内地首展,玩家凭观赛权益可享商场折扣。宏伊国际广场迎来爆款社交游戏《鹅鸭杀》线下快闪,配合限定周边撬动青年消费。FOUND 158 则举办“国潮节嘉年华”,融合海派老字号与动漫主题激活夜经济。

大豫园与淮海路片区也迎来奇幻夏夜。豫园商城举办“万物有灵”游园会,联动四大国创 IP,通过 AR 打卡及老字号联名产品让年轻人重温传统非遗。BFC 外滩金融中心同步开启嘉年华,推出音乐快闪及声优签售。上海 K11 购物艺术中心引进《时光代理人》5 周年原画艺术特展全球首站,外广场设置大型气膜装置,并联合当代艺术家进行跨界创作,将展览完美延伸至商业场景。



静安区:海量 IP 集结,打造城市级游戏动漫嘉年华

静安大悦城重磅开启了“JOY UNIVERSE 闪耀!盛典 3.0”暑期狂欢活动。作为商业体游戏动漫营销的标杆,此次盛典集结了 30 余场顶流主题快闪,涵盖超过 50 个当红人气 IP,范围横跨经典动漫、小说神作、热门游戏与潮流潮玩,甚至包含众多经典 IP 的“周年庆典”特别企划。商场通过推出多款限定互动玩法、专属消费券和主题秀场,致力于打造暑期线下社交购物首选地。在场外延伸上,大悦城联合上海旅游观光双层巴士 1 号线,量身定制了暑期专属动漫主题巴士,并在人民广场地铁站打造了专属主题地铁站。此外,活动还特别策划了“老字号·新国潮”主题市集,邀请知名游戏动漫 IP 与上海本土老字号跨界合作,打造集展示、体验、消费于一体的沉浸式文化嘉年华。



普陀

静安

虹口

黄浦

徐汇

杨浦

浦东



普陀区:国潮点燃夏日消费活力

动漫月期间,普陀区也有一系列国风沉浸式亲子游活动。7 月 12 日,上美影泡泡米在上海环球港举办线下周年庆典暨千人动画主题巡游活动。孙悟空、哪吒、葫芦兄弟等十余款官方 IP 人偶带队,沿商场主通道开启沉浸式动画巡游。这几天,普陀区的天安千树正在成为上海娃圈新地标,顶流娃衣集合店赋能年轻世代“情绪消费”,包含柒哥“齐天大圣”38cm 娃衣预定、小和 de 衣橱“明·檐”明制婚服、能喵新世界梵高 2.0 限定套装等多款独家设计师限定系列。

徐汇区:元宇宙街区探索“游戏动漫友好”新模式

徐汇区依托“元界 Neo World”元宇宙街区,全新开启“元界夏日嘉年华”,探索打造全上海首个“游戏动漫友好街区”。嘉年华期间,街区内高频次举办游戏动漫 IP 快闪、主题演出、创意市集以及角色扮演者(Coser)巡游等互动内容,并配合发放“元界嗨逛券”以刺激街区消费。值得一提的是,徐汇区在服务细节上做了文章,持续完善街区的基础配套设施,不仅设立了动漫主题涂装车辆的专属停车位,还开设了专门的主题妆造间,并联合大量沿街商铺推出“友好商户”认证。活动期间,街区还全新挂牌专属集结空间,并提供专业的角色扮演街拍服务,通过全方位的友好氛围营造,吸引广大年轻群体打卡体验。



奉贤

杨浦区:立体化电竞地标崛起,漫游节尽展原创力量

依托五角场核心商圈的立体空间优势,杨浦区交出了“赛事进商圈”的惊艳答卷。随着 DOTA2 国际邀请赛(TI2026)的到来,五角场商圈落地了立体化电竞主题场景。下沉式广场化身核心打卡地,矗立着 3.5 米高的 TI 冠军神盾巨型装置及多组 Q 版英雄模型。视线向上,百联又一城与巴黎春天楼宇制高点布置了高达 10 米的热门英雄巨型气模,双子高空隔空联动,形成极具视觉冲击力的地标。此外,五角场万达内街裸眼 3D 大屏也全程循环滚动播放专属赛事动画,精准触达商圈人流。

