

# 透视上海消费活力： 不止于“首发”，更激活“在场”

■中国城市报记者 王迪

丝竹与爵士即兴交融的声景中，模特们身着兼具古典意蕴与现代线条的华服从容走过，步履间，一幅时尚长卷缓缓铺陈……近日，在2026秋冬上海时装周的新天地主秀场，EP雅莹“萃”主题东方雅秀在蜿蜒如溪的秀道上徐徐展开，给观众带来了一场视觉盛宴。而大秀结束仅一小时，所有秀场礼服同步亮相EP雅莹上海新天地旗舰店及新乐路城市会客厅，观秀嘉宾可进一步体验“即看即定制”服务。

与此同时，“首发上海”系列活动启幕，聚焦美妆、科技、运动等多元领域，以“1+5+50”（1场发布仪式、5场国际性首发展会、50场高能级首发首秀）矩阵，加速全球新品从“首秀”向“首店”落地转化。

自党的二十届三中全会首次提出“积极推进首发经济”，上海市作为全国首发经济高地，贡献了先进的实践经验。

## 从文化引领到消费闭环

“身处如今文化自信的新时代，作为中国品牌，我们既要脚踏实地做好自己，也要放开胸怀与国际合作。过去我们着力把根基建好，未来我们要更好地拥抱创意设计力量，把材料自信、文化自信、大美中国自信一体化表达出来，共创中国好品牌。”在本季上海时装周M SPACE 开场论坛上，雅莹集团董事长兼总裁张华明回顾自己公司品牌三十余年建设历程时如是说。

作为民族时尚品牌，EP雅莹此次以闭幕大秀、MODE国际买手展首秀、布廊 Bou-lang 主题展、“即看即定制”创新模式等多维布局，深度融入

上海时装周生态。走进位于淮海中路627号的“布廊 Bou-lang”艺术空间，中国城市报记者看到，由雅莹打造的“丝绪万象”主题展以品牌基因“真丝”为原点，从江南桑田的文化意象出发，将丝线的“时空故事”化为可触可感的艺术现场，并通过“都市桑林”这一概念打破商业与艺术的边界，传递东方哲思。

更具突破性的是，雅莹在本届时装周推出的“即看即定制”服务，实现了从秀场到衣橱的无缝衔接。消费者不仅可以在大秀结束后迅速在店内体验秀款，还可以依据个人喜好，在专属顾问与量体师的协助下，调整细节，完成私人定制。

在张华明看来，一个好的品牌应与城市商业、街区风貌共生。雅莹正通过一系列实体店的空间实践，探索品牌与城市的关系。例如通过精心修复上海新乐路16号百年老洋房，将其打造为“城市会客厅”，使该空间超越单纯的零售功能，而成为体验当代都市生活美学的载体。

## 政策赋能与场景创新

不久前，2026全国精品首发季暨“首发上海”系列活动在静安区张园发布，标志着上海市在引领消费创新、链接全球资源的战略上进入升级阶段。

中国城市报记者了解到，此次“首发上海”4.0政策以13项举措强化全链条保障，在制度、资金、配套上全面升级，以打造国际一流营商环境，让全球新品愿意来、来得快、卖得好。例如，进口首发消费品检验便利化措施已将通关时长压缩80%，惠及大量国际品牌。政策还首次明确每年3—5月为“首发上海”全球新品首发

季，并重磅推出“上海定制”城市IP，鼓励从“标准成品”到“专属印记”的消费升级，为品牌提供与中国消费者深度互动的新路径。

在政策的强力赋能下，众多国际品牌纷纷响应，将最高规格的首发资源投向上海。欧莱雅北美及中国企业事务与公众联动总监陈佳昕向中国城市报记者介绍，此次集团携旗下30余个品牌，特别呈现“1+1+1”的重磅首发组合：一场顶级发艺首秀，一项全球发艺赛事，一个首发新品快闪。“自4月16日起，为期7天的首发新品快闪空间将亮相浦东美术馆及浦江河畔。消费者不仅可以纵览用艺术装置复刻的往届全球发艺设计师大赛的获奖造型，还可以在户外空间现场体验“黑宝瓶”等全新升级产品。我们希望通过‘首发引领趋势、首秀推动盛势、快闪加速声势’，让‘美’的创意与‘发’的艺术从上海辐射全国，助推上海成为国际消费中心城市。”陈佳昕说。

不仅欧莱雅，汉高集团同样把握机遇，以集团旗下品牌沙宣的首次焕新盛典，展现其深耕中国市场的决心。波波头等经典造型在舞台重现，7款春夏新作交叠轻盈质感，标志性产品“大红瓶”系列全新升级、红宝石精油全球首发……在2026沙宣发型大秀现场，品牌将“无限探索”的精神内核转化为生动的T台叙事，让专业美学走出圈层。

