

实探上海“夜游”：多元体验点亮城市文旅新业态

夜幕降临、华灯初上，观夜景、品美食、享购物正成为许多市民游客的选择。在当前文旅发展新趋势以及市民游客新需求等多重因素影响下，“夜游”开始释放巨大潜能。

在上海，围绕夜购、夜食、夜秀等多个维度，相关单位正推出一批特色“夜游”活动。值得一提的是，通过举办100余项主题活动，打造城市形象新窗口、夜景旅游新IP的首届上海国际光影节，将光影艺术盛宴与各类文化、商业、体育活动相融合，变“流量”为“留量”，为商业消费增添新动能，为城市地标注入新活力。此外，已连续举办三届的“豫园·仲秋月神游”活动，今年继续融合中式哲学，并呈现出更加丰富的活动内容。中国证券报记者在活动现场看到，通过楼宇泛光秀、梦幻灯组等展现形式，吸引了众多市民游客前往观赏。

业内人士分析认为，“夜游”并非只集中于某个单一环节，本质上是一种多元化体验，通过食、游、购、娱、体、展、演等在内的诸多元素构成夜间消费市场，激发消费活力。

● 本报记者 乔翔 黄一灵



市民游客打卡外滩“超级月亮”

本报记者 乔翔 摄



豫园灯会最新光影作品——山海奇豫记之蘑菇丛林

本报记者 乔翔 摄



上海月光中心一餐饮商户

本报记者 黄一灵 摄



视觉中国图片

两大IP打造新场景

在刚刚落幕的第35届上海旅游节期间，上海特别推出了都市新“夜”态培育计划。值得一提的是，本届上海旅游节与首届上海国际光影节会期相近，两大IP正向叠加，双向联动，活跃夜间经济，丰富文旅供给，打造全天候、全时段的文旅消费新场景，进一步体现都市旅游品质化、多样化和全域化的特征。

巡展活动中缤纷上演的都市夜秀受到关注。以花车巡展为例，记者10月6日在上海某重点地标及商圈看到，花车在传统工艺的基础上融入数字体验、国潮美学和非遗特色，通过技术与创意的升级，打造



了一座座流动的城市博物馆、演艺大舞台，绘就出城市光影“热力图”，为广大市民游客奉上独特的观“光”体验。

本届上海旅游节还创新打造“苏州河十二国色水岸旅游节”“乐游云购文旅嘉年华”“大学生旅游节”“唐韵中秋游园会”等旅游节重点品牌活动。除此之外，还有“江南吃货节”“德国啤酒节”等丰富的都市夜娱活动，以及“豫园·仲秋月神游”“金山朱泾花灯会”“嘉定南翔国潮大会”等各类灯会、民俗非遗、国风市集、“古镇新发现”活动，营造出亲民浓郁的“烟火气”氛围。

据悉，在首届上海国际光影节期间，上海重点文博场馆、美术展馆、公共图书馆延长夜间服务时限，特别策划推出博物馆奇妙夜、畅游美术奇妙夜和预见未来奇妙夜等一系列“夜赏”“夜秀”“夜读”高品质活动。

记者从上海市历史博物馆了解到，该博物馆在10月1日至10月6日期间，延长开放至19时。而在稍早前，颇受市民游客欢迎的2024上海博物馆古埃及展在2024年暑假期间（7月19日至8月31日）的每周二至周五特增设夜场（17时至21时）。

上海市文化和旅游局介绍，首届上海国际光影节在全市范围内设置了119处夜景特色打卡点，联动900余处“商旅文体展”场所，共同点亮了1100余栋重要建筑，在上海展览中心举办的首届上海国际光影节主会场活动带动周边夜间消费环比增长14.93%。

作为上海光影艺术代表作之一的豫园灯会也亮相首届上海国际光影节，在上海展览中心的主会场活动上，豫园灯会的最新光影作品——“山海奇豫记之蘑

菇丛林”揭开神秘面纱，让市民游客可以提前感受到上古神话故事中神秘而多彩的丛林世界。

记者从豫园股份了解到，2023年和2024年两届豫园灯会均吸引超过400万人次参与，有效带动了周边的夜间消费。

除了本次揭晓的豫园灯会最新光影作品，第三届“豫园·仲秋月神游”和BFC“秋光溢彩”时尚秋日主题季也作为首届上海国际光影节的重要推介活动于9月6日至10月7日精彩上演。