为将赛事流量实质性转化为消费增量,杨浦区全面推行“票根经济”。观众凭 TI2026 官方门票,即可在万达、百联又一城等



商场享受专属优惠。官方海报与 IP 美陈随之深入商场内部,将电竞氛围从户外高空一路延伸至室内消费终端。

硬核赛事之外,第三届上海漫游节以“原创力量”为主线登陆五角场。漫游节推出专属吉祥物,并发放“杨 MAIL 券”商圈消费券。活动推行“一商场一特色”模式:百联 ZX 造趣场作为 BW 分会场打造游戏动漫地标;五角场万达落地《时空中的绘旅人》等热门 IP 快闪;合生汇主打品质潮流,推出潮玩首展与主题女团快闪;大学路创智天地则结合步行街特质,落地夏日主题活动。无论是电竞玩家还是潮玩粉丝,都能在此找到专属的夏日消费主场。



虹口区:产业平台与潮流生活双线并行

虹口区立足产业生态与年轻消费,双线发力。产业端,北外滩的世界会客厅及外滩茂悦大酒店承办了“2025 年中国国际游戏开发者大会(CIGDC)”。该大会为中外游戏企业搭建了深度沟通与出海拓展的专业平台,帮助海外企业了解上海营商环境,同时也推动中国原创游戏进一步走向国际市场,促进了游戏文化产业的转化与落地。消费端,滨港商业中心等区域推出了以“潮生活·大玩家”为主题的第七届上海潮流生活嘉年华。活动重点聚焦夜间经济和“票根经济”消费场景,强化线上线下联动,通过布局潮玩创意市集、潮流品牌限时快闪以及沉浸式娱乐体验等丰富内容,打造“魔都城市新玩场”,持续引领区域内年轻消费的新热潮。

浦东新区:多业态集结登场,构筑潮流文化消费新高地

作为第二届上海“国际游戏动漫月”特色分会场之一,浦东新区紧扣青春经济与潮流消费,广泛联动陆家嘴、金桥、张江、世博等核心商业载体,推出覆盖游戏动漫、潮玩 IP、亲子互动与国风文化等多元领域的活动矩阵。标杆项目“2026 上海浦东谷子嘉年华”将落地正大广场,以“国风焕新,合力全开”为主题,设置国漫快闪、文创市集等七大数据,并深度联动 ChinaJoy 实现

双向引流。同时,区内商业地也迎来海量 IP 跨界:正大广场集结 LABUBU、《玩具总动员》等十余头部 IP 联动;世纪汇与世博大地推出治愈系 IP 游园会与主题快闪;陆悦天地落地《汪汪队立大功》主题展与《最终幻想 14》夏日庆典,兼顾家庭与核心玩家;金桥板块则推出实物大高达立像五周年暑期主题活动及夏日季系列演出。全区通过多业态集结,全面丰富潮流消费体验场景。



奉贤区:水乡古镇碰撞青年潮流妆造

奉贤区将新锐的年轻文化引入江南水乡的传统风貌中,依托冷江雨巷特色古镇,创新举办了“MG 国潮动漫妆造嘉年华”。活动将古镇特有的文化 IP “七大护使”与国内知名美妆品牌进行深度跨界融合,结合青年群体喜爱的流行趋势,开展了一系列围绕动漫角色妆容复刻、国风潮流展示等特色主题互动。这一创新举措不仅打破了传统古镇游览的固有模式,激活了古镇的文旅生命力,更成功将冷江雨巷打造成为传统建筑风貌与青年动漫潮流激烈碰撞的新兴打卡地标,为区域文旅旅融合提供了全新的落地样板。