

# 开拓消费增长新空间

## ——上海市徐汇区文商旅体展融合发展调查

本报记者 李治国 证券日报记者 占健宇



当前消费结构升级已步入新阶段,面对有效释放内需潜力的现实需要,该如何培育服务消费新增长点?近年来,上海市徐汇区顺应消费升级趋势,探索文商旅体展深度融合的有效路径,通过资源整合与场景再造,重塑消费生态、释放消费潜能,不断开拓消费增长新空间。

傍晚时分的上海徐汇滨江,华灯初上,龙美术馆在暮色中熠熠生辉。馆内,人们沉浸在艺术盛宴中;馆外,滑板少年在台阶上腾跃,跑步爱好者沿着江畔穿梭。几步之遥的西岸梦中心商场里,看完展览的观众在挑选艺术衍生品……这幅充满烟火气的城市生活画卷,正是徐汇区文商旅体展深度融合的生动写照。

2025年,徐汇区区域生产总值达4153.08亿元,位列中心城区第一。亮眼经济数据背后,是一场从“单点业态”到“系统融合”的深刻变革。上海市徐汇区委书记曹立强表示,徐汇区正聚焦扩大内需,立足国内大市场促进消费,推动文商旅体展深度融合,让新需求创造新增长。近日,记者深入走访,探索徐汇区融合多业态、打造新生态的路径和经验。

### 场景串联激发潜能

2025年10月,综合性极限运动盛会“FISE城市运动嘉年华”在徐汇滨江举行。专业赛道上,滑板、小轮车手炫酷特技引来观众阵阵欢呼,一旁的文创市集、美食摊位前排起长队。赛事、商业、文化在这里融合共生。

这一活动还把“票根经济”玩出新花样。凭门票,观众可以享受周边商圈的餐饮、购物优惠,将看比赛的热情转化为消费动力。为期4天的赛事辐射效应显著,周边商圈销售额同步提升。西岸梦中心累计接待游客32.84万人次,日均客流量较赛事前一周增长约69.51%,日均销售额增长约35.29%。

“赛娱联动”是徐汇的一大亮点。2025年8月,全球顶级格斗赛事UFC格斗之夜上海站落地上海体育馆,不少外地观众专程前来,不含酒店和门票的人均消费近3410元,带动餐饮、购物、娱乐等多元消费。

橙狮体育董事长兼CEO穆咏说:“我们通过多种形式的合作与商业拓展,让垂直赛事激发消费潜能,让赛事辐射力转化为实实在在的经济价值。”

演唱会成为文商旅体展联动的重要场景。在2025年8月的某明星演唱会期间,徐汇区的“赛娱联动”展现出强大爆发力。据悉,2025年该明星在徐汇区连续举办4场演唱会,吸引约20万名现场观众,加上场外粉丝总人次超30万。他们在上海的一系列消费,形成了强劲经济拉动效应。数据显示,联动的16家商场4天累计销售额达1.56亿元,吸引客流196.17万人次;演唱会举办地周边酒店爆满,总营收环比增长75%。

持续导入的优质IP活动也让徐汇区的消费活力不断升温。沿着黄浦江岸,西岸区域正通过高密度活动吸引客流。记者从上海西岸开发(集团)有限公司(简称“西岸集团”)获悉,2025年,徐汇滨江累计举办活动超400场,吸引客流约2100万人次,同比增长138%。乐高世界玩乐节、迪士尼祝愿之旅等10多个世界级重磅IP先后落地,为市民游客带来“黄浦江边IP盲盒漫游”体验。上海国际光影节、上海时装周、2025西岸国际科技消费嘉年华等大型文商旅体展IP也陆续落地,擦亮“来上海,游西岸”品牌。

在徐汇漕河泾“元界Neo World”元宇宙街区,数字文创的线下赋能展现出独特魅力。米哈游、莉莉丝、游族、网易等企业通过将游戏IP植入街区,把虚拟世界的庞大流量成功引导至线下实体空间。其中,鑫耀中城通过高频次、强互动的活动激活空间,推动周末单日客流突破8万人次。

