

上海市建设国际消费中心城市领导小组办公室

沪商商贸〔2023〕50号

关于印发《2023年上海市促消费系列活动方案》 和《第四届“五五购物节”总体方案》的通知

各区人民政府，市政府各委、办、局，相关行业协会、企业（集团）：

经市政府同意，现将《2023年上海市促消费系列活动方案》和《第四届“五五购物节”总体方案》印发给你们，请认真按照执行。

上海市建设国际消费中心城市领导小组办公室

（上海市商务委员会代章）

2023年3月21日

（此件主动公开发布）

2023 年上海市促消费系列活动方案

为全面贯彻落实党的二十大精神和市第十二次党代会精神，把实施扩大内需战略同深化供给侧结构性改革有机结合起来，把恢复和扩大消费摆在优先位置，落实商务部关于围绕“全年乐享全民盛惠”开展“2023 消费提振年”活动的通知要求，大力提振市场预期和信心，打响上海“四大品牌”，加快推动上海国际消费中心城市建设，制定全年促消费活动方案。

一、总体思路和目标

发挥节庆活动、政策举措、创新激励的叠加效应，坚持“政策+活动”双轮驱动，**更加突出**会商旅文体联动，释放“大消费”活力；**更加突出**线上线下联动，打造消费新场景；**更加突出**市内外市场联动，做足消费新增量。营造**全城动员、全城参与、全媒宣传、全民盛惠**的消费氛围，着力实现三大目标：一是全力实现“稳增长”，最大限度恢复和扩大消费；二是全面激发市场创新动能，培育打造一批新品牌、新模式、新产品、新地标；三是全球推介上海城市 IP，将促消费节庆活动打造为上海国际消费中心城市建设、打响上海“四大品牌”的重要展示平台。

二、活动主要安排

2023 全年促消费活动以“潮起上海 乐享消费”为主题，从 2 月起贯穿全年，**举办第四届“五五购物节”和 6 大主题消费季活动**。其中，国资国企系统举办“国潮四季、美好生活”主题促

消费活动。联动一批重点展会、赛事、演出，实现“季季有主题，月月有展会，周周有场景”。

（一）第四届“五五购物节”（4月下旬-6月底）

第四届“五五购物节”将深入开展部市合作，联合商务部共同启动“国际消费季”，由商务部、中央广播电视总台、上海市人民政府共同举办启动仪式，并举办国际消费中心城市论坛。贯穿劳动节、母亲节、儿童节、端午节等节日，**促进“购物”“文旅”“美食”“赛事”“展览”五大领域联动**，涵盖4月下旬至6月底。

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**，形成“2+12+16+X”活动框架。举办启动仪式、成果发布仪式等2个重要仪式；打造上海全球新品首发季、上海夜生活节、乐游上海艺术季、上海绿色消费节、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、上海咖啡文化周、上海制造佳品汇、上海环球美食节、钻石珠宝文化节、上海体育消费节等12个IP活动；推出16个区“一区一主题”活动；举办邻里生活节、小吃节、信息消费节等X场特色活动。

（二）6个主题消费季

举办“迎春消费季”“暑期消费季”“金秋购物旅游季”“拥抱进博首发季”“网络购物狂欢季”“跨年迎新购物季”6个主题消费季活动。

1. 迎春消费季（2月下旬-4月下旬）。结合踏青郊游、迎春赏花、家居焕新等消费需求，举办2023春季国际建材家居潮流展、MODE服装服饰展、国际珠宝展、国际花博会等重点展会，以及全国马术场地障碍赛等；上海之春国际音乐节等体育赛事和文化节庆；举办汽车嘉年华、春季家装节、上海时装周2023秋冬新品发布等重点活动。

2. 暑期消费季（7月-8月）。结合暑期休闲、亲子家庭等消费需求，举办ChinaJoy动漫展、亚洲宠物展、茶博会等重点展会；举办2023全国青少年飞镖锦标赛、2023中国保龄球巡回赛、2023中国超级跑车锦标赛等体育赛事；举办仲夏生活节、城市沙滩啤酒节等重点活动。

