

“半马苏河”运动生活节

绘就普陀“体育+”融合消费新景

本报记者 施旖雯

60场运动、30余个潮流品牌、1.5万人次打卡……为期三天的2025“半马苏河”运动生活节刚刚落幕，这场已升格为国家级“中国时尚体育季”的盛会，以半马苏河公园为核心主会场，联动区内六大商业商圈举办贯穿五月的“商圈挑战赛”，并同步推出涵盖萌宠竞技、二次元、亲子研学等20余项特色活动。

今年最大的亮点在于通过更深入的体育跨界融合，探索将流量转化为区域消费增长的新动能。

河畔全龄运动引消费磁场

半马苏河公园作为运动生活节的“心脏”，化身为一座昼夜不息的运动乐园与消费磁场。精心设计的“苏河十二时辰”活动，从晨曦中的“沐光瑜伽”唤醒城市，到午间超级猩猩联名课程引爆能量，再到夜幕下荧光点亮的苏河夜跑，无缝衔接的潮流运动精准覆盖全龄段需求。8位扎根普陀的“运动社群超级主理人”分时段陪伴市民，共同参与匹克球、攀岩、跑步等丰富运动。

“像瑜伽以及和超级猩猩合作的尊巴、搏击操等课程，招募一开启就爆满，是人气最旺的，”主会场负责人、上海六渔文化总经理张雯瑾观察到，这股运动热潮直接带动了主会场“88部落·苏河市集”的消费活力，近30个潮流运动及生活品牌在此集结。端午邂逅儿童节的双节效应，更催热了亲子与家庭消费。尽管后期受到天气影响，但三天整体参与人次达到1.5万，首日峰值客流约5000人，市民的热情十分高涨。

面对旺盛的消费需求，张雯瑾坦言餐饮供给略显局促：“我们主会场只有12个餐饮摊位，容量有限。”为此，主办方创新开通了主题巡游大巴，按时刻表循环接送市民往返主会场与上海环球港、上海真



如环宇城MAX、桃源π商业广场等普陀热门商圈，“定向导流，满足更深度的餐饮和购物需求”，以上海长风大悦城为例，凭“半马苏河”运动生活节活动凭证到店消费，可享受8-9折餐饮折扣。据统计，活动拉动商圈餐饮及快消类消费额近20万元，更有品牌商家联动推出专属特卖福利，联动线上天猫、京东618大促专享，带动销售转换百万级。这正是“体育引流，商圈承接”模式的一次有效实践。

桃源π商业广场作为本次“半马苏河”运动生活节的分会场，在承接商业流量的同时，也精心打造了一场别开生面的国风运动挑战赛，吸引了100组亲子家庭热情参与。挑战赛以端午主题设置“射五毒”“钓粽子”等主题体验，还有“六一怪好玩运动会”六大创意关卡趣味十足，促进亲子默契。活动巧妙融合传统文化与现代趣味，打造难忘的假期回忆。

IP跨界破圈拓消费场景

本届活动对“体育+”领域的拓展尤为显著。在普熙金融广场，“次元竞技场”分会场与国漫运动番剧IP《白色闪电》深度联合，打造为期两周的高还原度沉浸式主题快闪展。现场1:1复刻动画中的“启明中学乒乓球社招新”场景，设置颠球挑战、乒乓入杯等趣味互动，点燃了年轻群体的参与热情。

“开幕首个周末打卡人次就超2000。”负责该项目的上海茵族体育（马赫运动）总经理吴千里观察到，这种深度IP合作直接撬动了“次元经济”，二次元群体的消费行为模式独特，“他们更讲究群体

认同，线下参与度高，热衷社交展示。兴趣消费易投入，也易转化。”他认为，与《白色闪电》这类处于上升期的优质体育类国漫IP合作，通过“IP联名+体育体验+主题消费”的模式，不仅激发了青少年对乒乓球运动的兴趣，更精准导流了年轻消费力，为商圈和文旅场景注入了新活力。