汉高消费品业务部大中华区副总裁钟经纬对中国城市报记者表示：“行业好我们才会更好，才是真好。今年是汉高成立150年，也是我们进入中国的第55年，更是我们沙宣的新起点。我们将重启沙宣美业，不只教授剪发技巧，更致力于培养能与全球美学对话的中



在EP雅莹上海新天地旗舰店内，一名量体师正在帮定制礼服的顾客测量尺寸。  
雅莹集团供图

国发型师，助力上海打造国际美业教育高地。”据悉，去年9月，总投资约5亿元的汉高粘合剂技术上海创新体验中心正式落成启用，为来自各行业的合作伙伴提供沉浸式互动体验，促进深度协作，从而推动汉高在亚太地区的长期发展。

全球知名服装品牌优衣库也积极响应“首发上海”活动，联动其南京西路、淮海路等全球旗舰店，将首发热潮辐射至长三角地区。其新品涵盖与迪士尼、F1联名的赛车主题UT系列，特别为动漫爱好者打造的集英社100周年合作系列以及亚麻、防晒等功能性服饰，精准回应多元生活场景需求，让“品质消费”变得轻松可得。

## 让潮流与艺术融入日常

在近日举办的“第41届上海之春国际音乐节——中外音乐交流展演季”活动现场，来自巴西的钢琴家、俄罗斯的手风琴家及中国的青年歌唱家等同台献艺，在与观众的互动中演绎了文明互鉴。对于这一创新实践，活动主办方之一的传播平台“Shanghai Spotlight 聚焦上海”总经理亚历克斯·巴特

勒(Alex Butler)评价道：“这一音乐节为音乐人和乐迷创造了一个交流的平台。不管是第一次登上舞台的学生，还是在座无虚席的剧场里献上精彩演出的世界级艺术家，都能在这里找到自己的位置。它不仅让上海成为重视音乐文化发展的城市，也为处于不同职业阶段的艺术家们提供了一个理想的舞台，让他们能够与观众热情互动。”

值得一提的是，新的消费体验正深入城市的“毛细血管”，催生独特的社群文化与情感连接。在上海市中心的一处大型商场内，一个由年轻人主导的周末二手“谷子”（即动漫、游戏等作品的周边商品）集市已运营多年，每逢周末、节假日等时间，便会吸引大量二次元文化爱好者前来“淘宝”。现场一名大学生摊主星星告诉中国城市报记者，这里不仅是交易闲置正版动漫周边的平台，更是同好们社交的据点。“我们通过微信群联络，以较低的价格转手自己曾原价购买的二次元官方正品，还会因共同的兴趣爱好从生意伙伴发展成朋友，相约参与线下漫展等活动。”星星说。

# 上海市闵行区： 优化机构配置 筑强数字城市根基

■袁晓如

上海市闵行区以区委编办与区数据局为核心联动发力，通过统筹机构编制资源、整合发展要素、聚焦民生服务提质，走出了一条以机构资源优化配置赋能数字城市建设的特色路径。

闵行区强化顶层设计，组建区数据局并科学设置内设机构，将编制资源向数据领域核

心机构倾斜，通过多元渠道配齐配强数字领域专业人才。同时清晰界定各部门数字工作职责，构建“区级统筹、街镇落实”两级数字工作体系，打造“横向到边、纵向到底”的数字治理格局。

围绕数字化转型，闵行区从产业、项目、设施三大维度整合资源。在产业端，出台数字经济专项政策，搭建政产学研

用金媒交流平台，推行“数字服务官”制度，成立企业出海联盟，助力本土数字企业发展；在项目端，建设区级数字公共服务中心，出台数字化项目全生命周期管理办法，统一管理全区信息化系统，清理百余项“僵尸系统”“重复系统”，实现资源集约利用；在设施端，建成一体化赋能平台，打通部门数据壁垒，建立跨领域跨层级数据共

享机制，同时建成5G基站超8000座，升级政务网络设施。

闵行区推动数字化转型从“建平台”向“优服务”转变。创新“职责—需求—项目”三清单机制，搭建基层减负“只报一次”系统，报表压缩率达62%；聚焦企业发展，推进数商认定、承办数据创新大赛、落地创新实验室，升级打造“闵企连廊”惠企政策服务平台；围绕群众

办事便利化，构建区、街镇、社区三级数字服务网络，优化“一网通办”门户，“开店一件事”效率提升近97%，最快3天即可完成全流程手续。

为保障工作落地，闵行区建立专项督查、政务督查、编制多维联动的监督机制，将数字化工作推进情况、服务效能等纳入重点督查范围，定期通报问题、督促整改。