国际品牌的深度参与,更为激发区域消费潜力注入鲜活动能。lululemon中国区品牌营销高级副总裁谢淑玲向记者分享他们的实践:“我们是根植于社区的运动生活方式品牌,连续3年在徐汇滨江举办以‘一起好状态’为主题的活动,2023年吸引5000多位市民,2024年吸引近万人次参与,见证了运动与社区联结的力量。2025年10月,lululemon中国门店支持中心迁至西岸中環。这标志着国际品牌与区域发展的深度融合。”

从国际赛事的流量转化到IP快闪的持续吸睛,从数字文创的线下赋能到国际品牌的深度参与,徐汇正通过多场景、多业态的联动,让文商旅体展融合从“偶然亮点”变成“常态风景”,全方位激活区域消费潜力。

### 创新破界做强生态

一场场精彩活动、一串串亮眼数据,都源自徐汇区精心打造的融合发展体系。从顶层设计到基层落地,从政策引导到市场响应,这里构建了一套多层次、立体化的生态,让融合发展可持续、可复制。

徐汇区商务委副主任李馨表示:“2025年以来,我们重点推出消费券发放和‘赛娱联动’等关键举措,旨在精准拉动区域文商旅体展消费。”比如,2025年,徐汇区联合支付宝分两批次发放“徐家汇商圈精品消费券”。数据显示,该消费券核销率达93.91%,带动订单总金额4600余万元,有效激发市场活力。

在直接的消费刺激之外,徐汇还在优化融合生态上下功夫。“我们支持市场主体牵头成立西岸滨江共治联盟,建立多方共赢机制。一方面鼓励商业体与周边文化场馆开展票务联动,扩大文化消费外溢效应;另一方面,积极支持运营方通过设置外摆区域、打造宠物友好空间、开辟公共休闲广场等方式,增强空间的互动性与归属感,使之从过去单纯的购物点转变为市民休闲娱乐、体验水岸生活的‘社区客厅’。”李馨说。

在场地运营方面,徐家汇体育公园的规划思路也体现出融合生态的巧思。记者了解到,改建后的公园对标“卓越的体育赛事中心、活跃的大众体育乐园、经典的体育文化地标”,既能承接上海申花和上海久事男篮的主场赛事,也可以导入国内外顶尖体育IP和高品质演唱会,还兼顾了全民健身的公益属性。

为此,徐家汇体育公园打破传统围墙限制,实现公共区域365天24小时全天候对外开放,通过合理编排场地档期、科学养护草坪、优化活动进撤场安排,提升场地复合利用率和转场效率,在公益开放与商业运营之间找到平衡。

一系列成果的落地,离不开一套环环相扣、协同高效的支撑体系。上海社科院文化和旅游研究中心副主任郑世卿表示:“徐汇在文商旅体展融合领域的实践,可以归纳为‘根植资源,战略前瞻;持续耕耘,软硬兼顾。’他认为,徐汇模式的核心创新在于构建起‘政府—平台—企业’三级联动生态。”

“我从1997年开始就在徐汇区生活,亲眼见证了‘徐汇模式’的完善。徐汇区文商旅体展的深度融合,既有市级战略的加持,更离不开徐汇对机遇的把握和持续不懈的努力。”郑世卿特别强调了战略定位的重要性,“以衡复街区的火爆为例,这是徐汇20多年持续投入的成果。2012年,徐汇区就把徐家汇源建设成开放型都市景区,把商业、交通、社区与15



俯瞰上海徐汇滨江。(资料图片)

处历史文物点整合成一体,打造出文商旅体融合的样板。”

作为徐汇西岸区域最大的线上社群服务平台,“西岸生活”在文商旅体展融合中扮演了重要转化工具的角色。截至2026年初,“西岸生活”会员数已超200万,不仅覆盖徐汇滨江超过50个文体场馆的票务、服务信息,还打通了区域内的多个商业体、16个停车场,并实现积分互兑。