“我们还联动大华长风华邑酒店推出两间‘白色闪电’主题房作为粉丝福利，在社交媒体上反响非常热烈。”吴千里介绍，端午期间，酒店客房入住率突破90%。不仅如此，华邑酒店同步与主会场进行深度联动，热情邀请入住宾客前往“半马苏河”运动生活节，体验运动主题市集、网红户外打卡及潮流好物展销等项目。所有入住宾客凭房卡还能享受专属福利，包括“半马苏河”MINI营参与资格及限量版主题周边礼品，打造集运动、休闲、亲子互动于一体的假日新体验。

萌宠亲子撬动特色经济

将特色活动转化为特色经济，是普陀区此次探索的另一重点。第三次引入的顶级萌宠赛事IP“紫环挑战赛中国区锦标赛”通过主会场大屏直播、文明养宠倡议及颁奖仪式，成功向广大市民展现了宠物赛事的魅力，吸引了120只参赛犬及魔都五大宠物社群积极参与。

在张雯瑾看来，这远不止是一场比赛：“它更是一个撬动区域宠物经济的绝佳载体。毗邻的上海跨国采购中若能在未来同期举办大型宠物展览，形成‘户外赛事+室内展览’的联动，促消费与商贸的氛围将事半功倍，真正把

宠物经济的链条做深做长。”

另一方面，当端午节“撞上”儿童节，“半马苏河”MINI营精心策划的9场活动受到众多家庭热捧。其中，麦克小奎绘本音乐会即便遇上“天公不作美”，现场仍有两百组家庭参与。

儿童视品牌负责人马艳芸也是本次MINI营主要运营方，对此深有感触：“今年活动类型不再局限于狭义的体育，而是不断整合‘半马苏河’资源，推出更丰富多元的内容。”因此，非遗舞狮课堂、品牌财商研学乃至生态植物学习等活动应运而生。据介绍，活动形式和数量是去年的三倍，报名启动后迅速满额，许多还是去年MINI营的“回头客”。

活动中，“小小品牌经理人”财商研学让孩子们实战销售“88部落·苏河市集”上的供应商商品，如乐淇苹果、“左庭右院”牛肉串等，单支队伍半小时内销售额最高近500元。马艳芸观察到，孩子的背后是家长的行动力与消费力——从MINI营活动延伸至热闹的市集、精彩的主舞台表演，这种沉浸式场域自然带动了家庭在活动区域的深度停留，促进了多元消费。

“一方面，未来积极联动更多优质商圈打造室内空间，即使遭遇雨天也能保障体验品质”总结本次经验，张雯瑾说道，“另一面，则需加强与商圈的营销协同，更早启动联合预热，希望‘半马苏河’品牌更好引导自然消费，不仅限于报名活动的人群。”

当体育成为链接多元业态与消费场景的强力纽带，普陀区探索的，是一条以特色体育IP为引擎，持续激发城市商业新脉动的可持续发展路径。



普陀区举行六五环境日活动

党建联建促环保 共筑绿色新未来

本报讯(记者 刘阳)日前，“党建联建促环保，共筑绿色新未来”2025年普陀区六五环境日活动举行。

活动伊始，与会人员共同观看了普陀区生态环境宣传片，回顾了2024年全区在环境质量提升、生态保护攻坚和治理能力现代化方面取得的显著成效。现场发布了《2024年度上海市普陀区生态环境状况公报》。上海市曹杨中学附属学校的学生们表演了情景剧《“碳”索未来》，展现了环保理念在年轻一代中的传承与发扬，赢得阵阵掌声。

活动中，普陀区生态环境局与10个街镇签署了党建共建协议，围绕组织联学联建、实事共办、宣传联动等内容深化合作，推动生态文明建设与基层治理深度融合。区生态环境局负责人表示，此次签约将整合政府、社区等多方资源，形成“生态为民、生态惠民”的强大合力。现场为“执法监督员”“环境宣讲员”颁发证书。

仪式结束后，与会同志参观了长风湾生态环境法治宣传教育基地。活动现场还设置了环保主题集市，吸引了众多市民驻足参与。现场的特色展位通过丰富的宣传资料和趣味互动活动，向市民普及环保理念，展示环保成果。

此次六五环境日活动以党建为纽带，通过成果展示、教育宣传、政社联动等形式，全方位展现了普陀区生态文明建设的创新实践。未来，普陀区将继续以“人民城市”理念为引领，凝聚全社会力量，共同书写绿色发展的崭新答卷。