豫园股份相关负责人告诉记者，9月6日至10月7日期间，超过20个“月亮”在豫园商城和BFC外滩金融中心同时闪亮，并设置了7大打卡点，让市民游客在与月光的互动中，感受秋季的松弛与惬意。

政策引导支持

“夜游”兴起已是近年来上海旅游消费市场的一大亮点，这背后离不开相关政策的引导和支持。

上海市商务委员会副主任刘敏介绍，作为今年“上海之夏”国际消费季的标杆活动之一，在首届上海国际光影节期间，上海商业领域将围绕“魅力光影 精彩消费”主题，推出“光影票根享优惠”“商圈光影艺术秀”“点亮璀璨夜上海”三大板块商圈联动活动，放大光影节“票根经济”效应。

记者从南京西路、徐家汇、中山公园等重点商圈部分商户了解到，消费者完成购物体验后有机会获得光影节入场券。例如，久光百货、兴业太古汇、静安大悦城等20家商场推出了消费满额获赠光影节入场券活动。

部分商圈还推出“光影票根礼遇”活动。例如，上海苏河湾万象天地推出“苏河茶市”以及光影节体验团购券；久光百货结合周年庆推出“光影福袋”；黄浦区新世界大丸百货、新世界城推出持光影节门票，可享受餐饮优惠或商场购物优惠活动；徐汇区联动“闪闪手环”主题活动，发放万余份消费折扣券；长宁区苏宁易购长宁路店推出凭光影节门票到店购买部分大家电品牌产品，可享满减活动。

值得一提的是，上海今年初发布的《上海市景观照明规划（2024—2035年）》明确提出，要以高标准要求打造高品质景观，促进景观照明绿色低碳发展，展示“典雅精致、温馨舒适、繁华时尚、流光溢彩”的“不夜城”形象。其中还提出，创办上海国际光影节，以光影艺术为载体，体现上海元素、中国特色，展示景观照明新型艺术装置，展演主题光影秀，并举办产业高新技术成果博览会，推动上海景观照明产业发展。同时，进一步助力“夜经济”繁荣，推进“国际级消费集聚区、市级商业中心、地区级商业中心、社区商业”夜景提质升级。

值得进一步的是，上海今年初发布的《上海市景观照明规划（2024—2035年）》明确提出，要以高标准要求打造高品质景观，促进景观照明绿色低碳发展，展示“典雅精致、温馨舒适、繁华时尚、流光溢彩”的“不夜城”形象。其中还提出，创办上海国际光影节，以光影艺术为载体，体现上海元素、中国特色，展示景观照明新型艺术装置，展演主题光影秀，并举办产业高新技术成果博览会，推动上海景观照明产业发展。同时，进一步助力“夜经济”繁荣，推进“国际级消费集聚区、市级商业中心、地区级商业中心、社区商业”夜景提质升级。

多层次提升城市形象

有行业分析师认为，夜间景观的打造可以进一步扩大城市影响力，而“夜游”作为展示城市风貌和城市



活力的重要载体，能够在消费、文旅、民生等多层面提升城市形象，从而带来社会效益。

不仅是上海，近期，多地纷纷出台相关政策举措，鼓励夜间餐饮、夜间旅游等活动，加快“夜经济”高质量发展，进一步释放消费潜力。例如，今年3月，西安市召开2024年全市商务工作会议，在安排部署2024年重点工作任务中明确提出，协调推动10个商业街区改造提升，举办2024年中国城市夜间经济发展大会，打造10个左右的夜间消费集聚区。

为进一步加快“夜经济”发展，促进夜间消费提质升级，一些城市更是拿出真金白银。今年3月，宜昌市出台《支持夜间经济发展若干措施》，全方位推动夜间消费集聚、彰显“夜食”特色、提升“夜购”品质、擦亮“夜游”品牌、丰富“夜娱”体验、完善夜间消费配套、打造夜间消费品牌。其中提到，鼓励企业或特色商业街区所在乡镇（街道）创建夜间消费集聚示范区，对获得省级、市级认定的，将分别给予10万元、5万元一次性奖励。对获评市级夜间消费示范街的，给予3万元一次性奖励。

