

为“Shanghai Pass”接入更多消费场景,串联更多文旅资源 用好一张卡,让全球客畅行上海

本报记者 洪俊杰

拿着“Shanghai Pass”卡,在上海某星巴克结账处,加拿大华人卢女士犯了难。店员告知她,这里无法使用“Shanghai Pass”消费。最后,还是同行的上海朋友帮她支付解了围。

对多数上海市民而言,“Shanghai Pass”颇为陌生。这是一张主要面向境外人士的不记名实体卡,采用预存资金模式,持卡人能刷卡乘坐上海所有交通工具,也可在部分文旅场馆及商超消费。卢女士去年在机场入境时买了一张,当时看中它能像香港八达通卡那样“滴滴”便捷支付。“但用下来感觉还不够方便。”她直言。一边是外籍人士的期待,一边是当下使用的瓶颈,今年,市政协常委杨劲松等提交《关于推动“Shanghai Pass”创新发展,提升上海入境游便利化水平的提案》,希望通过政府部门的政策创新与协同合作,接入更多消费场景,串联更多文旅资源,助力上海“中国人境消费第一城”软环境建设。

采访中,政协委员、业内人士、专家学者都提到,先要明确这张卡的定位——只是一张单纯的多用途预付卡,还是一个能体现上海温度的“城市旅游创新入口”?

还要不要“Shanghai Pass”?

很多人都有疑问,如今无论使用微信、支付宝还是外卡,外籍人士在上海支付越来越便捷,是否需要这张“Shanghai Pass”?

有委员直言,这张卡还承担消费“兜底”功能。客观情况是,不少境外游客,特别是欧美游客,出于各种考虑更倾向于用卡消费。“试想,国际邮轮停靠上海码头,下船的外国人只有半天购物时间,他真愿意为此开通一种并不熟悉的支付方式吗?”更何况,即便老外愿意用微信和支付宝,但实际操作中,还存在一定量的开通失败案例。

这些消费需求可以通过“Shanghai Pass”来满足。数据显示,截至去年12月,“Shanghai Pass”已累计发行突破25万张,完成消费交易150多万笔。如今,上海已在两大机场及23个地铁枢纽设立外卡购卡服务点。

上海师范大学文旅数字科技与创新研究中心主任冯翔认为,使用“Shanghai Pass”更符合老外的旅行习惯。她在调研中发现,很多外籍人士已形成一种观念——一座城市就应该有一张城市卡。比如,东京有西瓜卡,香港有八达通卡,纽约有纽约通票卡。“很多时候,他们买卡的目的不只是为了要用,还是一种打卡留念的方式。”

记者注意到,如今的“Shanghai Pass”更像是伦敦牡蛎卡(交通卡)和“London Pass(景点



外国游客在上海City Walk。

新华社发

卡)的集合。这是因为自去年4月起,“Shanghai Pass”迭代升级——在预付卡基础上,增加了购物优惠、景点权益等功能。在市文旅局推动下,如今已接入上海头部A级旅游景区、文博场馆等。

“这说明这张卡正从‘城市交通卡’向‘城市消费工具包’升级。”在杨劲松看来,卡的功用远不止于支付,而是把交通、景点、购物、餐饮等文旅场景“打包”成一个更容易理解、更便于选择的产品。对于那些首次来上海、停留时间不长,又想“少做功课、快速进入状态”的游客来说,这类产品有其存在价值。

“我们现在要做的,是完善并创新卡的功能,实现像这张卡英文名一样——上海通,通上海。”杨劲松说。

分拆出更清晰的产品层

首先需要完善的,是让购卡与用卡更便捷。

按照央行现行《支付机构预付卡业务管理办法》规定,像“Shanghai Pass”这样的预付卡,既不能在本埠以外地区销售,也不能在线上销售。因此,多数持卡者像卢女士那样,入境后在机场柜台购买。

