

上海推出“37条”促进服务消费提质扩容

十年打造高品质服务消费新体系

■更年轻 更城市 更开放

倒计时66天！
在上海看奥运资格赛

志愿者里学生占比超过七成

一场“更年轻、更城市、更开放”的国际一流赛事即将来到上海。再过66天，黄浦江之滨将迎来奥运会资格系列赛·上海，包括自由式小轮车、滑板、霹雳舞和攀岩四个城市街头项目，来自世界各地的顶尖运动员将在充满活力的城市公园中，展示精湛技艺，全力争夺巴黎奥运会参赛资格，比赛现场举办的城市体育节活动将让现场观众沉浸式体验体育、艺术、音乐和文化相融一体的热烈氛围。

青年报记者 陈嘉音

464名顶尖运动员来沪

昨天下午，赛事组委会召开新闻发布会，介绍赛事筹备工作，国际奥委会奥运委会部副部长皮埃尔·弗拉特-巴迪、上海市体育局局长徐彬、上海市体育局副局长罗文彬、黄浦区副区长袁园、久事集团副总裁樊建林、东浩兰生集团副总裁周瑾共同启动赛事倒计时装置。青年演员王一博担任赛事推广大使。

再过66天，预计将有464名自由式小轮车、滑板、霹雳舞和攀岩项目的世界顶尖运动员来沪争夺巴黎奥运会参赛资格。截至目前，已有288名自由式小轮车、攀岩和霹雳舞选手确认参赛，其中包括多位奥运冠军、世界冠军。中国霹雳舞队长、上海选手商小宇，自由式小轮车公园赛世界冠军邓雅文，攀岩名将潘愚非、骆知鹭、龙见国、伍鹏、牛笛等众多国内优秀选手也将悉数参赛。

赛事志愿者招募，受到高校学子及热心志愿服务市民的强烈反响。截至2月29日报名结束，组委会共收到7543份申请，其中全日制学生占比超过7成；90%以上的志愿者申请人具备外语技能。组委会将于4月上旬通过选拔与面试，确定800位志愿者的具体人选，并开展通用培训和岗位培训，确保志愿者全部达到上岗要求，为赛事提供“热情、周到、专业”的志愿服务。

皮埃尔-弗拉特-巴迪在新闻发布会上说：“我们很高兴再次来到上海，每次来到这里，我们都能感受到这座城市的活力和上海组委会的充分准备。奥运会资格系列赛是通往2024年巴黎奥运会的最终舞台。它不仅仅是一场体育赛事，更是展示这四项深受年轻一代喜爱的城市街头运动特点的最佳时机。赛事提供集体育、艺术、音乐和文化于一体的沉浸式奥运体验。

上海具备非常全面的办赛条件，黄浦江畔的赛地是首届奥运会资格系列赛的完美舞台。”

推广大使王一博也发来视频打CALL，希望更多年轻人关注奥运会资格系列赛，“5月16日至19日，上海黄浦江滨，让我们一起拥抱体育、文化、创想。”后续，王一博还会参与奥运会资格系列赛·上海相关活动。

系列赛票价设置亲民

在上海拍摄的赛事宣传片在发布会上正式亮相，东京奥运会自由式小轮车女子公园赛冠军夏洛特·沃辛顿2月专程来沪参与拍摄。中国霹雳舞国家队队长商小宇代表运动员发表感言，他表示自己一定会好好把握这次为国争光、为家乡而战的机会，珍惜每次训练，争取在奥运会资格系列赛中出线，在巴黎奥运会上取得理想成绩。

据了解，为了让更多人能够到现场体验国际奥委会旗下这项新兴赛事，同时满足不同群体的体验和观赛需求，本次赛事票价设置亲民，门票分为体育节入场券和单场观赛票两种类型，设置了早鸟票、学生票、双人票、家庭票及团购票。本次赛事预计将于4月上旬开启售票，购票平台为大麦网，更多票务信息，请关注“上海体育”政务微信、“上海体育发布”微博及大麦网信息发布。

赛事方面，5月16日至17日进行预赛，5月18日至19日为各项目决赛日。届时，自由式小轮车、滑板、霹雳舞、攀岩四个项目的全球顶尖高手和运动爱好者将云集沪上。比赛期间，除了可以欣赏激烈精彩的巅峰对决，每天还将会有融合音乐、艺术、潮玩、街舞等元素的城市嘉年华活动在赛场旁的时尚舞台活力上演，更加凸显这项赛事年轻、时尚、新潮的特点，实现文体商旅展的相互融合。



