

## 清明小长假两天来沪上公园客流增多

## 踏青赏花 距离产生美

清明小长假两天来,风和日丽,气温适宜,市民纷纷出门踏青赏花,沪上不少公园突破或逼近客流上限,多家城市公园日均游客量也在1万以上。为此园方纷纷采取从严限流、关闭室内展馆、及时发布客满公告、广播滚动提醒等措施,避免游客“扎堆赏花”。

## 多家公园客流增多

按惯例,清明假期沪上公园赏花客流会激增。昨晚,记者从多家市属公园获悉,小长假前两天入园游客相对增多。辰山植物园前天入园数为31174人次,昨天为35228人次。滨江森林公园前天入园数为11882人次,昨天为13883人次。上海动物园前天为9119人次,昨天为11738人次。古猗园前天为5195人次,昨天为7304人次。上海植物园两天游客量共23000人次。共青森林公园前天为25100人次,昨天为25180人次,逼近25200人次上限。

由于仍处防疫时期,多家公园对此早有

准备。世纪公园节前就发布公告称:小长假客流量上限将下调至16000人,其中网络售票9000张,免票人群4000张,免费区域芳华园上限3000人,现场取消人工售票窗口。

上海植物园日承载量为104910人次。“相关部门要求入园客流不超过50%,小长假期间客流上限临时设置在每日20000人,实际入园客流远低于要求。”园方表示。

前前两天,世纪公园都在上午就发出紧急通告,称当天门票已全部售罄;青西郊野公园停车场在上午就已满额,练西路上开始出现拥堵,园方也及时限流。

## 继续关闭室内场馆

除了在游客量上设限并及时公布外,为避免游客扎堆,多家公园还根据客流在现场“微调”。比如辰山植物园关闭了三大温室,共青森林公园关闭了所有室内项目,古猗园关闭了7个厅堂及茶室、售票部等。上海植物园原定4月恢复开放的展览温室、草药园、兰室、

黄菊祠、盆景博物馆等室内景点继续关闭,上海动物园暂时关闭的动物展示区也未开放。

又如,共青森林公园增设了微信预约通道,方便提前预约游客快速入园;古猗园安排保安疏导提醒,南北大门的蛇形通道也设置了“安全排队间隔线”;上海植物园禁止各种合唱、跳集体舞等行为。

## 晚樱海棠桃花登场

每年清明假期,春光总是最明媚,园里的花也最为好看。记者从绿化部门获悉,清明时节中樱已进入最后的观赏期,更为艳丽雍容的晚樱开始“接力”,海棠、桃花、杜鹃、牡丹等也正争奇斗艳。

以重瓣为主的晚樱,是小长假的“主角”。这几天,辰山植物园中的晚樱已满树繁花,深深浅浅的粉色令人沉迷。而在上海植物园的晚樱区,还有些特别的品种,比如拥有黄绿色花瓣的“御衣黄”和“郁金”,花瓣似菊花的“菊枝垂”、花朵台阁状的兼六园锦樱等。

海棠和桃花则是共青森林公园的特色,海棠林中的1200余株、桃花源中的千余株桃花,均已繁花遍布,色灿如霞。而在以杜鹃为特色的滨江森林公园,部分品种已盛开,园内溪水潺潺、水雾缭绕,溪谷、山坡、林间缀满了各色杜鹃。

## 【友情提醒】

昨天,黄山景区迎来“报复性”参观,出现严重拥挤现象。安徽省黄山风景区管委会官微5小时内连发4条公告,称因景区限流2万,建议游客至黄山市其他景区游览。对此,上海市绿化部门和各公园表示,小长假和周末客流较多时,会仔细考虑每个入园环节,把工作做得更细,避免“赏花扎堆”。

同时建议市民:游园赏花须提前了解售票流程并向公园预约;出游当天须及时关注热门公园是否已限流;游园时须保持安全距离,做好个人防护,错峰出行。

本报记者 金旻矣

## 新消费新动能

随着防控形势逐步平稳,再加上风和日丽的好天气,这两天走出家门的市民变多了。领一波商家推送的优惠券,去一回心仪许久的网红店……“疫”后首个小长假,春色点亮申城商业消费。

## 动起来 消费讲究体验式

“转下头,我给你拍个照留念!”昨天下午3点,新世界城三楼的室内攀岩墙下,潘女士举着手机,对着刚刚登顶18米的女儿拍个不停。等到她安全滑到地面,排在后面的男孩子立即上前,接过了她手中的绳索,在教练的帮助下系好安全带,准备挑战。

“我们是上午10点多进商场的,准备好好玩一天。”旁边放着购物袋,手里捧着奶茶,潘女士告诉记者,本来是冲着赠券、打折来买东西的,但8岁的女儿一看到攀岩就挪不动步子了。“反正买一次票可以玩一整天,午饭和购物都在这里解决了。”

TX淮海里的Snow51 SoloX,沉浸在滑雪课程中的消费者仿佛忘记了室外的春光,转身投入了冰雪世界。小朋友们戴着口罩和头盔,在大型高山滑雪模拟训练台上练习滑雪,零售区还有又潮又酷的滑雪用品。

疫情后的全民健身,让体验式运动项目成为商场留人的好去处。记者看到,不少商场屋顶花园的跑道、运动广场,都成了小长假里的“人气担当”,消费者也随之走进商场。

一动之外也有一静。昨天下午,世纪汇广场的下沉式广场上,街头艺人站在中央,唱着一首舒缓的中外歌曲,咖啡馆、甜品店的外摆位几乎坐满了沐浴着春光的消费者。喝一杯咖啡,听一曲歌,就能消磨一个下午。淮海路上的韩国品牌Gentle Monster门前排起了长队,等待一小时左右才能进店。尽管已在电商平台上开出旗舰店,但消费者更爱到现场试一试太阳眼镜,打卡犹如艺术展一般的线下店铺。

