



# “新风”徐徐，在生活秀带“乐享city”

编者按

巴黎奥运会掀起了全民健身热，上海书展带来阅读热，近来接踵而至的“一动一静”，无疑成了激发城市活力的新动能。

新体验激发新需求，“杨数浦”有哪些新玩法？少儿霹雳舞挑战赛、美式橄榄球赛等观赏性与互动性兼备，知名品牌纷纷进驻、体育消费券持续发放……体育热“燃动”消费，引爆“融合力”，“我们希望这样的‘玩法’越来越多，助力餐饮行业稳步回升”；促进服务消费联盟成立，“乐享city”有了“探索计划”，8月-12月，杨浦推出百余项商旅文体活动。15分钟社区生活圈，既有“季节限定”，又有“四季常青款”——名额“秒没”，爱心暑托班第二期让更多孩子乐享暑期；社区阅读网络添新丁，“网”住更多居民的阅读需求……

人民城市新实践，杨浦生活秀带不断吹送“新风”，让市民游客“乐享city”。

## 新体验激发新需求，“杨数浦”有哪些新玩法？



### 体育热“燃动”消费，引爆“融合力”

“孩子在电视上看到后就很有兴趣，趁着暑假带他来近距离体验一下。”近日，市民王女士带着孩子在创智天地下沉式广场，饶有兴致地看起了比赛。少儿霹雳舞挑战赛、美式橄榄球赛、匹克球挑战赛等观赏性与互动性兼备，吸引了大量市民驻足，现场气氛热烈。

从江湾体育场到大学路限时步行街，全长约1.2公里，这一段本就创新浓度颇高的区域，因为2024年上海市“体育宣传周”、“YOUNG浦夏夜”体育消费生活节的落地，变得更为“新

### 名额“秒没”，爱心暑托班第二期让更多孩子乐享暑期

早上7点多，新江湾城街道暑托班的志愿者们早早“上岗”，等待家长和孩子们的到来，上海外国语大学幼教专业学生鲍慧颖就在其中。去年，她以志愿者身份参加了新江湾城街道寒托班活动，今年又连报了两期暑托班志愿服务工作。杨浦区小学生爱心暑托班第二期开班后，鲍慧颖成为新江湾城街道第二期暑托班三班的班主任。

有了之前的经验，这次鲍慧颖准备得更充分。她告诉记者：“比如，放学会提前让家长在群里沟通，提前组织小朋友们收好书包在有空调的大厅等待，减少他们在高温下的等待时间。”

新江湾城街道团工委工作人员沈明珠介绍，街道第二期暑托班共招募63名学员，按照年级开设了3个班，每个班按照1:5的比例配备志愿者。尽管如此，暑托班仍是供不应求，“开放报名的当天，差不多1秒钟的时间就报满了。”

据了解，作为杨浦唯一的上海市

意”盎然、热力四射。

“这是我们博物馆仿制的世界上第一块滑板，上世纪50年代，美国南加州海岸上，当地的冲浪爱好者为了能够在陆地上进行冲浪练习，制作了这块滑板，当时只有一块木板，下面安装了两排轮滑的铁轮子。”透明的展厅内，工作人员田杰正在讲解展品——大学路上，由上海体育博物馆打造的“移动博物馆”是一处人气打卡点。在这里，市民可以零距离了解霹雳舞、攀岩、滑板、自由式小轮车这4个新增的奥运项目。

以“奥运热”为驱动，杨浦进一步推动商旅文体展深度融合，激发全民健身热情的同时，为消费市场注入热

## 15分钟，既有“季节限定”，又有“四季常青款”

人大和上海市政府基层立法“双联系点”，新江湾城街道一直致力于开展形式多样的线上线下宣传普法活动。第一期“双联系点”将普法触角延伸至爱心暑托班，推出了“新心法学院”普法四讲，获得家长们的好评。第二期，在此基础上推出更多元化的课程，如《消防火灾逃生知识讲座》《国风雅韵》古诗词歌唱《中国动画如何“出圈”——“双创”思想与动画化传承之旅》等。

