

# “五五嗨购”之后 欢度“上海之夏”

## 第五届“五五购物节”和首届“上海之夏”国际消费季将接连举办

上海昨天举行市政府新闻发布会。记者从发布会上获悉，今年我市将继续组织开展第五届上海“五五购物节”，并接着举办首届“上海之夏国际消费季”活动。

青年报记者 郭颖

### 推出一批创新举措

第五届上海“五五购物节”从4月下旬持续至6月底。今年的“五五购物节”将进一步突出商旅文体联动、商品和服务共促、品牌和场景共融，着力将上海“五五购物节”打造成为“稳增长”的重要引擎；统筹消费和投资的重要平台；培育新模式、新品牌、新场景的“试验田”；成为上海加强全球推介、建设国际消费中心城市、打响上海“四大品牌”的重要功能性平台和重大标志性活动。本届“五五购物节”将重点聚焦做增量、强联动、提品质、优环境推出一批创新举措。

聚焦“做增量”，着力吸引外来消费。“五五购物节”期间，联动机场、航空公司、高铁、旅行平台、离境退税商店等主体，推出“爱购上海”特色活动，让境内外旅客来沪体验友好、便捷、舒适的消费环境，塑造“国际友好”消费名片。

聚焦“强联动”，加强商旅文体展一体联动。将在本市促进服务消费政策基础上，于“五五购物节”期间出台加强商旅文体展联动政策措施，吸引更多高能级、高流量、高品质的节赛展演活动落地上海，推动商品消费与服务消费相互促进，打造场景更丰富、供给更创新的城市消费嘉年华。

聚焦“提品质”，开展首发、

首展、首秀、首店集中推介。将推出“首发上海”全新IP，出台“首发经济2.0”支持政策，持续升级“全球新品首发季”，在商圈、街区、博物馆、艺术馆、展览馆等多种场景推出品牌首发、首展、首秀、首店。

聚焦“优环境”，最大限度发挥政策撬动作用。进一步优化外卡支付、行李箱寄存、7天无理由退货等精细化、友好型服务，提高上海“五五购物节”服务质量。推行同一场地同类活动一次许可报批制度，持续打造国际化一流的营商环境，营造全球友好、全龄友好、活力更足、体验更优的消费市场环境。

### 做强15大标杆活动

本届“五五购物节”将聚焦首发经济、品牌经济、夜间经济、直播经济等四大经济以及新型消费、服务消费、汽车消费、绿色消费等四大消费，开展1000余项特色活动。将于4月底举办启动仪式并适时举办成果发布仪式，打造“全球新品首发季”和“爱购上海”两个核心项目，做强15大标杆活动IP，推出16个区“一区一主题”活动以及多场特色主题活动。

15个标杆活动为：上海夜生活节、乐游上海艺术季、上海绿色消费季、上海汽车品质消费嘉年华、上海进口嗨购节、上海数字生活节、上海国际咖啡文化节、上海制造佳品汇、上海环球

美食节、钻石珠宝文化节、上海体育消费节、“2024上海城市体验+年华”、上海邻里生活节、上海丝路云品电商节、“幸福直通车”午间市集。

### 邀你欢度“上海之夏”

今年，在“五五购物节”之后，上海将陆续推出全新打造的城市暑期促消费活动新IP——“上海之夏”国际消费季，英文推广名是“Shanghai Summer”，主题活动的举办时间从7月首个周末持续至10月的第二个周末，活动时间涵盖了暑假、夏日带薪假期、中秋节、十一黄金周等节假日时间段。

上海将充分发挥精品文旅资源丰富、优质商品服务汇聚的优势，结合国际航空枢纽、国际邮轮枢纽港，以及铁路、公路等综合交通便利条件，在主题活动期间推出65场高品质、高流量、高能级的演唱会、音乐节、文艺演出、文博美术大展、重大体育赛事，并针对暑期休闲出行特点，联合商家、平台、酒店、景点、场馆等，推出一批体现上海国际化、品质化消费环境的服务举措，形成文旅引流、联动成势、服务提质的态势，打响“上海之夏”暑期消费促进新品牌。

广大市民可通过上海“一网通办”平台，“随申办”APP等渠道，查询“五五购物节”“‘上海之夏’国际消费季”活动排片表，参与和体验各项精彩活动。



“投资上海”广告产业推介会现场。

青年报记者 刘秦春 摄

## 全国约1/4头部广告企业来自上海

2024年“投资上海”广告产业推介会召开

青年报记者 刘秦春

本报讯 昨日下午，2024年“投资上海”广告产业推介会在普陀区数字广告园区召开。记者从推介会上获悉，“十四五”以来，上海广告业以数字化转型为主攻方向，推进广告业智能化、集约化、国际化发展，营商环境持续优化，产业对经济带动引领充分彰显。

上海“国际数字广告之都”建设取得了新成效。据统计，2023年上海规模以上广告企业营收达2943.8亿元，创历史新高，同比增长23.7%，占到全国的23.2%，全国约1/4龙头广告企业来自上海，产业发展能级位列全国广告业发展先导级地区。

国家及本市出台的相关政策文件方面，上海首创在营业执照增加“数字广告”相关经营范围表述，2023年本市已有1.7万户企业取得“数字广告”经营范围；广告设计师职业（工种）被列入《上海市急需紧缺高技能人才职业（工种）目录》将按规定享受本市人才引进等政策支持；广告业纳入《上海市服务贸易促进指导目录》为本土广告企业出海提供专项资金支持，本市已有首批5家广告企业获得逾百万元资金支持。