显然,这种销售模式会削弱“Shanghai Pass”的竞争力。正常情况下,多数游客在出发前就会规划好未来的衣食住行。如果某个产品

必须等到落地后,才能去某个线下网点购买,那么很多人自然会改用更熟悉的同类产品。为此,市政协对外友好委员会建议探索包容审慎监管模式,针对城市惠民、入境服务等类型预付卡,制定分类监管政策,研究线上销售可行路径。

“能不能把‘Shanghai Pass’分拆出更清晰的产品层?”冯翔建议,一部分卡仍具有预付卡功能,另外一些卡包含景点套餐、多日票、城市消费包等旅游功能。“这样做,既没有突破监管边界,也便于后者能通过线上渠道合规发售”。

至于卢女士提到的不能在上海星巴克门店消费,背后是“Shanghai Pass”消费场景分布得还不够密集,尤其是在一些老外熟悉的国际品牌场域。作为发卡方,上海都市旅游卡支付有限公司总经理孙瑶承认,对于那些境外游客“高频、小额、随机”的消费场景,比如便利店、轻餐饮、特色小店等,“Shanghai Pass”的接入量依然有限,“如果仅靠企业市场化推进,难度大、成效慢”。

有业内人士建议,作为服务入境游客的城市公共产品,希望通过政府层面加强统筹引导。一方面,降低中小商户的接入门槛,简化结算流程,引导核心商业综合体接入“Shanghai Pass”体系;另一方面,提升用卡支付便利度,通过在银行pos机具上加装“Shanghai Pass”受理功能,实现一机多用,减少商户设备重复投入成本。

这是一个双赢的过程——用的商家多了,会形成规模效应,就能摊薄用卡运营成本;成本降



“Shanghai Pass”卡。

资料图片

低了,会有更多商家愿意接入,推动“Shanghai Pass”长期可持续发展。

城市旅游的“发现工具”

今年初,“Shanghai Pass”曾推出过上海新春文博美术联票,用户能以原总价1100元的约2.7折,即299元的价格购买联票,在农历正月内畅游全市21家文博美术场馆。5月18日,今年的国际博物馆日,“Shanghai Pass”还会推出上海全城文博联票,游客购票后可在本年度免费参观包括上海博物馆、上海科技馆在内的174个文博场馆。

“无论是实体卡还是虚拟卡,‘Shanghai Pass’功能都不该只停留在‘多一种’支付手段上,而是要将其升级成为一种城市旅游的‘发现工具’。”冯翔解释,游客拿到卡后就可以知道去哪儿玩、能获得什么优惠以及如何开始第一笔消费。

也就是说,未来这张卡需要转型为带有明确权益优势的消费产品。比如,把景点联票优惠、知名商圈专属折扣、餐饮文创小额立减、特色线路品牌合作等旅游功能“一键打包”。同时,将其与数字化导览、内容推荐、商户发现功能结合起来,形成“看得懂、找得到、愿意买、买得成”的完整闭环。

有业内人士直言,要想实现这些目标,关键在于能否为“Shanghai Pass”争取到更多具有竞争力的结算价格,使其推出更具有性价比的套餐。同时,也要有更多上海热门景点愿意加入这个“池子”,进一步提升产品的吸引力。

此外,就是进一步向海外宣传推广,构建“境外预热宣传—境内便捷获取”的服务网络。不久后,上海会推出“Shanghai Pass+EasyGo”线上联名卡。外籍人士可在“入境通EasyGo”平台购卡,支持在线充值、随充随用;同时可在线选购热门景点多日通票、文博场馆一卡通等多款优惠套餐。

“到那个时候,‘Shanghai Pass’不再是像不像香港八达通卡的问题,而是真正成为上海向全球旅客提供的一种更完整、更国际化、更有温度的城市欢迎方式。”杨劲松说。

上海应尽快布点 动物医学本科教育

政协委员:形成“综合+特色”培养方案

本报记者 洪俊杰

2025年,我国宠物产业规模约8000亿元,上海与北京、广州、重庆、武汉等并列为我国五大宠物城市。与此同时,随着城市养宠密度加大,狂犬病、猫抓病、鹦鹉热等人畜共患病的防控压力也持续上升。

