

# 青浦奥莱联动周边乡村打造“环奥莱商旅秀带” 让“购物流量”再变“乡村留量”

## 在“文化广场”相遇

去年上演45台280场演出

本报记者 吴桐

刚刚过去的2025年,上海文化广场交出了一份亮眼答卷:全年上演45台280场演出,89%的平均售出率创历年新高;572场公益活动吸引4.2万人次参与。上海文化广场以音乐剧为核心引擎,通过国际化引进、原创孵化、产业构建、公益赋能四大路径,打造城市文化会客厅。

### 打开体验多元文化的窗

以“响当当”演出季为核心,上海文化广场深化演艺码头影响力,全年音乐剧及舞台剧场次占比达80%,英语、法语、德语等多语种佳作构建起国际化艺术交流平台。法语新剧《莫里哀》复购率高达40%,百老汇原版《查理与巧克力工厂》首度来华带来纯正合家欢体验,德语经典音乐剧《莫扎特!》《伊丽莎白》、法语音乐剧《罗密欧与朱丽叶》等口碑力作轮番掀起观演热潮。

《罗密欧与朱丽叶》四度回归一票难求,更在演出期间迎来“年末大戏”品牌的第100万名观众许女士。她说:“在这里看过多少部作品已经数不清了,反正每年都要来好多次,上海文化广场是体验多元文化的一扇窗。”

通过前瞻性策划与专业化运营,剧院不仅高效引进国际新作,更以主题衍生、场景融合等方式延伸观演体验。例如,《大状王》是剧院自2019年起持续跟踪的剧目;《莫里哀》自2023年法国首演后两年内快速引进落地,并协调国际团队提前三周抵沪完成全环节合成排练;《樱桃园》专属邀约国际影星于佩尔来华;德语音乐剧《莫扎特!》首度实现国内四城巡演。

### 孵化原创作品走向世界

在引进优质海外作品的同时,上海文化广场以节展平台与自制孵化为双核,推动华语音乐剧从孵化到输出的全链条发展。历经七年成长的“演艺大世界——上海国际音乐剧节”入选上海文化品牌最佳案例,成为行业资源聚合高地。

“原创华语音乐剧展演季”累计呈现62部原创剧目185场演出,2025年展演季四部上海首演作品售出率达95%。华语原创音乐剧孵化计划三年来持续发力,2024—2025年度收到80份投稿,《无形之刃》等三部作品完成工作坊呈现,孵化作品全年演出57场。

孵化成果已实现国际输出:特邀野

化作品《宝玉》《功夫》将分别赴韩国、德国演出,《音乐剧创作二十讲》年内出版,标志着孵化体系从实践迈向理论建构。“孵化计划为新人提供专业扶持,让我们敢创新、能实践。”多次参与计划的编剧孙浩程表示。

第七届音乐剧节期间,第十四届上海国际音乐剧发展论坛同步举办,围绕沪港创作生态合作等议题展开研讨。音乐剧歌唱大赛吸引多国选手参与,韩国选手金正玄斩获首位外籍冠军,他直言“中国音乐剧市场充满活力,希望在此发展”。

自制板块同样亮眼,2025年音乐剧明星音乐会系列汇聚五国艺人,平均上座率超90%,实现“淡季不淡”;2026年系列六台演出中三台开票即售罄,阿尔菲·博伊等新阵容引发期待,持续激活市场活力。

### 文化惠民拓展服务外延

上海文化广场77万会员中,56%为16岁—30岁青年,近2万为学生会会员。针对这一结构,上海文化广场推出“学生票余票助手”,将学生会会员范围扩大至中学阶段,全年提供4万余张公益票,占总票数的11%,联动推出补贴票及文化消费券,惠及6400位观众,带动票房超800万元。

艺术教育品牌“剧艺堂”全年开展470场活动,线下参与3.7万人次,线上直播观看量破16万;SCS音乐剧合唱团汇聚81位不同年龄、职业的爱好者,通过快闪及专业演出传播音乐剧文化;十周年品牌“广场小白”开展86场公益活动,覆盖3700余人次,拓展服务外延。