该线上平台还针对上班族群体消费需求精准发力,推出“西岸生活白领会员计划”,聚焦白领群体高频刚需与社交诉求,每个工作日推出“刚需型+体验型”秒杀产品。参与该计划的上海“模速空间”创新生态社区居民李默告诉记者:“9.9元的贝果盲盒、39.9元的双人观影券,工作间隙就能便捷消费,对上班族友好,也让我们更愿意在西岸周边活动。”

记者了解到,“西岸生活白领会员计划”已深度触达西岸传媒港区域超30%的企业白领,线下消费转化率超70%,成功激活了“周中经济”,盘活文商旅体展核心资源,有效助力区域营商环境的优化。

对于“西岸生活”这样的平台,上海财经大学中国式现代化研究院特聘研究员劳帼龄评价道:“在融合生态中,它们既是各类资源的整合者,也是精准捕捉需求的挖掘者,更是构建合作体系的生态构建者。通过技术整合、场景延伸和价值共创,实现了从工具到生态的跃升。”

在“政府—平台—企业”三级联动的生态下,商业模式创新让文商旅体展融合发展更有后劲。劳帼龄认为,徐汇的融合不是简单的业态叠加,而是找到了自我造血的价值循环。“票根经济”就是其中的典型例子。“它跳出了单一业态的局限,让一次消费带动多个业态,资源利用率更高。与传统消费补贴依赖外部资金相比,‘票根经济’能让相关业态互相引流、互利共赢,这种自我造血的模式更具可持续性。”劳帼龄说。

### 进阶提质开拓新局

尽管在文商旅体展融合领域,徐汇已取得显著成效,但要想让这一生态持续焕发活力、迈向更高质量发展,未来仍需在现有实践基础

上不断迭代优化、主动发力。

对于徐汇区未来的战略规划,李馨表示:“我们正以数字技术为引擎,构建上海国际科技消费功能区,打造从科技创新、产业升级到消费提质的全链条生态,建设具有国际影响力的科技消费目的地。”具体来说,就是要引入VR/AR等虚拟技术,打造虚实融合的智能空间,让消费者体验无人导购、虚拟试穿等服务,实现“线上种草—线下体验—即时消费”的闭环;同时设立覆盖全龄段的“无限货架”体验区,把直播间和快闪店结合起来,推广数字IP消费,满足不同群体的需求。

“数字技术有望通过算法、数据、场景的结合,绘制文商旅体展融合新蓝图。比如,利用AIGC重塑文化IP开发,实时生成个性化内容;利用大模型实现资源精准匹配;利用数字孪生技术让虚拟与现实无缝衔接;利用可穿戴设备带来全新消费体验……这些都让文商旅体展融合变得更智能、更沉浸。”劳帼龄说。

在技术赋能基础上,徐汇文商旅体展融合发展还需要进一步深化。郑世卿认为有几个关键点:“第一是注重国际化,要打造上海入境旅游第一区,在设施、服务、标准上主动与国际接轨;第二是提升沉浸感,未来可以探索通过AI技术等方式,让市民游客更深入地感知当地

文化,让消费和旅游更具体验性、互动性;第三是聚焦会展赛,要主动作为,不仅要争取国际赛事的落地,还要立足徐汇滨江特点,打造水上赛事等特色IP,形成自身优势。”

安永企业咨询有限公司经济咨询服务主管合伙人余冷认为,徐汇模式具有很强的可持续性,未来的重点在于,进一步释放文商旅体展融合的长期价值、提升综合效益。在将销售额作为成效参考指标的同时,建立包含品牌价值、消费黏性等“软实力”的综合评估体系。例如,“用户停留时长”体现区域吸引力,“重复到访”体现区域活力和黏性,“人才集聚效应”反映发展潜力,这些指标应成为优化融合路径的重要依据。