3. 金秋购物旅游季（9月-10月）。结合金秋旅游、购物休闲等消费需求，举办中国家博会等重点展会；举办2023世界斯诺克上海大师赛、2023斯巴达勇士赛上海站、2023CTCC中国汽车场地职业联赛等体育赛事；举办上海时装周2024春夏新品发布、上海旅游节等重点活动。

4. 拥抱进博首发季（10月中旬-11月中旬）。结合中国国际进口博览会等重大展会，联动2023全国帆板大师赛、上海国际艺术节等体育赛事和文化节庆，推出国别商品文化缤纷月、引领性本土品牌发布秀等特色活动，放大进博会溢出效应，推出一系列品牌首发首秀活动，推动国际品牌“引进来”和本土品牌“走出去”双线并行。

5. 网络购物狂欢季（11月中旬-12月中旬）。结合双十一、双十二等网络购物优惠活动，举办11直播月活动，联动各大电商平台，让直播电商走进都市生活圈，带动消费增长。推出“双十一大促直播”“购物狂欢季直播”“双十一狂欢节”“双十一宠粉节”等重点活动。

6. 跨年迎新购物季（12月中旬-2024年2月中旬）。结合跨年、元旦、春节在全市组织开展跨年迎新和新春新潮两大主题活动，营造欢乐祥和的节庆气氛。推出跨年迎新购物季新年宣传片，举办豫园迎新游园灯会、外滩枫径和安义夜巷新年市集、淮海路亮灯仪式、老字号年货节、网购年货节等重点活动。

三、主要任务

（一）办好重点活动。按照活动总体安排，全面发动各区、各部门、相关行业组织、线上线下企业组织举办一批重点促消费活动，选取部分主题突出、场景创新、活动丰富的活动举办主题消费季启动仪式，共同营造消费氛围。

（二）促进跨界联动。持续扩大本地消费，做足“外来消费”增量。突出会商旅文体联动，加强购物地标、景点酒店、特色美食、体育赛事、文化演出、展览展会联动推介。

（三）创新消费场景。依托“一江一河”交汇区域、“大虹桥”区域等东西两片国际级消费集聚区，充分挖掘特色街区、商业载体、水岸空间、公园、城市露台等资源，推出一批新载体、新场景，打造一场“城市消费博览会”。

（四）挖掘消费热点。围绕外来消费、数字消费、大宗消费、休闲消费、绿色消费等消费领域，聚焦汽车、家电家居、餐饮等重点消费品类，挖掘消费新热点、新趋势。

四、保障措施

（一）加强组织保障。依托市国际消费中心城市建设领导小组工作机制，强化市区联手、部门联动、企业联合，统筹推进“五五购物节”、6个主题消费季各项重点工作。

（二）加强宣传推广。通过新闻通气会、发布会、媒体探营等形式，宣传重点活动IP。加强精准营销，满足市民信息查询需求。联动机场、车站、航空公司、旅行社等枢纽和载体平台，面向长三角等国内外旅客做好全球推介。加强灯光、广告、道旗、浦江两岸大屏、无人机等氛围营造，形成“铺天盖地”宣传阵势。

（三）加强政策支持。围绕重点领域，出台专项政策措施。发挥财政资金引导作用，做好对重点活动经费保障。

（四）优化消费环境。加快打造近悦远来的消费环境，做好节庆活动期间消费者权益保障，提高服务品质。

（五）确保安全有序。督促各活动主办单位高度重视活动安全，协同公安和街道等部门严守安全底线，按照谁主办谁负责的原则，压实安全主体责任，保障活动的顺利开展。

第四届“五五购物节”总体方案

为全面贯彻落实党的二十大精神和市第十二次党代会精神，把实施扩大内需战略同深化供给侧结构性改革有机结合起来，把恢复和扩大消费摆在优先位置，为落实商务部“把全年定位为消费提振年”的要求，大力提振市场预期和信心，打响上海“四大品牌”，加快推动上海国际消费中心城市建设，制定本方案。