剧院创新“内容+场景”模式,推动文化破圈。《大状王》毛绒挂件、《莫扎特!》棉花娃娃等衍生品备受青睐,主题餐饮、互动装置让观演体验持续延伸。《查理与巧克力工厂》主题单车、《莫里哀》城市探索计划,将艺术气息融入城市空间;户外草坪引进凡几市集等活动,吸引数百品牌参与,焕新场所活力。

通过与浦发银行、兰蔻等伙伴合作,剧院探索文化与多领域双向赋能,同时联动金融、餐饮等行业构建“文化+生活”权益矩阵,让艺术融入日常肌理。“我们希望这里不仅是演出场馆,更是一处能让大家共同呼吸、自由生长、温暖相遇的艺术家园。”上海文化广场总经理费元洪说,未来,剧院将持续深耕音乐剧核心,以优质内容与服务,为上海建设亚洲演艺之都注入不竭文化动能。



崧泽村突出“文化+文博”。



中步村深耕“生态+康养”。均 资料图片

村多元场景、从“购物”到“游憩”的体验动线。

去年7月份到10月份,“上海之夏”国际消费季的“夏日QU青浦”活动中,也通过一系列活动探索客流共享新模式,包括崧泽村的“崧泽有声·老友重逢”“崧泽有集·青春造物”“崧泽有戏·夜梦仲夏”“崧泽有光·巷映千年”系列,以及方夏村的慢森活节、磨方欢乐采摘节及和睦村亲子甜蜜茶约等活动。

方夏村党总支副书记沈莺说,这些“沉浸式消费”能够拉长消费者在赵巷的停留时间,在某种程度上,可以增强“流量”与乡村的黏合度,把更多“头回客”变成“回头客”。

### 乡村补上消费拼图

谈到青浦奥莱和乡村如何“互补”,青浦奥莱副总经理殷勤认为,周边乡村的优势主要在旅游、住宿和餐饮三方面。

2024年,青浦奥莱和和睦村合作探索“微度假”联动优惠:在青浦奥莱消费,并预订和睦村“前院后院”民宿,可享受专车接送服务,还可享受青浦奥莱和和睦村指定店铺的一些优惠福利。

如此一来,消费者便能知道青浦奥莱附近还有个和睦村,和睦水街的宜人风光和“小而美”的丰富业态也能进入消费者视野。和睦村党总支书记董春辉说:“奥莱的餐饮以快餐为主,和村里的农家菜、私房菜不冲突。大部分人来不到青浦,总希望吃到有特色的东西,和睦水街正好能满足这种需求。”

“现在在奥莱联动周边乡村的举措有两个方向。一个就是类似与‘前院后院’民宿的合作,以联动服务或者优惠来丰富奥莱会员权益和顾客体验;另一个是提供平台供品牌与乡村联动。比如,迪桑特的骑行活动、狼爪的公益徒步等活动等都在方夏村举办过。”殷勤说,未来在“环奥莱商旅秀带”,还能见到更多品牌快闪、非遗集市、主题研学、农事体验等联动活动。

### “引流”实验持续推进

随着“环奥莱商旅秀带”的建设推进,联动方式更加高效,从“单点突破”走向“全域融合”。周边各村“各美其美”的同时,也要资源互补,满足消费者的差异化、多元化需求。

上海崧泽文化旅游发展有限公

司工作人员王慧说,目前公司在这方面已有设想:和睦村聚焦“电竞+文旅”,方夏村主打“时尚+田园”,中步村深耕“生态+康养”,崧泽村则突出“文化+文博”。

整合优势资源也要从品牌聚合方面做文章。王慧提到,未来也想尝试整合四村特色资源,推出“赵巷乡村好物”统一品牌,搭建线上线下销售渠道,同时设计全域文旅小程序,集成四村活动日历、路线规划、智慧导览、预约预订功能。