## 买起来 购物换个新姿势

清明小长假期间,申城的各大商场并未迎来大客流,但这并不意味着生意冷清。直播间、微信群、微商城取代了收银台前的长队,成为“上海购物”的新趋势。

“近期线上销售几乎占到线下的四分之一了。”记者从新世界大丸百货获悉,以“微信

## 「疫」后首个小长假,春色点亮申城商业消费

## 商场新体验 买卖新姿势

小程序直播+微商城”为核心的线上销售,在疫情期间“立了大功”,因为直播效果一次好过一次,参与品牌已从美妆拓展到轻奢包袋、珠宝首饰、手表和美鞋。“清明小长假期间,我们组织了两场直播,昨天首场直播中,有11款商品在直播间当场售罄,其中几款爆款护肤品更是一两分钟就卖光。”商场人士表示,线上销售渠道将成为他们全新的、常态化的销售网络。

在三八妇女节前后做了38小时直播的新世界城,自然也不会懈怠。4月3日到6日,商城在抖音上推出300多种商品,由专业主播直播带货。一路之隔的第一百货商业中心,记者同样看到工作人员举着手机,一路跟随直播走过一个个柜台。

就连吃火锅、撸串,也不必落座商场。昨天上午,和好友约好三户人家一起驱车去郊外踏青的市民郭女士,半路上拐进商场,自提了一堆海底捞火锅,加上前一天送货上门的耶里夏丽烤串半成品,一身轻松地去了野餐。

## 试起来 转型仍有新挑战

“疫”后第一个小长假,申城商业转型自救已探出新模式。线下体验和线上数字化获得广泛认可。事实上,疫情是加速这种商业模式更快进入更多商业领域的“催化剂”和“强心针”。

疫情期间,不少实体店都通过接入小程序、官方抖音号和官方公众号等线上引流渠道,维护线上线下的新老客户。对于前期有会员积累的门店来说,回补了相当一部分消费。而在疫情之后,“线上秒杀、线下连带”“线下卖货、线上拉新”成为商家沉淀顾客的常态化经营模式。业内人士表示,数字化不仅是疫情下的应急反应,还是商业企业的长远发展之路。“小到柜台导购加到顾客的微信,大到数字化运营的全链路,都是实体商业人现在要做的事。”

而对于实体商业来说,“体验为王”已经不是一句口号。“消费者已经从商品消费,转变为对生活品质提升感受的消费,当消费者走出家门,需要一个十分友好型的城市消费空间。人们需要融入交流、体验的环境,只有城市空间打造有更深的规划,才能够促进消费。”业内人士表示,对于实体商业来说,仅靠单纯的打折促销已经满足不了消费者需求,还需要引入流行的IP活动,能够吸引消费者参与进来,这样才能将消费者长期地吸引到商场中来。 本报记者 张钰芸



一帘幽梦

每年4月上旬至5月初是观赏紫藤花的最佳时期,清明小长假嘉定紫藤园迎来不少游客。今年公园须提前预约凭绿色随申码入园。据介绍,嘉定紫藤园有26个紫藤花品种,盛花期花穗最长超过1米,紫、粉、白等各种颜色的花瀑宛若一帘幽梦,引人遐想。 杨建正 摄影报道

## 申城多条“绿化特色道路”成小众赏春点 一路一景 “美颜”惊艳朋友圈

本报讯(记者 金旻矣)清明小长假,上海的“绿化特色道路”,也正用“美颜”惊艳着朋友圈。

记者从上海市绿化管理指导站获悉,本市30条绿化特色道路中,有十多条栽植着春花植物。除了进入尾声的染井吉野樱花外,艳丽的紫荆、娇羞的垂丝海棠、热烈的红花檵木和奇特的帚桃相继登场,令上海街头“一路一景”,春色怡人。

小长假期间,不少市民带着相机走出家门,去看最后一场“樱花雨”。除了大家熟知的公园绿地、徐汇滨江等地,上海以樱花为特色的道路还有很多。比如浦东新跃路、宝山友谊路、静安万荣路、嘉定棋盘路、松江滨

湖路、徐汇桂江路等。

三四月,也是紫荆花期。在上海,应用较多的紫荆属植物包括紫荆(花紫红色)、加拿大紫荆(花蓝紫色)和湖北紫荆(又名巨紫荆,花紫红色)。杨浦区国顺东路的巨紫荆和邯郸路的加拿大紫荆、紫荆还在观赏期,满树紫红,令人沉迷。

“小家碧玉”垂丝海棠,是不少小清新的心头好。垂丝海棠比樱花更粉嫩娇羞,是上海绿地中的常驻树种,在松江江学路、虹口新建路可一睹娇容。

此外,普陀区金鼎路上的帚桃,松江园中路上的红花檵木,虽“非主流”,也别有一番风味。

## 【相关链接】

从2017年开始,本市开始创建“绿化特色道路”。当年,首批9条绿化特色道路命名,栽种的植物花卉包括月季、紫薇、银杏、栎树、美人蕉、黄连木、樱花、榉树、无患子等。2018年和2019年,分别又有10条和11条道路被命名,增加了紫荆、红花槭、兰花三七、萱草、落羽杉等植物品种,路长都在500米以上,最长2公里。今年的绿化特色道路创建前期工作已于3月17日启动。