一、总体思路和目标

发挥节庆活动、政策举措、创新激励的叠加效应，坚持“政策+活动”双轮驱动，**更加突出**会商旅文体联动，释放“大消费”活力；**更加突出**线上线下联动，打造消费新场景；**更加突出**市内外市场联动，做足消费新增量。营造**全城动员、全城参与、全媒宣传、全民盛惠**的消费氛围，着力将“五五购物节”打造成为最大限度恢复和扩大消费，全力“稳增长”的重要引擎；成为着力激发市场主体创新动能，培育打造新品牌、新模式、新产品、新地标的“竞技场”“试验田”；成为上海全面宣传推介城市IP，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。

二、主要安排和特点

第四届“五五购物节”将深入开展部市合作，与商务部“国际消费季”共同启动，由商务部、中央广播电视总台、上海市人民政府共同举办启动仪式，打造市场主体引领时尚、定义潮流的

展示秀台、竞技擂台和联动平台，同步举办第二届“国际消费中心城市论坛”。本届“五五购物节”围绕“潮起上海 乐享消费”主题，统筹“国际消费季”“全球首发季”“全城打折季”，促进“购物”“文旅”“美食”“赛事”“展览”五大领域联动，用足用好各类宣传资源，活动涵盖4月下旬至6月底，持续营造消费氛围。

一是发力“新客群”，打造全球消费目的地。持续扩大本地消费，做足“外来消费”增量。突出会商旅文体联动，加强购物地标、景点酒店、特色美食、体育赛事、文化演出、展览展会联动推介。鼓励景点、演出、展览等推出折扣优惠，鼓励电商平台、商业企业推出游客专属福利、消费满额抽奖、消费券等，吸引国内国际消费者将“五五购物节”作为打卡上海新地标、认识新品牌、体验新业态的嘉年华。

二是发力“新供给”，打造消费集聚大平台。向“商品+服务”“进口+本土”双向发力，做强“首发经济”“品牌经济”，打响“最新最潮”名片。办好全球新品首发季，鼓励国际品牌、引领性本土品牌、上海老字号、小众潮牌等将“五五购物节”作为推出首发、首店的新秀场，吸引网络新品牌加速线下落地集聚；办好“进口嗨购节”，聚焦汽车、家电等品质消费领域出台专项政策，鼓励企业发放消费体验券，持续带动消费增长。

三是发力“新场景”，打造城市消费博览会。依托“一江一河”交汇区域、“大虹桥”区域等东西两片国际级消费集聚区，

充分挖掘特色街区、文化地标、公园、露台等资源，推出一批新载体、新场景。办好上海夜生活节、环球美食节等活动，推出一批潮流街区夜生活好去处、环球美食地标。围绕户外经济、绿色经济、体验经济等推介一批“城市美好生活新场景”，通过“新场景”的沉浸式体验促进“新装备”的升级换代。

三、重点活动内容

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**，形成“2+12+16+X”活动框架，举办启动仪式，成果发布仪式等2个重要仪式，打响12大标杆活动IP，推出16个区“一区一主题”活动以及X场特色主题活动。

（一）启动仪式和成果发布仪式

1. 启动仪式。拟于4月下旬举办启动仪式，同步举办“国际消费中心城市论坛”。

2. 成果发布仪式。适时举办“五五购物节”成果发布仪式，发布“五五购物节”消费大数据和趋势报告；发布“五五购物节”最受欢迎活动榜单等。

（二）打响12大标杆活动IP

聚焦标杆活动IP，形成“五五购物节”IP活动矩阵，进一步扩大活动影响力。

1. 上海全球新品首发季。采用“1+N+1”架构，即1场启动仪式、N个主题活动、1场专题论坛。联动张园等首发新地标，

推出设计珠宝、钟表、化妆品、服装鞋帽等品牌限时店。支持静安、虹口、长宁等区举办上海国际美妆节、上海潮生活节、上海时尚定制周等主题活动。在各全球新品首发地建设示范区遴选一批特色鲜明的商业综合体和特色街区，开展“全球新品首发季”新品牌快闪秀。举办首届上海消费创新大会暨首发经济论坛，发布年度首发经济活跃指数，发布消费市场创新案例，邀请国内外行业专家、品牌高管、设计大师等举办圆桌论坛。