智研瞻产业研究院报告显示，我国夜间经济市场规模已从2018年的22.54万亿元增长到2023年的50.25万亿元。

业内人士认为，“夜经济”是扩大市场需求、促进居民消费、创造就业岗位的重要抓手和新动力。如果城市管理延续过去的思维和模式，难以满足“夜经济”健康发展的需要。因此，需要加快对城市现有管理体系的梳理和调整，既要规划好“夜经济”的空间布局，也要理顺城市公共服务体系运行机制。

政企协同 激活假日消费新活力

● 本报记者 黄一灵 乔翔

“我最近每天都在抢上海消费券，前几天抢到餐饮消费券后去吃了火锅，太值了！”家住上海浦东新区的小夏告诉中国证券报记者。

日前，上海宣布面向餐饮、住宿、电影、体育四个领域发放服务消费券，合计投入5亿元。记者调研获悉，国庆假期期间，消费券对餐饮、电影等消费群体的客流拉动起到了较大作用。

纵观全国，今年国庆长假期间，在各地多措并举影响下，全国消费场景创新多元，旅游、百货商超、影院、白酒等各类消费市场呈现积极增长态势，迎来了一场假日经济的“热潮”。与此同时，多家上市公司推出系列新举措、新产品、新业态，合力激活假日消费新活力。

真金白银促消费市场升温

9月下旬，上海决定面向餐饮、住宿、电影、体育四个领域发放服务消费券，投入市级财政资金5亿元，其中餐饮3.6亿元、住宿9000万元、电影3000万元、体育2000万元。

据悉，四类消费券均采用先到先得方式领取。餐饮、住宿消费券每周发放，电影、体育消费券每天发放。餐饮、住宿、体育消费券自发放之日起7天内有效，电影消费券自领用之时起24小时有效。位置信息定位在上海的用户可领取餐饮、电影、体育消费券，领取住宿消费券的用户不用通过位置信息校验。

记者获悉，不少上海市民在蹲点抢上述消费券，尤其是餐饮类消费券。小夏进一步称：“我第一轮第一批并没有抢到，有点可惜。所以，10月5日的第一轮第二批抢券特意设置了提醒，最后抢到满1000元减300元的餐饮消费券，立刻叫上几个朋友去吃了大餐，非常开心。”

记者日前在上海多家购物中心看到，餐饮消费券参与商户均在门口位置放置显眼宣传物料，吸引消费者进行消费券核销。与此同时，部分参与商户也推出配套消费满减措施。例如，上海老字号餐饮杏花楼集团日前开启相关活动，预计将发放2000万元消费券。杏花楼集团表示，凡在杏花楼集团旗下25家指定门店进行堂食消费，实际支付每满300元即可获赠100元消费券。该券用于堂食消费，可无门槛使用至今年年底，且本次优惠可与上海餐饮消费券叠加使用。

上海市黄浦区某火锅商家透露：“餐饮消费券对于消费拉动较为明显，近几天不少客人都出示并使用了消费券，也不断有抢到券的消费者来电咨询消费券是否可用以及订座。我们每天不限制消费券的使用数量，只要有就可以使用。”

根据上海市商务委员会消息，国庆假期期间，上海市线下餐饮消费达80亿元，同比实现两位数增长。其中餐饮消费券引流效果显著，第一轮第一批、第二批发放以来，餐饮企业的客流量和客单价显著提高，极大提升了餐饮企业特别是正餐企业的经营信心，商业综合体和餐饮商户纷纷推出配套消费满减措施，朋友聚餐、家庭聚餐显著增加，商务宴请稳步回升，营业额增长预期显著提升。

值得一提的是，上海本轮消费券总体分两个阶段发放，第一阶段是9月底至10月底，发放更多餐饮、电影消费券，营造消费热潮，吸引外来消费。第二阶段是11月至12月，在淡季多发住宿、体育消费券，拉动淡季消费。