记者了解到,目前赵巷镇正打造以奥莱为核心,串联山姆会员店、绿洲智谷·花园里、元祖梦世界、宝龙等周边商业体以及和美乡村的消费活力区,布局“水陆空三栖线路”,即开通文旅短驳公交,利用奥莱二期滨水码头与各村水路连接,同时探索低空经济观光航线,构建空中走廊。

殷勤透露,最近青浦奥莱也在与和睦村沟通,优化从奥莱步行至和睦村的沿路景观,“我们希望让消费者在奥莱通往和睦村的路上走得不再寂寞”。

目前,青浦奥莱二期正在加紧施工,预计将于今年竣工。建成后,一、二期总体量将达到20万平方米,成为亚洲最大的奥特莱斯。青浦奥莱与周边乡村的“引流”实验也将持续推进。

本报见习记者 曹景秀 记者 茅冠隽

青浦区赵巷镇方夏村,一栋地中海风格小楼里,精致的海派旗袍琳琅满目,茶与咖啡香气萦绕。

这家涵盖旗袍定制、文创礼品、非遗体验、茶咖等多元化业态的综合性服务空间,就是今年被评为第六批上海市“家门口的好去处”的镜泊秦汉(方夏)时尚中心。

在落地赵巷的两年里,其产值递增16%,客流圈从赵巷镇拓展至长三角周边区域。镜泊秦汉(方夏)时尚中心主理人朱盈说:“以前客人在青浦待一天,现在可能待两三天,其中有不少是逛完隔壁的百联青浦奥特莱斯后再过来的。”这些变化,与赵巷正在积极打造的“环奥莱商旅秀带”息息相关。

对于青浦奥莱和周边乡村来说,打造“环奥莱商旅秀带”,联通物理空间,联动多个主题,用精品路线串起优质文旅业态,可将青浦奥莱客流导入乡村,让“流量”多留一会儿,实现共生共荣。

### 从“购物”到“游憩”

青浦奥莱连续11年位居全国奥特莱斯销售业绩排行榜榜首。以去年国庆中秋假期为例,9月21日至10月8日期间,百联青浦奥特莱斯累计接待顾客64.4万人次。平时,青浦奥莱也有稳定且庞大的客流量。

如此庞大的客流量,如果只是购物便“各回各家”,无疑是巨大的资源浪费。如何将“流量”转化为“留量”?赵巷镇的解题思路是:将购物终点重塑为辐射周边沉浸式消费的起点。“环奥莱商旅秀带”的打造,应运而生。

这种提振消费的新思路,与“农文旅商体展”融合的理念不谋而合。去年“五一”期间,青浦区推出“15分钟青春经济圈”攻略,其中的一个“圈”便以青浦奥莱为核心,点位覆盖方夏村的绿色磨坊、一稻农场、镜泊秦汉(方夏)时尚中心,以及和睦村的“前院后院”民宿、和睦水街-饮光山房茶文化空间等,为消费者设计了一条串联起青浦奥莱与周边乡

## 上海初婚平均年龄 29.7岁!

本报讯(记者 王海燕)记者从市民政局获悉,2025年全市共办理婚姻登记175092对,其中结婚登记125102对、离婚登记49990对。2025年全市初婚平均年龄29.7岁,其中男性30.3岁,女性29.1岁。

自去年婚姻登记“全国通办”实施以来,全市共办理“全国通办”婚姻登记41332对,其中结婚登记34040对、离婚登记7292对,分别占同期本市婚姻登记总量的38.4%和21.3%,共服务30个省、自治区、直辖市户籍的104870名当事人。

办理涉外婚姻、涉港澳台居民及华侨结婚登记2062对,其中结婚登记1696对、离婚登记366对,共涉及85个国家和地区。

2025年,本市“结婚落户一件事”,包括民政部门的“内地居民婚姻登记(结婚)”、公安部门的“本市户口登记(婚姻状况变更)”“市内户口迁移(因婚姻迁入配偶家庭户)”、卫健部门的“生育登记”4个事项,共服务1462对群众。

