

闵行

“声动闵行·我是歌王”市民歌手争霸赛落幕

9月13日下午,上海万象城室外广场歌声阵阵,“春申美好生活悦动季”启动仪式暨“声动闵行·我是歌王”2026市民歌手争霸赛总决赛正在举行。这场持续数月的赛事,从3292名报名者中脱颖而出,经过两轮激烈比拼,张帆涛摘得金奖,成为2026年的“闵行歌王”;曹妍、王皓获得银奖;张申骋、崔麒、郑媛媛获得铜奖,曹妍同时荣膺“最佳人气歌手”奖。

比赛现场,闵行“春申美好生活悦动季”正式启动,围绕赛事、光影、美食三大主题搭建“3+N”活动体系,同步叠加5200万元“悦购闵行·动享申城”消费券,全域联动,推动文商旅体展融合发展。

普通人站上C位,
这是属于市民的舞台

“声动闵行·我是歌王”2026市民歌手争霸赛由中共闵行区委宣传部、闵行区文化和旅游局主办,是闵行区2026年“春申美好生活”品牌的重点活动之一。和传统歌唱赛事不同,赛事以“全民参与、分域选拔、专业赋能”为核心,将舞台从传统室内场馆延伸至商圈、景区和社区,让普通市民从文化活动的“台下观众”真正变成“台上主角”。

总决赛在主题歌《我就是光》中拉开帷幕。10强选手按照抽签顺序逐一登台,分别演唱了《跟你走》《If I Ain't Got You》《大不韪》《短发剪爱》《千古绝唱》《Unchained Melody》《故乡有话告诉你》《Bang Bang》《乌兰巴托的夜》《黄河水绕着准格尔流》等曲目。

赛事10强选手来自各行各业,刚好印证了这场赛事“全民参与”的底色。他们中有东航机长吕晋,有地铁列车驾驶员崔麒,有飞机装配技师罗健,也有幼儿园后勤老



师马花荣……这个舞台没有职业门槛,不限唱法流派,只要热爱音乐、敢开口唱,就能站上舞台展现风采。

选手里也藏着不少实力唱将。家住江川路街道的国漫音乐人张申骋,曾参加2023《中国好声音》全国巡演Channel[V]歌手大赛,拿到过全国季军,他的参赛经历颇有些巧合。“初夏的一天我在窗口,刚好听见楼下有歌声,才知道海选就在家门口。”张申骋说,他没多犹豫,下楼就报了名,一路走到了决赛。

舞台搬进商圈,
人气流量拉动消费增量

决赛场地选在上海万象城室外广场,周边商铺环绕,把文化舞台直接嵌入商业

地标,也是闵行推动文商旅体展融合发展的一次实际尝试。

赛事现场配套了主题市集。“欢喜虹桥”可爱主题花车吸引不少市民拍照打卡;森马、孩可益、春芝堂、星聚会、Es-hine、交通银行、百事可乐等9家赞助商,都带来了各具特色的产品;虹桥好物专区汇聚了乐扣、康师傅、罗森、马利、华为等品牌。除此之外,赛事还联动了吴中路商圈的上海万象城、韩国街、爱琴海等商业主体,为观赛市民、亲友团推出了美食、零售、个护等品类的专属折扣。

比赛期间,万象城及虹桥镇范围内的商圈客流有明显提升,餐饮、零售等业态借势聚拢了人气,“文化聚人气、人气促消费”的联动效应叠加显现。

过去近半年时间里,从社区海选到初

赛、复活赛、半决赛,“声动闵行·我是歌王”的歌声先后在百联南方购物中心、龙湖上海闵行天街、仲盛世界商城、浦江郊野公园、虹桥前湾印象城等场景响起。53场海选覆盖全区各个街镇,商圈、公园和各类公共空间,通过歌声聚起了人流。市民在逛街、散步、就餐的日常路线上,就能和音乐不期而遇,文化活动就这样走进了城市生活的烟火里。