从演唱会带来的关联消费,到UFC格斗之夜的票房奇迹,再到西岸线上社群服务平台的数字赋能,徐汇区的一系列实践勾勒出一个文商旅体展融合的良好生态圈。在这里,政府、平台、企业各司其职又互相配合,每个主体均能找到自己的位置,在协作中创造更大价值。随着新一轮创新实践不断深入,徐汇区正在为超大城市中心城区的转型升级提供可借鉴的样本。在这里,城市的价值不再仅仅体现在经济指标上,更体现在创造美好生活的能力上,这或许正是未来城市发展的方向。

### 调查手记

## 从流量拉动迈向价值沉淀

李治国

激活内需潜力、培育新的消费增长点,是当前推动高质量发展的关键课题。近年来,文商旅体展融合发展模式在全国多地崭露头角,展现出强大市场号召力与经济拉动效应。值得关注的是,这一模式不仅是业态的简单叠加,更是通过资源整合与场景再造,重塑消费生态、释放消费潜能的重要路径。

从融合方式来看,成功的实践往往遵循着“场景贯通、价值共生”的逻辑。一是以核心内容为牵引,通过大型赛事、顶级演出、重磅展览等“流量入口”,有效集聚人气,并巧妙设计动线将客流导向商业、旅游等关联场景。上海徐汇滨江通过赛事活动,将观赛人群转化为周边商圈与酒店的消费客群,便是成功案例。二是以数字技术为纽带,打通线上线下,构建虚实互促的消费闭环。利用平台数据精准洞察需求,通过VR/AR、AIGC等技术丰富体验,使“线上种草”与“线下体验”无缝衔接,提升消费便捷性与趣味性。

从融合层级分析,需构建“政府引导、平台赋能、企业主体”的三级联动生态体系。政府层面,重在顶层设计与制度供给,通过规划引领、政策激励和公共服务配套,为融合创造良好环境。平台层面,如区域性的线上社群或服务平台,扮演着资源整合者与流量调度者的角色,是实现多业态高效连接与价值转化的“操作系统”。企业层面,则是融合创新的活力源泉,各类经营主体通过IP运营、

业态创新和模式探索,将融合蓝图转化为实实在在的消费产品与服务。

从融合效果看,差异化发展与价值升级是长远目标。针对当前部分地区“千景一面”的同质化困局,应摒弃“大而全”的复制模式,推广“小而美”的差异化路径。鼓励各地挖掘非遗技艺、工业遗产、民俗故事等资源,通过轻量化改造打造特色场景。同时建立以“消费黏性、复购率、文化传播力”为核心的评估体系,推动融合从“短期流量拉动”向“长期价值沉淀”转型,实现经济收益与文化传承的双赢。

展望未来,为推动文商旅体展融合在全国范围内释放更大效能,培育持久的消费新动能,还需要强化系统规划,立足各地不同资源禀赋,制定融合发展战略图谱,建立跨部门、跨行业协同工作机制,避免“撒胡椒面”式的零散投入;还要支持建设或培育区域性融合服务中枢,整合资源、畅通信息、优化配置,利用数据洞察实现供需精准匹配;完善融合发展的考核评价体系,在关注销售额、客流量等传统硬指标的同时,可以引入用户停留时长、满意度、重复到访率及产业关联带动效应等软性指标,更全面地衡量融合综合效益。

文商旅体展深度融合的关键,在于从“物理叠加”走向“化学合成”,构建政府、市场与社会力量共建、共享、共赢的良性生态圈,为推动经济行稳致远注入源源不断的消费活力。

### 上海市徐汇区

2025年  
地区生产总值4153.08亿元  
位列中心城区第一

“十四五”期间  
地区生产总值连续两个“千亿”台阶

商品销售总额  
突破  
8000亿元

社会零售总额  
1238亿元



上海徐家汇体育公园。

(资料图片)