上海消费市场在新年实现了开门红。

青年报记者 郭颖 摄

■《本市促进服务消费提质扩容的实施方案》提出，至2027年，在服务消费各领域形成一批新增长点，全面提升上海服务消费的国际知名度、品牌集聚度、消费便利度和政策引领度，服务零售额占社会零售总额的比重超过50%；至2035年，形成集聚和辐射全球市场的高品质、创新型、数字化、融合化、绿色化服务消费新体系，服务零售额占社会零售总额的比重超过60%。

青年报记者 郭颖

本报讯 促进服务消费提质扩容，昨天，市政府新闻办举行新闻发布会，介绍《本市促进服务消费提质扩容的实施方案》有关情况。

新业态新模式不断涌现

据介绍，2023年上海服务消费对社会零售总额的贡献率接近60%，比商品零售额贡献率高出10多个百分点。从发达国家发展经验看，当人均GDP超过1.5万美元时，服务消费将在居民消费支出中占主导地位。当前上海人均GDP已达2.7万美元，居民消费观念不断升级，消费方式不断拓展。

上海服务消费新业态新模式不断涌现，以实景游戏为代表的沉浸式体验娱乐，以冰雪运动、极限运动为代表的户外时尚体育等服务消费新业态层出不穷。“商旅文体展”加速融合，商业综合体中剧场、健身、轮滑、桌游、医美等服务业态加速发展。数字技术的快速迭代加快了“5G+”“VR+”“AI+”升级，引发了元宇宙等新一代消费热点。国际知名体育赛事活动不断，更多海外优秀文化作品在上海首发、首演、首映、首展。

《实施方案》提出，至2027年，在服务消费各领域形成一批新增长点，全面提升上海服务消费的国际知名度、品牌集聚度、消费便利度和政策引领度，服务零售额占社会零售总额的比重超过50%；至2035年，形成集聚和辐射全球市场的高品质、创新型、数字化、融合化、

绿色化服务消费新体系，服务零售额占社会零售总额的比重超过60%。

《实施方案》提出了涵盖文旅、体育、健康、养老、信息、金融、教育、餐饮、家政、居住和交通等11个服务消费领域到2027年的具体目标。结合总体目标和具体目标，《实施方案》提出了针对性、创新性和引领性较强的12个方面37项举措。

“我们把‘推动服务消费领域场景跨界融合发展’作为促进本市服务消费提质扩容的发力点之一。”张国华介绍说，《实施方案》专门安排了一个版块提出要推进打造融合化服务消费场景：创新大健康服务融合消费模式，推进商旅文体展深度联动，促进服务消费的数字化融合。“比如小红书去年推出马路生活节，全面融入了文化、体育、信息等不同领域消费内容，取得了广泛的社会影响。”

打造融合化服务消费场景

立足上海文旅“都市型、综合性、国际化”的特点，以延长在沪停留时间、提升在沪消费水平为目标，迭代升级上海文旅产品体系。“文娱演出方面，今年演出市场有望延续2023年火热态势。”梅程红透露，截至目前，梅奔、东体等主要大型演出场所的预定场次已达176场，接近去年的194场，预估今年总场次和票房有望超过去年。

在体育消费领域，重点是发展顶级体育赛事活动、激发体育消费新动能、完善体育服务消费支持政策3项举措。在健康消费领域，重点是丰富康复服务消费

供给、构建海派中医药服务体系、打造高品质医疗服务消费品牌3项举措。在养老服务领域，重点是发展社区和居家养老服务、培育个性化多元化养老服务模式2项举措。

在信息消费领域，重点是改造升级信息消费基础设施、支持在线新经济总部型企业发展、支持信息服务产品出海、促进信息服务消费产品研发4项措施。在金融消费领域，重点是丰富消费型保险产品供给、优化商业健康保险发展环境、支持金融机构创新服务产品3项举措。在教育消费领域，重点是积极发展国际教育服务、大力发展终身教育服务、推进发展专业培训服务3项举措。

在餐饮消费领域，重点是集聚餐饮品牌资源、打造美食地标、优化餐饮服务发展生态3项举措。在家政消费领域，重点是扩大家政服务供给、提升家政服务品质水平、创新家政服务消费场景3项举措。在居住消费领域，重点是支持住房租赁企业发展、优化物业服务供给、规范发展房地产中介服务3项举措。在交通消费领域，重点是大力发展邮轮服务消费、提升铁路和航空服务消费能级、创新交通复合式消费场景、优化快递服务消费体系4项举措。

此外，方案还提出打造融合化服务消费场景的3项举措，以及工作机制、支持政策、人才队伍、统计监测、消费环境、对外开放等6个方面的保障措施。促进服务消费提质扩容工作已纳入本市建设国际消费中心城市领导小组工作机制。