无论是宠物经济发展,还是公共卫生安全,都需要一支高水平动物医学人才队伍。现实情况是,目前上海高校还没有动物医学本科专业,仅上海农林职业技术学院进行专科招生,存在培养规模不足、学历层次偏低等问题,难以满足上海对高层次动物医学人才的需求。

目前,全国已有720多所高校开设动物医学普通本科专业,江苏、浙江、山东等地均有多所相关院校。

政协委员、复旦大学附属中山医院内镜中心主任周平红认为,上海高校在临床医学、公共卫生、生命科学、人工智能等领域优势明显,但因缺少动物医学专业,难以形成“人医—兽医—公共卫生—生物医药”等多学科协同创新平台,制约相关学科集群发展。

周平红为此建议,上海应尽快布点动物医学本科教育,支持相关高校牵头,整合农学、生物、医学、公共管理等学科资源,尽快组织申报本科专业,形成“综合+特色”培养方案。首批招生规模可在50到60人之间,5年内达到年招生200人。

“建议将动物医学纳入本市急需紧缺人才专业目录中,在生均拨款、专项基建、科研设备等方面给予重点倾斜,对新建动物医学专业高校给予一定支持。”周平红呼吁,上海应同步规划兽医学学术学位与兽医专业学位硕士点与博士点,构建“本硕博”一体化培养体系。

他期待,到2030年,上海相关专业在校研究生规模达300人左右,更多高校设立“动物健康与公共卫生”“实验动物科学与比较医学”等交叉学科,为生物医药企业、海关、疾控机构培养高层次人才。

此外,周平红希望,依托张江科学城、临港新片区联合相关企业,共建“上海动物医学产教融合示范中心”,集教学、科研、临床、培训等功能于一体,形成宠物医疗、公共卫生、实验动物三大板块的实训网络。同时,依托新增学科点,成立长三角动物健康与公共卫生研究中心,为政府制定宠物管理、动物防疫、食品安全、生物安全等法规标准提供决策咨询,提升城市公共卫生治理现代化水平。

从手机屏幕走向城市舞台

上海游戏IP“少女前线”再谱“破壁”新曲

5月2日,国家会展中心1.2H馆入口排起长队,年轻人从全国各地赶来,共赴一场名为“热浪回想 拾光新章”的十年之约。当天,由上海本土企业散爆网络主办的“少女前线”十周年音乐嘉年华在此拉开帷幕。日间嘉年华与夜间交响音乐会接力上演,把一款诞生于上海的手机游戏,变成了一次可看、可玩、可听的沉浸式文化事件。