2. 上海夜生活节。聚焦街区、户外、社群三个关键词，围绕夜购、夜食、夜游、夜秀、夜娱、夜读、夜动等7大领域，发布《1001夜：上海夜生活地图》，推出一批街区、水岸、露台、运动夜生活新场景。于6月3日至6月30日期间陆续举办66优惠夜、体育运动之夜、点亮露台季、“Open Night 开幕市集”、UCCA“以夜为序”艺术展等活动；举办“全球24小时活力城市”论坛，发布全国城市夜生活活力指数；发布《夜生活造梦师》等微纪录片。

3. 乐游上海艺术季。为打响“上海文化”“上海旅游”品牌，用高品质的文旅供给适应、引领、创造新消费需求，“五五购物节”期间推出夏季“乐游上海艺术季”。构筑起全市文博、美术、演艺资讯集成平台，持续面向广大市民和中外游客输出和展现国际文化大都市的魅力与风采；将依托乐游上海官方微信公众号、“艺噪噪”小程序等，推出电子手册、周历月历、主题宣推等产品，对艺术季演展信息进行动态更新，方便广大市民游客一键获

取当季艺术资讯。

4. **上海绿色消费季**。以引领城市绿色消费风向标为目标，以连接品牌商、商场和消费者共同形成绿色消费理念和生产方式为落脚点，推出一系列绿色消费和绿色宣传活动，培育商贸流通绿色主体，倡导厉行节约、文明用餐风尚。推进减塑和可循环包装，打造绿色电商平台，发展低碳循环回收模式，充分激发和释放绿色消费需求，推动绿色低碳生活方式转型，进一步提升绿色消费对经济高质量发展的支撑作用。

5. **上海汽车品质消费嘉年华**。依托上海国际车展等平台，吸引全球知名汽车品牌开展新车首发、首秀、首展等活动。举办“五五购物节”汽车品质消费嘉年华活动。指导上汽集团等汽车品牌商、本市各经销商集团开展“五五购物节”各类促销活动。依托相关促消费政策，举办新能源汽车专场。结合汽车品质消费示范区创建，举办各汽车消费重点区专场汽车促消费活动，支持各区打造汽车首发地地标。

6. **上海进口嗨购节**。围绕进一步放大进博会溢出带动效应，聚焦进口特色商品、国别文化、跨境电商促销等主题，推出进口嗨购·进口商品主题活动、进口嗨购·国别商品文化缤纷月等系列重点活动。

7. **上海数字生活节**。聚焦商业数字化转型，组织发动电商平台、直播电商基地、电商服务机构、商圈商场、品牌企业等，以“数字消费，爱购上海”为主题，发挥电子商务数字赋能和创新

驱动作用，推出“丝路优品”“智慧商圈”“品牌直播”“数商兴农”等系列消费促进活动，让消费者享受更优的商品和服务、得到更多的实惠和便利。

8. 上海咖啡文化周。以“活力上海，梦想齐啡”为主题，于3月至年底在全市范围继续举办上海咖啡文化周（市级活动拟于5月举办）。联动咖啡产地云南、咖啡加工地昆山，助力咖啡产业发展。挖掘咖啡文化与上海城市精神的深层次联系，联动各区、各主体弘扬咖啡文化、促进咖啡消费、加强产业支撑、推动对外交流、提升市民游客及从业人员的参与度和获得感，将上海打造成全球咖啡产业总部地区，进一步夯实“咖啡文化”作为上海世界级名片的基础。

9. 上海制造佳品汇。实施《上海市时尚消费品产业高质量发展行动计划（2022-2025年）》，将时尚消费品产业作为满足消费新需求、塑造时尚新名片、激发产业新活力的重要发力点，以“活力制造，时尚消费”为主题，聚焦“时尚八品”，联动上海和海外时尚都市，以推动时尚消费增长为目标，开展同期同频系列活动。围绕上海制造的品种丰富度、品质认可度和品牌美誉度升级，提升市民消费的“时尚度”和“幸福感”，激发上海时尚消费品产业新动能，全面增强上海制造和时尚之都的国际影响力和核心竞争力。