此外，今年的爱心暑托班凝聚起辖区企业单位、大学生和社会热心人士等各界力量，在师资力量、健康安全、食品安全、活动配送等方面全方位提升服务质量，缓解“看护难”的同时，为孩子们搭建一个拓宽知识、与同龄人交流的平台，让他们的暑期生活更为充实、快乐。

“一般第一周过来的时候大家都不讲话，但到第三周的时候就会玩到一块了，还会互相加微信约定结业以后一起出去玩。”志愿者领队秦睿远说。

### 社区阅读网络添新丁，“网”住更多居民的阅读需求

相对爱心暑托班的“季节限定



辣滚烫的活力。

统计数据显示，今年以来，美团上“霹雳舞”的搜索量同比增长107.8%，相关笔记攻略数增长150%；7月，体育运动的搜索量较6月同期增长180%，男性消费者占比达66%，20-35岁的消费者是主力。

“近来，店里的游泳和自行车产品卖得特别好。”迪卡侬（五角场店）运营经理杨振宇也表示，“周末两日，我们店客流较上周提升了6%左右。”

活动期间，上海知名品牌如回力、光明、东方购物等纷纷进驻现场，美团和工商银行上海分行推出运动主题支付立减活动，杨浦持续发放体育消费券……根据最新统计数据，下夏

性”，新江湾城街道日前启动的“悦读季”系列活动属于“四季常青款”。

“悦读季”包括“声动新城”有声阅读活动、“书诵新城”经典诵读活动、“书香新城”诗词成语大会、“悦美新城”艺术作品展四项文化主题活动，深入推动全民阅读，提升居民群众的阅读热情和文化素质，提升社区的文化品质。

一年一度的上海书展已经如约而至，书香社会建设深入推进，爱书人继



来越多食客跨区赶来，他们中大多数是运动爱好者，参加完某项活动就在周边就餐、休息。“新体验激发新需求，我们希望这样的‘玩法’越来越多，助力餐饮行业稳步回升。”

### 促进服务消费联盟成立，“乐享city”有了“探索计划”

如今，杨浦致力于推动以文带旅、以体兴商、以商成文，推进商旅文体展共融、商品和服务共促、品牌和场景共融。

据介绍，8月-12月，杨浦推出百余项商旅文体活动，重点活动51项——大学生旅游节、全民健身周等在已有经验上再度升级，杨浦区文化艺术中心、敦煌当代美术馆等开业开幕，“且听江湖乐”系列音乐会、滨江国际啤酒节等活动首次举办，“谷子快跑”“名创优品×小熊虫”等首发首展……

区委宣传部、区商务委、区文旅局、区体育局等部门联合互联网头部企业、商业综合体已经成立促进服务消费联盟，推出“乐享city探索计划”，重点聚焦三部分——三乐活动：乐游、乐购、乐动；三大攻略：五角场、杨浦滨江、控江路板块的打卡地图；三项行动：成立联盟、创新场景、超值福利；

一方面通过加强与政府、协会、企业间的合作，搭建起线上线下加速融合、互利共赢的平台，扩大商旅文体“朋友圈”，形成特色突出、优势互补、资源共享的商旅文体一体化发展体系；另一方面，挖掘更多杨浦“宝藏”资源，为市民游客提供更多消费娱乐场景，打造城市魅力新名片。

社区生活圈”建设，不断提升社区文化软实力，全力打造共治、共建、共享的和谐社区。本次“悦读季”系列活动，对进一步促进社区、园区、商区、营区及校区的交流融合具有积极作用。“未来，街道将不断推动社区大文化品牌建设，让文化建设成果惠及居民生活，提高居民群众的获得感、幸福感、归属感。”

■毛信慧 曾一埔 尚伟  
本版部分图片为资料图