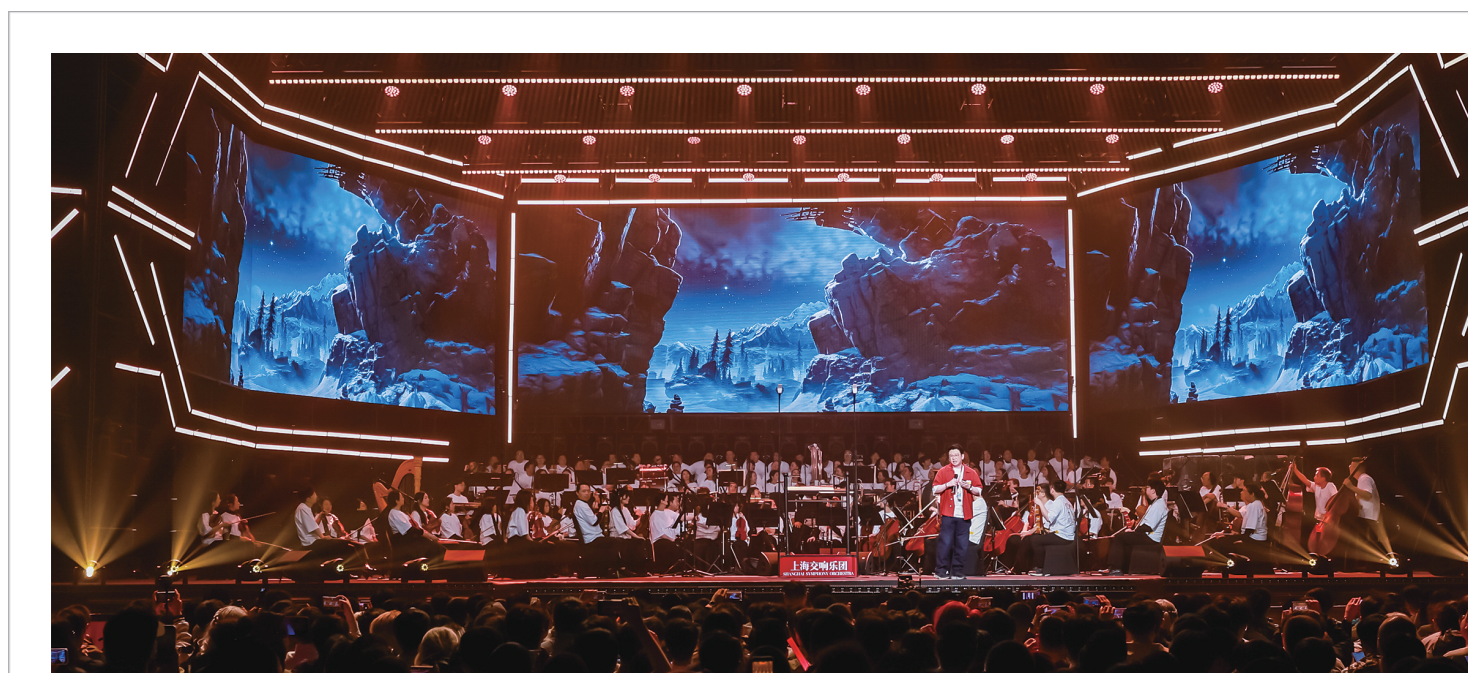
在“五一”假期上海的众多文化消费场景中,这场嘉年华显得尤为特殊:它既不是单纯的游戏展,也非一场常规的音乐会,而是以原创数字IP为原点,将交互展览、玩家共创、城市空间联动与专业交响合唱融为一体的跨界实践。当二次元文化主动走入大众视野,一个关于本土IP如何与城市共生长的故事,正在写下新的注脚。

十年深耕,从“指尖”到“眼前”

对于很多玩家来说,《少女前线》不只是一款游戏。2016年至今,散爆网络的这款原创IP从移动端起步,相继衍生出《少女前线:云图计划》《少女前线2:追放》《逆向坍塌:面包房行动》等多款作品,并发行至全球多个国家和地区。这十年,也是上海数字创意产业高速发展的十年。散爆网络从一个小团队成长为数百人规模的企业,见证并参与了上海“游戏创新高地”的崛起。

嘉年华现场,这种成长被具象化了。展区,“少女前线”系列四大作品以沉浸式场景还原集中亮相,玩家可以体验试玩版本、参与集任务,或在官方主题咖啡厅小坐,多位画师的访谈环节更是人气爆棚。在这里,游戏不再是停留在指尖的虚拟交互,而变成了可触摸、可分享的实体记忆。

当晚的音乐盛典则将这份记忆进一步升华。散爆网络CEO黄神登台做主题演讲,动情回顾了“少前”IP的十年历程,并首次公开两款全新在研项目:《逆向坍塌》与《少女前线:蓝蝶契约》。作为国内NPR+PBR技术的领军者,散爆此次将深厚的美术工业化积淀深度植入射击赛道,推出的两款新作都在视觉表现上延续了高水准。其中,《逆向坍塌》是散爆首次基于虚幻引擎5(UE5)展开深度开发的项目,力求实现玩法与战斗沉浸感的跨代升级,扩展IP内容,创作更具深度的角色和故事。通过在新领域、新技术上的极限尝试和对射击品类的持续深耕,散爆希望凭借行业领先的渲染技术构筑护城河,为全球玩家构建一个更具沉浸感、更丰富立体的“少前”宇宙体验。从已经成熟的产品