10. 上海环球美食节。聚焦餐饮消费新场景、新流量、新体验，紧扣美食产业链，通过举办中外美食文化巡展、高品质技能

交流、全球优质地标食材首发、主厨 show、“世界厨房·线上云餐厅”美食直播大赛等活动，展现上海餐饮消费品质升级、多元丰富的新高度。线上线下结合，发动沪上人气商圈、覆盖五大洲美食特色两千余家餐厅优惠促销；发布预制菜消费趋势报告和上海环球美食指数报告；推出精准、实用的年度环球美食指南和“世界食材·上海味道”年度榜单；举办环球下午茶地标大赏；发布美食之都地标餐厅、商圈、街区，助力打造国际美食之都。

11. 钻石珠宝文化节。围绕促进本市钻宝市场消费升级、激发消费潜力的核心目标，坚持“促进消费+传播文化”两大方向，组织知名珠宝企业在“五一”、七夕、“十一”、元旦、春节等主要珠宝消费节点开展集中促销活动，并联动行业和企业特色活动，全力营造本市钻宝市场品质消费、时尚消费的良好氛围。根据年轻群体的消费偏好组织开展“珠宝+文化”活动，探索文化引领消费的新路径。

12. 上海体育消费节。涵盖赛事、培训、装备、体验、康养等体育消费多场景要素。以国际国内赛事为依托，宣传体育消费内容，促进赛事服务、赛事衍生品消费。各区因地制宜推出不同主题特色的赛事活动聚集人气，促进区域商圈体育消费。聚焦“科技、国潮、融合”，举办线上线下产品、体验项目促销系列活动。引导各类体育类展览落地，举办体育消费论坛，发布体育消费指南。围绕“体育+”和“+体育”概念，打造体育主题夏令营周末营消费场景，吸引更多市民参与体育休闲健身、现场观赛。

（三）推出 16 个区 “一区一主题” 活动

发动 16 个区打造 “一区一主题” 活动，聚焦重点商圈、商业街推出一批特色活动。

浦东新区 “来浦东，I SHOPPING” 主题，通过潮尚、智购、文旅、夜游四大板块，打造浦汇天下，东西悦来的浦东消费品牌，吸引更多外来消费。举办全球推介会、国别缤纷月、汽车消费季、戏剧生活节、购物达人赛等特色活动。

黄浦区 “欢购乐游黄浦行” 主题，围绕 “潮先锋” “享精品” “惠生活” 三大板块，举办 “上海时装周 2023 秋冬发布会” 等活动，推出 “黄浦最上海” 旅游专项产品，深化 “上海市夜间经济精细化治理示范区” 建设，持续扩大本地消费，做足 “外来消费” 增量。

静安区 “国际风尚，静享全球” 主题，举办 “全球新品首发季” 暨静安 2023 年 “五五购物节” 启动仪式，全新亮相 “上海国际美妆节” 等重磅活动，聚焦 “15 分钟便民生活圈”、绿色低碳、数字经济等消费新热点进行发力，推出新空间、新体验、新玩法。

徐汇区 “爱潮牌，汇享购” 主题，围绕 “科技赋能” “体育消费” “夜间经济” 等特色亮点，集聚新零售、新模式、新业态、新场景，推出 “足球嘉年华” “徐家汇艺术季” 等活动，打响一批国际顶牌、国民潮牌、小众尖牌，打造大徐家汇商圈商旅文体融合消费目的地，打响衡复风貌区海派小店品牌，构筑徐汇滨江

独具魅力和活力的时尚消费地标。

长宁区“时尚品质，国际魅力，数字便民”主题，举办“时尚定制周”、打造“凯田集荟”分时步行街，发挥“6+365”平台溢出效应，开展重点品牌推介会，在市级、区级商圈、15分钟便民生活圈试点社区开展数字人民币服务的普及和推广。

