

实探上海商圈“花样上新”：打造多元场景“引力场” 消费潜力不断释放

自2020年开办以来,日前启动的2025年上海“五五购物节”成为消费补贴力度最大、覆盖面最广的一届。

中国证券报记者在上海各大商圈实地调研发现,在上海贯彻国家提振消费专项行动方案,全力推动消费提质扩容的行动下,本届“五五购物节”进一步突出以“品质消费、创造需求”为主线,推出了一批新模式、新品牌、新产品、新地标,打造融合“商旅文体展”元素的沉浸式消费新场景,释放城市消费新活力。

行业人士认为,从单一场景到沉浸式联动,从商品消费到多元体验,全业态协同与全场景创新形成的全新消费体验,正成为激发消费活力的重要推动力。

● 本报记者 乔翔 黄一灵

抢抓活动商机

从文创市集到精彩赛事,从运动养生到潮流趣玩,作为百联集团旗下一家以商业服务为主的大型综合性上市公司,百联股份联动2025年上海“五五购物节”等重点IP活动,推动文化艺术科技进商场,营造节日特色消费新场景、新空间,围绕首发经济、新型消费、外来消费等方向,激活消费潜力。

百联集团党委副书记、总裁濮韶华表示,2025年上海“五五购物节”期间,公司面向广大消费者推出了众多国货新品与外贸优品,积极承接消费品“以旧换新”政策红利;面向百联通会员,推出兜百联+抽黄金活动并加码投放超10亿元百联消费券。由百联集团主办的“上海乐邻生活节”则将联动百联千家门店,让消费便利触手可及。

豫园股份旗下老庙黄金和亚一金店也在今年“五五购物节”期间特别策划推出了一系列营销活动。例如,老庙黄金推出的优惠活动包括一口价黄金饰品及黄金点钻类饰品特惠9折起,并可叠加政府发放的300元以及500元补贴(满5000元减500元,满3000元减300元)。

作为上海主副食品供应的坚实底座,上海蔬菜集团表示,以2025年上海“五五购物节”系列活动为契机,将持续推出精彩纷呈的活动。例如,在上海江杨农产品批发市场,消费满100元立减25元,且优惠力度可叠加,最高可减



“齐聚前滩里”2025上海国际花展浦东新区分会场



本报记者 乔翔 摄

至125元。

在2025年上海“五五购物节”期间,商业银行等金融机构也在积极助力消费提振。

例如,交通银行上海市分行围绕“扩内需、促消费”的核心目标,全面对接本届“五五购物节”活动框架,创新打造系列活动。例如,聚焦家电、数码、家装等领域,在“国补”“市补”和“企业补贴”基础上,交通银行上海市分行加码推出银行消费优惠(满500元返50元),进一步降低市民的换新成本,有效激发更新换代需求。

浦发银行引入AI机器人赋能智慧客服,紧密贴合汽车消费、商旅出行、美食购物等消费场景,为信用卡持卡人搭建全面的生活消费生态圈。提升境外来华人士支付便利化水平,提供外币自助兑换等服务。对消费金融产品“浦闪贷”进行提额延期,覆盖家电换新、装修、购车、旅游等消费领域,加大“两新”信贷支持力度。

另据上海市商务委介绍,在2025年“五五购物节”期间,上海举办“商圈精品推广节”,开展活动的商圈、商场,都是境外游客喜欢购物的场所。云闪付、支付宝、微信等支付机构,中国银行、建设银行等退税代理机构也为入境游客提供满减、随机减、红包、会员积分、赠送礼品等优惠,营造更好的离境退税消费环境和消费体验。

“花经济”助力“消费热”

记者在采访中了解到,今年“五一”小长假期间,上海市民小葛给自己安排了一场不同以往扎堆赴景区旅游的假期计划——深度体验上海推出的各类精品打卡路线。她的假期第一站选择了位于上海浦东新区的前滩公园巷,体验这里举行的一场以花为“链”的主题花展——“齐聚前滩里”2025上海国际花展浦东新区分会场。

“与传统花展方式不同,这场花展串联起主题市集、文化展演等各类主题活动,这次的游玩消费体验很特别。”小葛告诉记者,自己是一名非遗爱好者,特别爱好各类非遗产品,假期在前滩公园巷的非遗重点摊位还淘到了自己心仪的小物件——利用传统青花瓷技艺制作的一套旅行茶具,“假期结束回到单位后我还把茶具介绍给了同事,有几个同事还问我要摊位的具体信息。”

就在上周六,在为期24天的“齐聚前滩里”2025上海国际花展浦东新区分会场闭幕前,小葛约上同事再次前往这个人气地标,除了感受非遗产品的魅力外,他们此行的另一个目的是为各自的工位拼单一些特色植物。

