

# 沪“五一”接待游客1688.9万人次

## 旅游拉动消费约400亿元,宾馆旅馆平均客房出租率为71%

“五一”假日,市民游客出游热情高涨。上海旅游大数据监测显示,上海接待游客1688.9万人次,其中,外省市来沪游客624.96万人次,占总游客数的37%。据银联消费大数据统计,旅游拉动消费约400亿元。上海宾馆旅馆平均客房出租率为71%,超过2019年同期15个百分点。

### “乐嗨上海”有新热度

“五一”假日,上海市文旅局打响“乐嗨上海”假日文旅品牌,推出文化民俗、都市观光、观剧看展、亲近自然等4大类149项文旅活动。红色旅游成为市民游客出游的首选。团中央机关旧址纪念馆、杨浦区图书馆、上海孙中山故居纪念馆等红色场馆推出了一系列红色主题活动,带领人们追寻前辈和先烈留给上海的宝贵历史记忆。据统计,纳入假日监测统计的8家红色主题景区(点)累计接待游客7.42万人次。

浦江旅游成为都市旅游新热点。“五一”假日,黄浦江游览不仅有精华游航线,还为游客带来了全新的游览航线,及水晶公主下午茶等特色产品。同时,滨江岸线也日益成为各类休闲活动的时尚打卡地和文



■在新世界商城,巨大的鱼缸里游来了一条由真人扮演的“美人鱼”,吸引了市民游客驻足观赏  
杨建正 摄

旅新空间,“外滩枫径”市集、“河滨源 fashion”市集、人人市集、五五盒马逛吃游园会等活动陆续登场。据统计,黄浦江游览船接待游客10.53万人次,黄浦滨江五区接待游客817.44万人。

文化新空间成为拉动消费新动能。5月1日至3日,上海2021草莓音乐节吸引了50多位音乐人及乐队参演;在上海城市草坪音乐广场上,“永远跟党走”——2021上海城市草坪音乐会“春之声”演出,奏

响庆祝建党百年的辉煌乐章。据统计,上海市重点文化场所接待游客165.34万人次。

### 假日经济跑出“加速度”

据银联消费大数据预计,“五

一”假日旅游拉动消费约400亿元。

上海市170家纳入监测主要景区(点)累计接待游客664万人次,同比增长143%。其中,上海野生动物园20.9万人次,朱家角古镇14.95万人次,上海海昌海洋公园9.4万人次。同时,上海国际旅游度假区接待游客49.66万人次,佘山国家旅游度假区接待游客47.64万人次,崇明世界级生态岛接待游客53.40万人次。

上海市开放式文化旅游区域游客量也出现明显增长。其中,外滩、豫园和小陆家嘴等区域分别接待游客343.60万人次、160.18万人次和229.51万人次。历史风貌保护区接待游客502.90万人次。此外,上海线上文旅活动共吸引浏览量430.44万人次,文化和旅游公共服务中心接待19.99万人次。

“五一”假日,上海市区两级文旅局联合公安、交通、卫健、应急、消防、市场监管等部门5天累计检查各类文旅市场主体1929家(次),累计出动检查人员1985人次。市文化旅游市场质量监测和服务中心共接到投诉类工单68件,未接到重大旅游安全事故和群体性投诉事件。

本报记者 杨玉红

# 假期遇上“五五购物节”,消费者“买买买”热情浓厚 “五一”线下消费近200亿元

## 三分之一线下消费来自外地游客

作为全国旅游热门目的地,到上海“买买买”的外地游客收获颇丰,成为“五一”假期消费大军里的主力。

据消费市场大数据实验室(上海)监测显示,节日期间,外来旅客到沪发生消费447万人次,同比2020年增长64.4%,线下发生消费68.5亿元,同比增长76.8%(较2019年分别增长11.2%和9.1%),外来自线消费占全市线下消费比重达到34.9%。

外来游客爱去哪里“买买买”?南京路步行街是必选项之一。4月30日亮相南京路的“进博商品集市”,在假期前三天吸引客流4万人次。除上海居民外,集市内的“购买大军”主要来自河南省、浙江省、江苏省、海南省和四川省。

新世界城是南京路上的老牌商企,“五一”前三天销售同比增长近六成,文旅业态更是全面爆发,蜡像馆日均销售近80万元,影城也恢复到了2018年的正常水平。服务业的火爆也带动餐饮业,销售同比增长18.6%。