普陀区“靠谱购，潮未来”主题，推出各色主题展、汽车惠利购、潮玩市集、点亮夜间经济等，为市民献上吃、喝、玩、乐、购、游 360 度沉浸式消费体验。

虹口区“AMAZING 虹潮”主题，举办 2023 潮流嘉年华、得物国潮日、露营生活节、城市沙滩节等活动，搭建潮流发声阵地，高声量传播主流潮范儿场景。互动知名酒牌，勾勒“上海酒节”新姿态，举办酒类新品首发、码头夜市等活动，组织商业载体开展酒类主题促销，打造万人狂欢的美酒、美食、美乐场景。

杨浦区“Young 浦爱生活”主题，以平台和数字化赋能商业为亮点，以年轻、时尚、潮玩、在线消费为导向，打响“Young 之智”“Young 之夜”“Young 之韵”“Young 之跃”4 大系列标杆活动，全面推动商家入驻头部电商本地生活服务平台，培育一批本地生活服务达人，推出“低碳消费”“进博嗨购”“玩转集市”“萌宠派对”“小吃华夏行”等主题活动，持续营造促消费氛围。

宝山区“科创宝山购精彩”主题，开展 1+3+X 系列活动，承办上海邻里生活节暨宝山五五购物节启动仪式，举办宝山樱花节、长江河流生态文化节等活动。以“品牌经济”“夜间经济”“数字

经济”为主题，组织区内十个商业综合体，百家餐饮单位，近千家商贸企业，集合多方优质资源，商旅文联动，开展X场主题营销活动。

闵行区“闵行好物，包罗万象”主题，以大象形象打造全新主题IP，聚焦“新场景”“新人群”“新手段”，推出中信泰富海梦一方等一批新载体，升级打造虚拟试衣间和智能导购等数字化体验，宣传推广一批商业空间焕新案例。

嘉定区“惠生活，慧消费，汇嘉定”主题，突出嘉定新城与老街的古贤今秀，突出电商与汽车等优势产业的品牌魅力，突出商旅文体农高度融合的城市韵味；制定“1+12+X”的总体方案，发挥好政策与平台的引领效应，举办好购物节开幕式、嘉定咖啡文化节等主题活动。

金山区“金彩纷呈，悦动湾区”主题，深入开展商旅文体农消费联动，加强景区景点、特色美食、体育赛事、文化演出、展览展会联动推介，举办10项主题活动，打响“金山味道”“金山如画”“金山生活”品牌。

松江区“潮动松江，出彩新城”主题，发挥“松江制造”时尚消费品集聚和松江文旅资源优势，鼓励“松江优品”开展各类特色活动，强化节庆活动对经济的支撑作用，进一步挖掘社区、特色商业街区等新场景消费潜能，展现松江新城消费新活力。

青浦区“高颜值，最江南，创新核，温暖家”主题，加强会商旅文体农产业联动，整合新建地标和时尚消费产业资源，打造

青浦系列活动。

奉贤区“相约美谷，悠贤生活”主题，依托美丽健康特色产业及本土终端消费品优势，举办本土品牌和国潮新品首发、金海湖畔咖啡节等活动，以品牌“引进来+走出去”模式推动商旅文体融合的线上线下互动消费新体验，打造“贤消费”新高地。

崇明区“够精彩 GO 崇明”主题，举办崇明乡村夜生活节、崇明老白酒文化节、女子自行车赛好物嘉年华节、“住崇明 享生态”民宿体验活动、崇明好物“进景区、进社区、进市区”三进活动、崇明邻里生活节、崇明咖啡文化周等特色活动。

（四）举办 X 场特色主题活动

聚焦服务消费、餐饮消费、健康消费、品牌消费等重点领域，推出一批特色主题活动。

1. 上海邻里生活节。以“人民城市 美好生活”为主题，以更好服务社区居民日常生活为目标，聚焦生活惠购、便民服务、亲子康养、公益活动、文体休闲等领域，推出“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”等系列主题日活动。以节促建，通过活动引领，深化生活服务类市场主体与“15 分钟便民生活圈”建设试点区域长期合作机制，打造一批根植于居民社区的常态化惠民活动和社区消费新场景。