矩阵到面向未来的研发布局,一个指向下一个十年的蓝图清晰可见。

交响为媒,游戏音乐再“破壁”

夜幕降临,虹馆内的灯光暗下,上海交响乐团的乐手们就位。指挥孙一凡抬起手,熟悉的旋律以交响化的面貌流淌而出——这是去年在捷豹上海交响音乐厅首次“破壁”后,散爆网络与顶尖艺术院团的再度联手。

此次担纲音乐创编的依然是国内知名游戏音乐工作室Vanguard Sound。在他们的改编下,伴随玩家十年的游戏音乐、剧情主题曲被扩展为结构完整、配器丰富的交响篇章。特邀歌手Kinoko蘑菇用极具穿透力的嗓音演绎了多首人气曲目;上海歌剧院合唱团的加入,则让游戏配乐有了人声交响的厚度与温度。当合唱声部与管弦乐交织在一起,台下数千名观众屏息凝神,许多人跟着旋律轻声哼唱,荧光棒汇成一片缓缓摇曳的海。

“去年与散爆网络的首次合作,让我们看到‘古典+’的无限可能。”上海交响乐团团长王思宇表示,今年双方以一场游戏音乐会庆祝IP十周年,既是游戏赋能文化破壁的探索,也是古典音乐在年轻语境下的创意表达。上海歌剧院党委副书记、副院长张庆新则将这次合作形容为“专业声乐艺术与数字文创IP的强强对话”,他说,合唱团以精准的声音诠释与饱满的情感表达,为这场十年盛典注入了合唱艺术的质感与温度,未来期待继续探索从线上音频

到沉浸式舞台共创的更多可能。

这不是简单的“名曲串烧”,而是一次游戏音乐艺术化、舞台化的严肃重构。当游戏中那些陪伴玩家度过无数日夜的背景音乐,经由百人乐团与合唱团重新诠释,数字娱乐的文化分量变得具体而真切。

穿梭城市,IP激活“二次元+”场景

让一个游戏IP的影响力溢出场馆、融入城市,是本次嘉年华更大的企图。

活动期间,散爆网络联合上海公交集团推出“少女前线十周年”定制交通卡,覆盖全国330余座城市。在上海,15路、20路两条核心公交线路变身嘉年华主题“痛车”,车身绘满游戏角色,穿行于申城街头,成为流动的打卡点。在国家会展中心P5停车场,来自全国各地的玩家自发将私家车装饰成“痛车”集结展示,车门、引擎盖上满是喜爱的角色,形成场外一道独特风景,吸引大量路人驻足拍照。

与此同时,北京华威大厦、杭州工联CC、昆明瑞鼎城等多地商圈的地标大屏同步点亮十周年视觉,将活动的气氛从上海向全国扩散。这种以高质量数字内容为核心、多场景联动的模式,让二次元文化开始进入更日常的城市空间,也让“为一部游戏赴一座城”成为现实。大量跨省市来沪的年轻游客,在参加嘉年华之余,带动周边住宿、餐饮、交通消费,为上海“五一”文旅市场注入极具辨识度的增量。

同频共振,数字文化产业范式之变

从手机屏幕上一个小小的图标,到虹馆里百人乐团奏响的原创交响;从线上玩家社群的情感连接,到线下“痛车”车队在城市街头的实体集结——“少女前线”十年,见证并参与了中国数字文化产业的范式之变。

这背后,是上海对数字内容产业长期的政策培育与生态营造。当一款本土游戏IP有能力整合专业院团、公共交通、商业地产等多元资源,创造出超越单纯“玩游戏”的复合文化体验,它实际上已经成为一个具有“破圈”能量的文化品牌。正如黄神在音乐会上所说,十周年是一个全新的起点,散爆网络将继续探索数字艺术与多元文化的深度融合,为大众带来更具品质与文化内涵的数字文创作品。对于正在建设国际消费中心城市、加速提升文化软实力的上海而言,这样“数字内容+实体经济”的共振,无疑是值得持续关注的新变量。