“花展主题是一次绝佳的产品销售商机,特别是针对工位、窗台等小空间场景,我们精准推出一些具有针对性的创新

产品,结合一系列优惠活动,今年5月以来的销售额相比去年同期有不小的增长。”有花艺店铺商家表示。

“本次花展联结前滩滨江公共空间与前滩公园巷、晶耀前滩、前滩太古里三大商业体,打造多个主题景点,展现全长1.5公里的生态、商业、文化融合沉浸式赏花动线。”作为前滩核心开发主体,陆家嘴集团相关负责人告诉记者,本次花展设计围绕“以花为媒”主题,并结合缤纷花卉和特色商业街区,通过花艺装置将鲜花与商户个性完美融合。

陆家嘴集团提供的数据显示,本次花展共吸引约422万人次参与,不仅让前滩成为热门打卡地,更显著带动了餐饮、零售、文创等行业的消费活力。相关数据显示,本次花展期间,前滩公园巷、晶耀前滩和前滩太古里三个商业体的销售额同比增长21.44%(花展开幕后的首个周末,前滩公园巷销售额环比增长87%),周边酒店入住率也呈现双位数增长。

无独有偶,记者在百联股份旗下第一八佰伴看到,去年底完成焕新升级的“大弯壁”外广场花坛区域,如今已化身为一方“花花世界”。第一八佰伴相关负责人介绍,此次以“绘花”为主题,将商品首发、会员专场答谢会等活动串联融合,通过多维联动激活商圈潜力。

多地明确提振消费路线图

今年以来,全国多地提出新一轮提振消费的举措,其中新型消费成为热词。

日前,《湖北省提振消费专项行动实施方案》对外发布。其中提出,打造新型消费场景。推动商业综合体、商圈、景区、街区“数字+”改造和业态升级,探索运用人工智能、扩展现实、全息投影等新技术,打造沉浸式体验、剧本娱乐、数字艺术、线上演播、非遗文创等消费新场景,拓展泛娱乐生态。

今年5月发布的《广东省提振消费专项行动实施方案》提出,要大力发展新型消费。大力推进“人工智能+消费”,推动自动驾驶、智能穿戴、超高清视频、脑机接口、增材制造等新技术新产品开发与应用推广。

浙江省人民政府办公厅此前印发的《大力提振和扩大消费专项行动实施方案》也明确提出,要积极发展直播电商、即时零售、社区团购、兴趣电商等新型消费业态,2025年新增直播相关企业1000家、培育“绿色直播间”300个。焕新历史经典、中华老字号产品,促进“人工智能+消费”。

记者注意到,虽然多地关于发展新型消费的侧重点有所不同,但都提到了人工智能(AI)这一关键词。

财信证券研报认为,从宏观背景来看,当前我国正处于经济转型升级和内需提振的关键时期,其中,“人工智能+”作为新质生产力的重要驱动力,正在深度重塑消费体系,成为提振内需、促进消费升级的重要抓手。通过AI技术的广泛应用,消费场景不断拓展,消费体验持续优化,消费结构加速升级,为经济高质量发展提供了强有力的支撑。

目前,上海等地已率先探索。记者在上海一家人工智能产品买手店看到,人工智能眼镜、人工智能互动玩偶、人工智能戒指等黑科技产品吸引了不少消费者的驻足体验。据悉,店内产品均由该店精选,且部分产品还未被市场发掘,在该店是首发产品。“比如这款人工智能戒指,不仅是一件时尚装饰品,还能在睡眠时记录心率等指标,监测健康状况。”该买手店店员对记者介绍。

“AI正在重塑商业的价值链和生态圈,零售业作为新技术、新业态、新模式发展很快的领域之一,竞争模式和运营逻辑必然将发生颠覆式的变革。”百联集团党委书记、董事长叶永明表示,公司将不断运用数字化工具,借助AI技术重构“人-货-场”关系、激发消费潜力。

与此同时,“以旧换新”政策也在不断更新。例如,《湖南省提振消费专项行动方案》提出,研究制定扩围实施消费品以旧换新实施方案和具体细则,推动更多优势产品、特色产品纳入政策补贴范围,优化政策设计、补贴程序和兑付方式。

又如,山东省人民政府印发的《关于提振消费的实施方案》提出,要扩大消费品以旧换新品种和规模,继续实施汽车、家电、家装、电动自行车等换新政策,新增净水器、洗碗机、电饭煲、微波炉等家电产品以旧换新,实施手机、平板、智能手表(手环)等数码产品购新补贴。优化补贴发放流程,配套推出低息贷款、零首付等举措,完善申请、换购、回收全链条服务,更好满足人民群众的换新需求。

仲量联行中国区零售地产及消费研究负责人朱建辉表示:“利用政策引导消费转型,加速消费品迭代升级,具有长期价值。同时,利用节假日举办购物节,营造多元消费场景,通过‘政策扩容-产业升级-消费协同’的良性循环,可让政策利好精准传递至终端消费市场,持续提振居民消费信心,推动中国消费市场向高质量、可持续的消费模式前进。”