2. 上海小吃节。围绕“寻味魔都·寻觅小吃”主题，推动实现“共联、共享、共惠”的理念。扩大参与面，参与企业、品牌以本地为主扩展到长三角和部分兄弟省市。突出小吃节烟火气，

推动小吃节与夜间经济、假日经济、金秋购物旅游季等相结合，推进与酒节等品牌活动联动。发布一批当红必吃、亲民精选、洋气美食、新品尝鲜、上海记忆、共享先锋等“寻味魔都小吃推荐榜单”。举办资源共享展示活动，进行时令新品、爆款商品等产品展示、商务洽谈，实现促企合作、促品共享。开展新品推广、特价促销、套餐优惠、加价换购等活动，形成扩大内需的叠加效应，为广大消费者送上一场舌尖上的美食之旅。

3. 开展“老字号嘉年华”主题活动。举办第十七届中华老字号博览会，打造集品牌发布、技艺展示、消费体验、市场推广、合作交流等功能为一体的消费盛会。举办上海老字号授牌仪式等专场活动，提升上海老字号品牌知名度和影响力。

4. “看上海、品上海、爱上海”主题活动。聚焦市内文旅消费，各基层工会可按照 800 元/人标准，组织工会会员开展 2 天 1 夜的市内文旅活动，也可按照 300 元/人标准，开展市内 1 日游文旅活动。二是推动市内商业消费，各基层工会可按照 500 元/人标准，购买发放符合职工普惠需求的本地名特优产品。三是调整优化专项政策，将“看上海”活动标准从 700 元/人提高至 800 元/人，继续允许基层使用工会经费和历年结余开展活动，进一步加大对下级工会进行专项经费补助和转移支付力度。

5. 上海健康消费节。围绕健康消费热点，推出健康主题活动，打造社区邻里中心健康消费服务地标，让市民在家门口就能体验到健康消费服务，倡导“让养生成为美好生活的一部分”的新健

康生活方式。

6. 上海信息消费节。围绕文娱、文旅、体育、健康、金融等多领域，着力优化信息消费服务和信息消费体验，营造放心舒心的消费环境和活跃的消费氛围。举办开幕式、高端峰会、主题论坛、展览展示、互动体验、首发首秀、优惠促销等百余场活动，从科技、产业、金融等方面推进数字信息消费，线上线下提振消费需求。

7. 上海养老暖心购物节。依托“2023 上海国际养老、辅具及康复医疗博览会”，联手“东方购物”打造上海养老暖心购物节。通过搭建各类适老化产品的应用场景，以现场体验+在线购物送货+电视大屏持续直播的方式，帮助老年人挑选合适的商品，提高生活品质，乐享银发生活。动员线上线下各大行业协会、企业集团、品牌企业、电商平台推出各具特色的行业和企业主体活动。

四、保障措施

（一）加强组织保障。依托市国际消费中心城市建设领导小组工作机制，强化市区联手、部门联动、企业联合，统筹推进“五五购物节”各项重点工作。

（二）加强宣传推广。通过新闻通气会、发布会、媒体探营等形式，宣传重点活动 IP。加强精准营销，满足市民信息查询需求。联动机场、车站、航空公司、旅行社等枢纽和载体平台，面向长三角等国内外旅客做好全球推介。加强灯光、广告、道旗、

浦江两岸大屏、无人机等氛围营造，形成“铺天盖地”宣传阵势。

（三）加强政策支持。围绕重点领域，出台恢复和扩大消费若干政策措施。发挥财政资金引导作用，做好对重点活动经费保障。

（四）优化消费环境。加快打造近悦远来的消费环境，做好节庆活动期间消费者权益保障，提高“五五购物节”服务品质。

（五）强化监测评估。依托消费市场大数据实验室（上海），构建“五五购物节”评价指标体系，开展“五五购物节”监测分析，评估“五五购物节”带动效应。

（六）确保安全有序。督促各活动主办单位高度重视活动安全，协同公安和街道等部门严守安全底线，按照谁主办谁负责的原则，压实安全主体责任，保障活动的顺利开展。