作为南京路步行街东拓后的新地标,“五一”期间,新世界大丸百货的七成消费者来自外地,其中长三角消费占到四成以上。

与长三角“近水楼台”的五个新城则形成了“上海购物”新热点,纷纷推出了休闲、观光、文博等主题活动,带动消费增长,重点监测的10家新城商业企业销售同比增长27.4%,客流同比增长47.5%。重点监测青浦新城、南汇新城、嘉定新城、奉贤新城、松江新城商业企业销售同比分别增长30%、100%、38%、25%、51%,客流同比分别增长38%、80%、37.7%、55%、32%。

“五一”假期遇上“五五购物节”,申城商业商圈、商街、商场人头攒动,“买买买”热情浓厚。记者昨天从上海市商务委获悉,据消费市场大数据实验室(上海)监测显示,节假日期间,全市线下发生消费196.5亿元,同比2020年增长30.4%,同比2019年增长9.6%。



■街头随处可见提着大包小袋的游客 杨建正 摄

## 线上线下携手打造销售峰值

根据对重点样本企业数据监测,“五一”期间,全市25个重点商圈91家商业企业销售同比增长37.7%,客流量同比增长25.1%。市级商圈销售同比增长超五成,远超其他各级商圈,南京西路、南京东路、陆家嘴商圈消费金额排名前三。

其中南京西路商圈销售同比翻番,增幅最高;豫园商城商圈迎来了“五一”旅游市场的大客流,销售同比增长80.0%,客流同比增长174.7%;小陆家嘴商圈推动内贸外贸、旅游会展、文化艺术等多领域多业态消费联动,商圈销售同比增长超50%;南京路步行街以“购出彩,活出YOUNG”为活动主题,商圈销售同比增长64%;徐家汇商圈推出“2021五五购物节-花漾徐家汇”商圈品牌活动,节日首日商圈单日客流量同比增长超过20%,销售同比增长14.6%。

线下企业营销活动精彩纷呈,线上企业多重促消费活动助推消费升级。盒马“五一”期间在东方明珠举办了数字生活节专场游园会,线下举

办游园会,线上开设老字号专区,活动期间每日客流超过6000人;叮咚买菜4周年庆发放优惠总额预计4亿元,推出“听叮咚讲故事,享美味食材”直播活动,节日期间销售额同比增长50%。

苏宁易购在上海地区的线上线下渠道销售额同比增长86%,假期5天销售额创历年最高峰值。家电家装品类消费升级趋势明显,对比“五五购物节”前一周,65英寸以上大屏彩电环比增长153%,高端品质洗衣机环比增长121%;苏宁极物大牌美妆销售环比增长3倍,苏宁百货黄金珠宝销售环比增长1倍。

百联集团在今年“五五购物节”期间发放超过15亿元电子消费券,“五一”期间第一百货商业中心在南京路上设置“透明直播间”,和分布在上海十大商圈的24家门店联动,员工、劳模纷纷直播带货。百联集团副总裁浦静波说,借助电子消费券和数字化赋能,百联集团有信心在今年上半年实现销售额的再创新高。

4月30日晚,2021“上海全球新品首发季”正式启动,超过550个国内外品牌将在“五五购物节”期间首发2800多款新品,其中国际品牌超过100个。

欧莱雅集团举办“美好消费:开启消费新时代”品牌主题活动,从新品首发,到首店开业,再到总部升级,生动诠释了首发经济效应。昨天上午,巴黎欧莱雅全球首家旗舰店上海“美礼殿堂”在南京路步行街开幕,店铺利用动态虚拟装置打造巴黎香榭丽舍大街实景,让消费者仿佛身临巴黎街头。美妆黑科技ModiFace能以AI高科技检测消费者肤质及面部特征,提供定制化美丽方案,把产品放置到店内智能屏上,就能自动演示功效、成分等产品研发特色。

老字号黄金珠宝企业也在不断推陈出新,老凤祥5月2日举办第30届首饰博览会,节假日销售同比增长71.9%;豫园珠宝节日期间发布新品,设计新潮更受年轻群体喜爱,销售同比增长34.5%。国内首个进博主题消费业态“进博商品集市”在南京路步行街开业,上架近40国的万款进口商品,假期前三天吸引客流4万人次。

节日期间,奢侈品、化妆品、汽车等品类增长最为显著。重点监测的奢侈品企业保持高速增长态势,五天销售同比增长62.8%。如恒隆广场销售同比增长更是超过了150%;青浦奥特莱斯、佛罗伦萨小镇等四家奥莱企业推出优惠折扣活动,五天销售超4亿元,同比增长13.0%。

汽车开启“政策+活动”双轮驱动模式,新能源车销售增幅较高。据消费市场大数据实验室数据显示,5月1日-3日,汽车销售同比增长23.9%,其中新能源汽车销售同比增长159.0%。 本报记者 张钰芸

## 全球品牌在沪发力首发经济