

一部剧的复购率为何高达5.8次?

上海3·15座谈会聚焦消费新动能,推动文商旅体展融合



“富贵香山十二令”品牌的中医养生糕点。

昨日上午,2026年上海市“提升消费品质 赋能美好生活”——3·15国际消费者权益日座谈会在上海锦江小礼堂召开。会议肯定了2025年以来市消保委秉持“消费者至上”宗旨,在优化消费环境、助力消费提振、共筑满意消费等方面取得的新成效和新业绩。

青年报见习记者 张振宇



德语版《摇滚莫扎特》剧照。

青年报资料图

会议对消费者权益保护领域做出了进一步要求。首先,要提高站位、凝聚共识,充分认识保护消费者权益对于促进消费、鼓励公平竞争的重要价值以及与提升生活品质的紧密关联。

其次,要开拓创新、把握重点,筑牢“质”的基础,推动消费品迭代升级;回应“新”的期待,推动新型消费加快发展,支持品牌跨界联名、文商旅体展场景深度融合;涵养“优”的生态,推动消费纠纷多元化解、源头治理,充分运用数字化手段提高投诉处置效能,跨前制定适配新消费业态的标准规则。

最后,要协同联动、汇集力量,强化部门携手联动,压实企

业主体责任,发挥消保委核心纽带作用,围绕“政府主导、部门协同、行业规范、企业主责、社会参与、舆论监督”的主线,将有为政府、有效市场和有组织的社会力量有机结合起来,共筑消费发展良好生态。

在交流发言和主题分享环节中,大家的发言和分享为这三点要求做了更为生动的诠释。上海文化广场剧院管理有限公司总经理费元洪带来的一组数据,让在场嘉宾直呼“涨知识”:法语音乐剧《摇滚莫扎特》的观众平均年龄仅25岁,复购率却高达5.8次——这意味着每名粉丝平均观看近6场,全场次一场不落

的观众也不在少数。他揭秘,文化广场会员已达78万,贡献全年80%以上音乐剧票房,其中十分之一的核心观众占据票房的40%以上。“每场谢幕后,粉丝会自发用德语或法语全场大合唱,这已成为魔都一大文化现象。”

费元洪的结论是:“当物质不再短缺,文化的消费细分必然万花齐放。过去是一万人做十件事满足一万人,现在是一万人做一万件事满足一千万人。”这正是会议提出的“开拓创新、把握重点”的生动注脚——回应“新”的期待,推动新型消费加快发展。

更“潮”的是,上海豫园集团推出的“富贵香山十二令”品牌,将药食同源与二十四节气结合,

推出零添加的中医养生糕点茶饮,市场反馈积极。“今年还将推出更多系列,让更多年轻顾客接受养生产品。”上海豫园旅游商城(集团)股份有限公司党委书记、董事长李舜说。记者了解到,今年下半年品牌将在澳门开设品牌首店。李舜的分享印证了会议“筑牢‘质’的基础,推动消费品迭代升级”的要求。在当下,老字号应兼顾科技创新和文化遗产,让传统焕发新生。

杨浦区副区长苟如虎分享了数字消费维权的新探索:在抖音电商设立全市首家线上维权联络站,智能AI实现2小时响应、72小时定方案、5日内完成调解。93%的投诉通过联合站处

理,先行赔付超3000万元。

市商务委副主任刘敏则从国际化视角,介绍了上海打造“近悦远来”消费环境的努力:全市离境退税总额占全国近50%,去年新增退税商店1073家。她特别提到,上海商圈能级提升行动中,街面业态的活力催生了无数新模式,“让入境游客在街面行走时就能看见新消费”。

市市场监管局副局长陈睿透露,去年市监局针对“内卷式低价竞争”“大数据杀熟”等问题,监管部门正加强动态监测和靶向监督,运用数字化手段提高投诉处置效能。而这也正是会议“涵养‘优’的生态,推动消费纠纷多元化解、源头治理”的实践。

不得进入室内 不得进入餐厅 上海部分商场撤除“宠物友好”标识

工作日中午,南京西路永源路街区,一只4岁的边境牧羊犬Coco正欢快地“串门”:一会儿在大草坪上撒欢,一会儿跑进毗邻的鞋店歇歇脚,这里是一处宠物友好商圈。然而,最近宠物圈里正流传着这么一个说法:狗狗不能进商场了,商场不再宠物友好!真的是这样吗?事实究竟如何?记者展开调查。

青年报记者 郭颖
实习生 陈宜嘉

物友好”相关标识。

兴业太古汇方面表示,此次政策调整依据《上海市养犬管理条例》中商场等公共场所禁犬入内的法规要求,叠加此前收到的各类消费者相关投诉,为维护商场公共秩序、优化整体消费环境,决定对“宠物友好”政策予以收紧。

港汇恒隆广场同样表示,政策调整严格依据现行法律法规,同时结合政府监管相关要求,为进一步保障全体消费者的人身安全与消费体验,正式终止商场



年轻人在宠物友好街区遛狗。

青年报记者 郭颖 摄

内所有“宠物友好”相关服务与通行许可。真如环宇城自去年起即严格执行宠物禁入。

部分商场则未“一刀切”。如静安嘉里中心未设统一标准,由各店铺自主决定,但记者留意到,该商场目前已不再张贴“宠物友好”相关标识。

“我们作为宠物友好商场,已在官方小程序中设有明确的宠物友好服务入口,方便宠主获取相关指引。”上海佛罗伦萨小镇相关负责人告诉记者,目前,

小镇内的餐饮商户均设有明确标识,暂不开放宠物入内,但是,除餐饮外的其他店铺则默认允许宠物进入。在宠物入园规范方面,商场规定体高在膝盖以下的宠物可使用牵引绳,体型较大的宠物则需使用宠物车或宠物包,商场会免费提供宠物车服务。“我们4月还将推出一系列面向宠物的活动,包括宠物奔跑比赛、小镇寻宝、拍照打卡、宠物下午茶等。”

同样对宠物持欢迎态度的

还有上海苏河湾万象天地。“目前我们还是宠物友好商场,只是根据要求,现在宠物不便进入室内,但是我们整个商场都是峡谷商业,室外商业区域较多。室外区域和草坪都属于宠物友好范围。”苏河湾万象天地方面表示,商场3月20日至5月5日推出的“苏河不知春”互动体验场景,以花为媒,编纂春日的时尚注脚,欢迎狗狗们一起来“踏青”。

此番上海商业综合体宠物管理政策的调整是多重因素共同推动的结果,其背后,既有法规的刚性约束,也有不文明养宠行为引发的投诉上升。《上海市养犬管理条例》明确规定商场等公共场所的禁犬红线,该条例有效期已延长至2026年8月16日。同时,不文明养宠行为引发的矛盾长期存在,宠物未牵绳、随地排泄、吠叫扰民甚至进入餐饮区域同食等问题,导致相关投诉量上升,增加了商场的运营与纠纷处置成本,成为政策收紧的重要因素。

与此同时,由中国百货商业协会等起草的《宠物友好型商场运营规范》团体标准于2026年2月1日正式实施,也推动上海商业体对宠物管理模式进行重新梳理,封闭室内型商业综合体逐步回归宠物禁入模式,宠物友好模式向规范化、精细化方向过渡。