2025年,离婚冷静期前主动撤回离婚321对、离婚冷静期到期后未办理离婚16246对。



岁末年初,幸福路上,一面面粉绿相间、色彩醒目的“幸福关系墙”悄然走红,成为沪上年轻人争相打卡的潮流地标。这个名为“Soulmanyships 搭子艺术展”的街头展览,以新颖的互动形式解锁多元“关系新词”,直观呈现Z世代社交新图景。

## 搭子艺术展 社交新图景

艺术展汲取复旦大学专业团队最新发布的《2026年社交趋势报告》内容,将Z世代多元的“搭子关系”搬进城市公共空间。报告显示,72.6%的受访青年拥有至少一段搭子关系,

68.9%认为这种轻量化、高适配的社交模式更高效舒适。

展览由长宁区民政局指导,展览地点“M+幸福里”与长宁区婚姻登记处新址隔街相望,传统情感归宿场所与多元社交形态展示空间形成巧妙呼应。

本报记者 李茂君 摄

## “Movie Land上海电影地图”推出3条 Movie Walk 线路 “高级白领”为何都住河滨大楼

Movie Walk从哪儿开始?因为1935年这栋楼落成后,当时美国六大电影公司的驻华办事处都在这里,同时他们的工作人员住宿也在里面,住宿办公一体化,非常方便。”石川介绍,20世纪10年代,这些电影公司的驻华办公室原本在黄浦区,由于地价上涨,不得不寻找租金更便宜的地方,此时正好河滨大楼落成,他们便搬入。如果从空中俯瞰河滨大楼,会发现它呈现S形,这是建筑投资方沙逊的首字母缩写。

如今,外部修缮一新的河滨大楼不仅是网红打卡地,也是众多影视剧的热门取景地。“影视剧中上海高级白领住的公寓往往在这栋楼里取景,

它某种程度上满足了观众对独立单身女性精致生活空间的想象。”石川说。跟随小程序中《影剧人生,她的24帧》的故事线,观众可以在行走中解锁那些曾“居住”于此的剧中角色,并借10年代,这些电影公司的驻华办公室取景框,使用虚拟透卡与实景叠加拍照,还原影视场景。比如在河滨大楼的门口,就可以拍摄一张《三十而已》中的王漫妮同款透卡。

从河滨大楼往前,沿着苏州河,还能看到乍浦路桥、中国证券博物馆、上海大厦、北外滩世界会客厅等打卡点。此次“Movie Land”虹口专区并非简单的地点罗列,而是一个基于

翔实历史数据库构建的沉浸式叙事空间。专区内的每个手绘地标均配有翔实的图文资料,讲述其真实历史背景与银幕内外的故事。此次推出的三条主题探索线路,各自承载不同的时代印记与叙事风格,为用户提供截然不同的体验。

与此同时,主办方联动区域内两家影院推出“电影岛”历史故事微展陈,旨在通过数字科技与线下体验的结合,盘活区域丰厚的电影文化底蕴,让历史故事在当代焕发新生命力,并促进电影文化消费与城市消费场景的深度融合。



扫码看视频

## YOUNG剧场新年档“马上有戏”

本报讯(记者 诸葛漪)即日起到2月,YOUNG剧场迎来“周周有好戏、优惠再升级”新年档期,20台38场演出通过升级趣味性、开放性、互动性的剧场体验,为市民呈上诚意十足的新春文化礼物。

1月17日—2月8日,话剧九人将携《对称性破缺》《双秤记》《翻山海》《四张机》四部高口碑作品回归YOUNG剧场,与观众共同度过“话剧九人上海驻城演出季”。YOUNG剧场与话剧九人还联手准备“民国知识分子系列五部曲”新书发布会、上海驻城演出季装置展、驻城连演季观演福利活动与YOUNG剧场限定纪念礼品等特别活动。