发挥撬动消费杠杆作用

不止上海，为进一步促进消费，全国各地纷纷推出消费券政策，以期激活市场。

近期，多地开始派发新一轮消费券。例如，9月30日，湖北省商务厅发布2024年第二批“惠购湖北”3C数码产品消费券发放公告，称拟于10月1日起在全省发放第二批3C数码产品消费券5000万元。

从9月26日至10月31日，四川省委投入超4亿元财政资金用于2024“蜀里安逸”消费券发放，其中3亿元用于发放“蜀里安逸·焕新生活”家居家装消费券。

在推进汽车、家电等消费品以旧换新的基础上，河南省将投入省级财政资金2亿元，从10月份起在全省范围内分4批发放金秋消费券，每批次安排资金5000万元，可在餐饮、住宿、电影等方面使用。

从各地消费券类型来看，各有侧重，但餐饮消费券仍占据较大比重。专家认为，消费券具有杠杆效应，发放消费券能直接增加消费者购买力，并有效拉动地方消费。其中餐饮业是劳动密集型行业，在吸纳就业、稳定社会、促进内需等方面作用大。

海通证券研报显示，消费券对消费的撬动作用比直接发放现金更强，可以产生杠杆效应，短期内有望释放消费潜力，促进消费持续恢复。以上海本轮消费券为例，北京大学国家发展研究院《我国消费券发放的现状、效果和展望研究》报告表示，假设核销率在70%至95%之间，并给予3.5倍至5倍的关联消费倍数，预计本轮5亿元消费券可能拉动约12亿元至24亿元消费额。

不过，部分地区消费券发放已开始出现拉动效果不及之前的现象，面临使用门槛较高、消费场景狭窄、老年群体和低收入人群难以享受到消费券的政策红利等问题。业内人士认为，未来消费券还有较大提升空间，其发放、使用规则有待进一步完善，这样才能让消费券撬动更多的社会资源并带动更大的消费市场。

上市公司多措并举形成合力

消费市场的火热，离不开政策补贴，也离不开各类商家平台的参与和支持，其中消费类上市公司便是其中的重要一环。记者注意到，为满足消费者多元需求，上市公司纷纷推出相关举措，进一步激活假日消费新活力。

文旅消费领域，祥源文旅全力推动文化与旅游的深度融合，从璀璨的非遗炭花舞到热门的民间绝技展演，从奇幻的“天命人”挑战到有趣的“森野动物奇遇记”，从反差的“丹霞非遗夜”到浪漫的“丹霞非遗夜”。数据显示，祥源文旅旗下各旅游目的地国庆假期前6日共计接待游客76.38万人次，较2023年国庆假期前6日增长29.19%。其中，齐云山、莽山、百龙天梯及碧峰峡接待的游客人次和实现的营收均创造历史新高。

国庆假期是零售百货公司重要的消费黄金期，王府井、百联股份、茂业商业、利群股份、永辉超市等百货、商超公司均表示，国庆假期期间，公司各门店提前备足商品货源，丰富商品种类，开展多种主题营销活动，进行多领域联动、多场景布局、多业态融合，积极营造节日氛围，以优质的商品和实惠的价格满足节日期间顾客消费需求。

其中，永辉超市今年下半年开始通过学习胖东来模式在全国6个城市调改了8家门店，调改后的门店在商品、服务、环境等各方面都得到了明显的改善。国庆长假期间，上述8家调改店总销售额超4500万元，平均店日均销售额约81万元，店日均客流为7700人次。店日均销售和客流对比调改之前分别增长超过5倍和4倍，相比去年国庆黄金周也分别增长约4倍和3倍。

与此同时，受益于国庆消费场景众多，白酒市场需求增加。近年来，“金九银十”都是白酒消费旺季。中秋、国庆假期期间，人们走访亲友、宴请聚餐及商务送礼增多，对于白酒的消费需求普遍增加。相较中秋假期，国庆假期消费存在明显的差异化场景，除请客吃饭送礼之外，由于国庆假期本就是婚宴消费的高峰期，婚宴用酒较多。记者获悉，国庆假期期间，上市酒企在抓紧开启节日促销活动的同时，也积极通过回厂游、封坛仪式等活动进一步促进销售。