赛事落幕不散场,
悦动季接棒开启

从海选到决赛,持续近半年的“声动闵行·我是歌王”圆满落下帷幕,但“春申美好生活”的精彩还在继续。

比赛现场,闵行“春申美好生活悦动季”正式启动。

在去年成功举办“春申美好生活季”的基础上,今年闵行把这一IP全域升级,打通业态壁垒,以“迎新”“乐购”“风尚”“悦动”四季主题串联全年活动,推动文商旅体展融合发展、全域联动,让城市既有发展的活力,也有烟火寻常的温度。

据了解,9月至11月,“春申美好生活悦动季”将围绕赛事、光影、美食三大主题搭建“3+N”活动体系,同步叠加5200万元“悦购闵行·动享申城”消费券,带动体育、文化、旅游、商业、会展等各类资源跨界联动。其中,10月的上海网球大师赛将成为全季的“超级流量引擎”;9月下旬开幕的上海国际光影节闵行分会,将串联艺术、演艺与夜间经济;“寻味闵行”系列活动则以美食为纽带,整合国际风味、特色市集、音乐演艺和潮流活动,构建覆盖节庆、商圈、街区与社区的美食消费矩阵。

文/晨报记者 徐斌忠
图/闵行区提供

徐汇

中秋渐近,徐汇商圈月饼消费氛围浓郁

中秋脚步渐近,申城月饼消费市场提前开启销售旺季。在徐家汇商圈,被誉为“美食大王的”汇联商厦的月饼专区氛围渐浓,各大老字号摊位有序迎客,不少市民专程到店挑选月饼。

汇联商厦汇聚多家沪上知名老字号月饼品牌,品类集中、选择多元,市民可一站式选购多款特色月饼。其中,鲜肉月饼、净素月饼常年稳居市场爆款,是市民中秋采购的经典首选。

现场,不少老年市民专程前来采购。“素月饼我们年纪大的人吃了不油也不甜,年年到这里来买,适合老年人的口味。”不少老年市民表示,老字号净素月饼口味清淡适口,多年来品质稳定,十分贴合日常食用需求。

贴合当下市民追求低糖、低热量的健康饮食趋势,老字号针对经典净素月饼开展配方优化升级,进一步适配大众饮食偏



好。净素月饼工作人员介绍,今年品牌根据消费者反馈,对经典款式进行改良升级。

“就是之前的上品五仁改成低糖果

仁,因为好多顾客反映说稍微偏甜,现在大家都怕甜、怕热量太高,我们稍稍做了调整,实现降糖改良。我们从8月1日开始售卖,做到8月底营收在30万元左右,临近中秋,后续销量预计还会继续走高。”工作人员告诉记者。

商厦内各老字号月饼摊位同台热销,消费氛围浓郁。一旁沿街摊位的泰康鲜肉月饼热度不减,现烤月饼香气浓郁,吸引不少市民驻足购买。不少市民在选购完清淡的净素月饼后,还会搭配购入一盒鲜肉月饼,兼顾全家不同口味需求。

来自苏州的老字号津津长发常年凭借地道鲜肉月饼收获上海市民喜爱,今年品牌持续创新,在经典口味的基础上,全新推出香菇月饼、榨菜鲜肉月饼两款新品。新款月饼馅料饱满扎实,切开后食材清晰分明,独特的风味吸引不少市民驻足围观、现场试吃。

新颖的口味收获了市民的认可与好评。“吃了香菇月饼,蛮鲜的,我第一次吃这种口味,真的挺好吃的。”有市民试吃后说道。也有市民更偏爱咸香风味:“我认为榨菜口味更好吃,味道更浓郁。”

津津长发负责人张耀萍介绍了新品的研发初衷与市场预期:“香菇月饼我们充分考虑消费者口味,经过多次研发打磨,产品将香菇切成丁,搭配笋丝、鸡蛋调配,整体口感更加鲜美。后续预估月饼最佳销量可达8000至14000只。”

除散装现烤月饼外,汇联商厦内美心、杏花楼等多款礼盒月饼已全面上架,款式丰富、选择多样,适配家庭自用、节日馈赠等不同场景。传统口味迭代升级、创新新品持续出圈,各大老字号多点发力,让沪上中秋月饼市场暖意渐浓、销量稳步攀升。

文、图/上海徐汇