多位人气脱口秀演员将在新年接连登台。颜怡颜悦脱口秀专场《新型关系2.0》、哈哈曹脱口秀专场《长沙咸鱼宴》、步惊云脱口秀专场《母老虎》等为观众带来笑声与情绪释放。

## 一周顿顿吃腊肉血压飙升

专家提醒:冬季饮食小心“隐性盐”

本报记者 顾泳 通讯员 喻文龙

“真没想到,家乡的美味竟然成了我健康的负担。”昨天上午,在上海市静安区市北医院内科专家门诊,35岁的市民王先生感慨。

小寒前夕,王先生收到湖南老家亲友寄来一大箱自家腌制的腊肉、腊肠,这是每年最期待的“家乡味道”。收到包裹后,他迫不及待地烹饪享用,连续一周每天餐桌上都不少了腊肉的身影。不料,一周后他开始出现头晕、乏力、口干舌燥等症状,血压飙升至160/100mmHg,远超其平日130/80mmHg的水平。起初他以为是工作劳累所致,并未在意,直到症状持续加重,才在家人的劝说下前往市北医院就诊。

接诊的心内科曹华明主任详细询问了王先生的饮食情况和症状,结合相关检查结果,诊断其为“高盐饮食引发的急性血压升高”,罪魁祸首竟是腊肉中过量的“隐性盐”。

“我们日常烹饪添加的食盐是‘显性盐’,容易控制。但腊肉、香肠等加工肉类为防腐保鲜,含盐量往往超标数倍,加上冬季气候干燥,活动量减少,水钠潴留加剧,直接导致血压急性升高。”

曹主任介绍,医院近期连续接诊多例因高盐饮食引发血压升高、水肿等不适症状的患者。像王先生这样的案例,每到冬季都会接诊不少,很多市民认为冬季进补就是要多吃荤菜,却忽略了其中隐藏的健康风险。

据我国居民膳食指南建议,成年人每天食盐摄入量应不超过5克。但实际上,由于“隐性盐”的存在,很多人的实际摄入量远超这个标准。

冬季“隐性盐”超标有多重推手:一是腌制食品消费激增,腊肉、腊肠、咸菜等成为餐桌主角;二是火锅、麻辣烫等重口味饮食增多,汤底和调料含盐量惊人,一顿火锅摄入的盐分可达10—15克;三是冬季天气寒冷,户外活动减少,体内的新陈代谢速度变慢,人体对盐分的渴求感降低,但摄入量反而因饮食习惯增加,导致“不知不觉盐超标”,此时如果摄入过多的盐分,更容易导致水钠潴留,引发健康问题。

专家建议,冬日饮食应优选新鲜食材,远离加工食品。尽量少吃外卖和腊肉、香肠、火腿、方便面、薯片等加工食品及腌制食品。如果确实想吃腊肉,每周不超过100克,且提前用清水浸泡2小时去除部分盐分。

本报记者 钟菡

《他为什么依然单身》中霍建华饰演的俞瑜,《三十而已》中江疏影饰演的王漫妮,《我的前半生》里袁泉饰演的唐晶……这些人有个共同特点,都住在河滨大楼。荧屏上的上海白领,为何偏爱这栋老建筑?

日前,“Movie Land上海电影地图”上线“虹口电影地图”专属板块,以深度互动的手绘地图,汇集超过50个精心绘制的地标点位,并同步推出3条主题鲜明的Movie Walk互动探索线路。当天,上海戏剧学院教授石川带领十余位资深影迷体验“影剧人生,她的24帧”Movie Walk路线,故事开始的地方就是河滨大楼。

位于苏州河北岸的河滨大楼建成于1935年,最初为8层公寓住宅楼,20世纪70年代加盖3层。公寓内配有9台电梯、独立卫浴,还有露天游泳池,在当时属于高级标配。“为什么我们的