“链主”企业驱动产业链升级：ESG成“必答题” 金融活水精准滴灌

● 本报记者 黄一灵 乔翔

随着全球产业链重构加速,在“链主强则产业链强,产业链强则产业强”的共识下,中国产业经济正迎来一场由“链主”企业引领的深刻变革。

“链主”企业实现可持续发展需要哪些“内功”和“外力”?“链主”企业在世界舞台上需要发挥什么功能?在5月15日举办的2025中国社会责任投资高峰论坛上,多位与会人士就相关问题进行了探讨。

业内人士认为,兼具技术创新力与资源整合力的“链主”企业,不仅成为产业链价值跃升的核心引擎,更在推动可持续发展、践行ESG(环境、社会和治理)理念中扮演关键角色,其具有较强的示范效应和带动作用,往往能赋能产业链上下游中小企业的可持续发展。

ESG成为“链主”企业“走出去”必选项

一般而言,“链主”企业不仅能够推动自身技术创新和可持续发展,同时还能将发展动力传导至产业链上下游企业,促进大中小企业协同发展,提升产业链价值。当下,中国“链主”企业“出海”成为一大发展趋势。

在这一过程中,中国普惠金融研究院研究部负责人胡煦认为,“链主”企业“走出去”非常需要关注与ESG、可持续发展相关的议题。这也是当下市场的共识。据悉,海外市场对企业的ESG表现有严格的监管要求,同时ESG也成为国际投资者投资决策的重要因素。许多



2025中国社会责任投资高峰论坛现场

本报记者 黄一灵 摄

国际投资者在评估潜在投资对象时,会重点考察其ESG表现。

与此同时,南南合作金融中心总干事吴忠表示,“链主”企业要特别注重社会价值,引导可持续发展。比如,要用国际规则和国际语言在当地做事情、适应当地的法律和环境等要求,这样才会让中国“链主”企业深耕发芽,得到当地的认同。

上市公司领跑ESG信息披露

作为中国优秀企业群体的代表,近年来,A股上市公司积极将ESG理念和要求融入商业模式和管理体系,持续探索ESG实践样本。随着全球对可持续发展和社会责任的重视程度不断提升,可持续信息披露已成为企业与投资者沟通

的关键。

Wind数据显示,截至5月15日,A股市场超2400家上市公司独立披露2024年ESG报告,披露率占比超45%,无论是上市公司披露数量还是披露率,都创下近五年来的新高。这一趋势显示ESG正从企业发展的“附加题”变为“必答题”。

以沪市为例,2024年度,沪市主板共1068家公司单独披露ESG相关报告,披露率约63%,同比提高6个百分点,披露率再创新高,自愿披露的公司增长至861家,837家公司连续三年以上披露ESG相关报告。科创板公司中,241家单独披露ESG报告,科创50指数公司实现全覆盖,科创100指数公司覆盖率达66%;全部586家公司均在2024年度报告相关章节中多样化披露ESG实践信息。

这一结果既是A股上市公司的主动作为,也有监管政策的指引。2024年,随着证监会统一部署,沪深北三大交易所发布了可持续发展报告指引;今年,沪深北交易所发布可持续发展报告编制指南,助力上市公司披露高质量ESG报告。

中国上市公司协会副会长潘春生表示,上市公司积极落实可持续发展战略,通过优化治理架构、加快绿色转型、承担社会责任等方式,助力“双碳”目标实现。许多上市公司发挥“链主”作用,对供应商进行多维度赋能、倡导合作伙伴积极承担社会责任、推动上下游共同绿色转型、帮助供应商改进生产流程、提升管理水平,共同应对行业挑战。同时,上市公司不断积累信息披露经验,提升报告质量和透明度。中上协助力上市公司发展,强化管理能力建设。2025

年,中上协将继续推动上市公司可持续发展,提升发展韧性。

金融力量助力可持续发展

无论是“链主”企业,还是中小企业,其发展和壮大都离不开金融活水的支持。对于商业银行而言,其也需要利用自身业务推动“链主”企业和整个产业链的可持续发展。

近年来,多家商业银行主动融入现代化产业体系建设,围绕区域优势产业,找到优质“链主”企业,以“行业综合解决方案”服务产业链上下游客户。

浦发银行副行长、董事会秘书张健认为,站在商业银行的视角,践行社会责任、推动可持续发展,关键要把握好三对关系:一是外在要求与内在发展驱动的关系,因为社会责任是商业银行优化信贷结构、推动高质量发展的内在要求,已成为新增长引擎;二是经济价值与多元社会价值的关系,这两者共生共荣,发展普惠金融有助于构建“大中小微”相协调的丰富客户生态;三是企业发展与各利益相关方之间的关系,共生、共赢、共享的理念会使企业更具有创新性和竞争力,有助于构建和谐的企业生态。

谈及如何面向产业链中小企业提供精准金融服务与资金资源,某“链主”企业下属财务公司相关负责人表示:“我们通过对产业链上下游相关企业的合作进行分级分层,再结合这些企业与公司之间具体业务往来所产生的不同环节的金融需求,从而抓准痛点,推动面向中小企业的金融服务落落实地。”