另外，本市还出台了推动广

告业高质量发展的12项举措，从加强政策宣传、落实“十四五”规划、鼓励技术创新、提升创意水平、强化人才培养、推进产业集聚、提升国际化服务能力、推进标准体系建设、促进产业融合发展、提升广告作品质量、加强公益广告宣传、倡导包容审慎监管12个方面推进广告产业能级提升，持续营造良好的营商环境。

“上海是营销高地，架起了国内市场与出海市场、海外市场的桥梁。企业如果有出海需求，那么投资上海是必要的。”汉威士创意集团中国区首席执行官孙二黑表示。

近年来，上海广告产业集聚效应显著，广告产业园区建设成果丰硕，截至目前，嘉定、普陀、青浦、徐汇、浦东、杨浦、黄浦、静安、长宁、宝山等10个区已累计创建各类广告园区15家，本市共计10个区年广告营收超过100亿元，占到全市年广告营收的90%，产业集聚成效显著。

据悉，上海广告业近年来在戛纳、纽约、伦敦等国际、国内各类型赛事中获奖数持续居大陆地区首位。2023年互联网广告发布收入占总发布收入比高达85.3%，上海广告业已迈入数字广告时代。

## 节赛合一 来嘉定享汽车文化盛宴

上海汽车文化节将与F1中国大奖赛同时启幕

青年报记者 杨力佳

本报讯 时隔4年，4月19日-21日，F1再次回归上海，回归嘉定，回归上海国际赛车场。昨天上午，记者从嘉定区了解到，主题为“上海‘嘉’速”的2024年上海汽车文化节也将在4月19日至5月31日举行，和往年相比，今年的时间跨度更长、内容更加丰富，持续放大“节赛合一”综合效应。据预测，届时将有20万人流引入嘉定。

据介绍，本届上海汽车文化节的活动将在以上海国际赛车场和远香文化源为中心的嘉定文旅IP活动区举行。

在上海国际赛车场，推出赛车运动、赛场嘉年华为特色内容的

“上赛道”系列文旅IP主题活动。

在远香文化源，推出汽车历史、汽车生活、汽车未来为特色的“嘉速度”系列文旅IP主题活动，包括古董车巡游、汽车大咖品牌秀、汽车露营、汽车影院、汽车后备箱市集、世界汽车运动百年主题展等体验活动，营造精彩丰富的汽车文化氛围。

嘉定9个A级景区对持有2024F1中国大奖赛电子票或工作证人员实行免费开放。同时，围绕区内南翔印象城、嘉亭荟城市生活广场等商圈，南翔小笼、徐行糕点等美食，凯悦酒店、愚农庄园等特色酒店和民宿，开展节庆特惠活动，打出惠民让利组合牌，让市民游客在嘉定“游”得顺畅、“吃”得特色、“住”得舒适、“购”得便捷。

## 15大标杆活动亮点纷呈

**上海数字生活节：**推出“数字生活”“品牌直播”“数字商圈”“数字文旅”“数商兴农”等活动，推动网络新消费品牌进万家。

**上海国际咖啡文化节：**于5月初在徐汇滨江举办全市最大规模“咖啡+文体旅商展”嘉年华，推出咖啡市集、老字号品牌展示、体育赛事、演艺演出等跨界内容。

**上海制造佳品汇：**以国货潮品为着力点，聚焦“时尚八品”，培育发展新质生产力，推进上海消费品制造企业“增品种、提品质、创品牌”，以更优供给满足时尚消费需求。

**上海环球美食节：**举办环球美食市集、中外主厨技能交流、全球优质地标食材首发、上海宝藏美食季等活动，发布上海环球美食指数报告、推出年度环球美食指南和上海味道年度榜单，打造上海国际美食之都。

**钻石珠宝文化节：**开展品牌快闪、潮流市集等“珠宝+文化”展示活动；举办珠宝首饰创意设计大赛；老凤祥、周大福等一批珠宝企业也将推出一批婚嫁新品和优惠折扣。

**上海体育消费节：**围绕“尚嗨运动”主题，依托奥运会资格系列赛、F1中国大奖赛、上海马拉松等重大赛事，开发各类赛事

展演、赛事衍生品等消费项目，深入推动上海赛事与商业、文化、旅游、展览等产业融合发展。

**“2024上海城市体验+年华”：**推动航空公司、品牌酒店、餐饮首店打造“航空+酒店+餐饮”融合消费场景。举办“2024上海国际养老、辅具及康复医疗博览会”，同步举办“银发生活节”活动，布设适老化改造样板间体验场景，让长者在即试、即用的体验中享受品质生活。

**上海邻里生活节：**举办“邻里买菜日”“家庭保洁日”“家电清洗日”“超市特价日”“洗涤护理日”等为期一周的主题日活动。启动社区“以旧换新直通车”活动，推动更优质的产品与服务下沉社区，打造“有温度”的邻里家园。

**上海丝路云品电商节：**推出巴基斯坦、乌兹别克斯坦、意大利、智利等国家的主题日活动，并举办丝路云品咖啡节、红酒节、美食展、丝路云品展销等活动，让消费者足不出户品味丝路好物，感受丝路国家风土人情。

**“幸福直通车”午间市集：**利用职工午休等工余时间，推动优质商品服务进企业、园区、楼宇，解决职工“有消费意愿、有消费能力、无消费时间”情况，打造“午间经济”消费场景。