

闹
猛

春节接待游客1675.95万人次

申城全要素旅游消费交易总金额达191.22亿元

据上海旅游大数据监测,2024年春节假日八天,本市共接待游客1675.95万人次,同比增长约50%;据上海银联统计测算,上海地区含吃、住、行、游、购、娱等全要素旅游消费交易总金额为191.22亿元;本市星级酒店平均客房出租率为53%,同比增长15个百分点。

文博美展引领假日新风尚

节日期间,全市200多家文博馆、美术馆、剧场等推出了一系列精品展览、精彩演出,“观文博”“看美展”“赏好剧”逐渐成为上海都市旅游的品质之选。

上博人民广场馆“对话达·芬奇:文艺复兴与东方美学艺术特展”、上博东馆“星耀中国:三星堆·金沙古蜀文明展”、上海市历史博物馆《国宝的长征——故宫文物南迁纪念馆》、中华艺术宫“中国式风景——林风眠、吴冠中艺术大展”、上海当代艺术博物馆《第十四届上海双年展:宇宙电影》等文博美术展览在龙年新春吸引了大量市民游客。

演艺大世界的39家演出场所上演80台剧目380场演出,包括上海交响乐团迎春系列室内乐、上海文化广场的舞剧《永和九年》、上海东方艺术中心的《火红中国年》新春贺岁音乐会等。

主题景区迎来假日新高潮

节日期间,本市各主要景区(点)围绕“一路繁花、全城寻龙”主题,组织策划了一系列精彩丰富的假日文旅活动。

迪士尼度假区“瑞龙兆祥新春至,邀游客共庆奇妙佳节”新春主题活动、海昌海洋公园海洋神仙节、东方明珠“胖胖龙”新春市集和龙年新春主题灯展、东方绿舟“祥龙昂首,万象启新”主题活动等一系列亲子互动性强、沉浸体验度高的春节主题活动持续开展,为市民游客开启了欢乐、奇幻的春节休闲度假模式。

上海动物园“祥龙醒春、泽被万物”主题活动、上海植物园“龙年年宵花展”、上海辰山植物园“2024迎春花展”等郊野生态游让市民游客在公园里、绿地间感受浓浓的年味。

滨水旅游开启假日新航程

假日八天,“一江一河”水陆联动精品游备受欢迎,“年味+”“餐饮+”“演绎+”组合服



今天,莘庄梅展在莘庄公园和莘庄梅园主会场和两个分会场同时亮相,展示包括龙游梅在内的11大品种群的96种梅花及梅花珍品。作为申城新春文化习俗和品牌,莘庄梅展一直深受市民喜爱,看梅展成了很多市民约定俗成的节目。

图为游客在莘庄梅园赏梅拍照

特约通讯员 庄毅 摄

务吸引了众多市民游客。

浦江游览集团携手豫园“山海奇豫记”活动推出“游船+灯会”优惠联票,名信游船公司推出龙年新春游园手工非遗制作活动、“金色祥龙”游船推出电视剧《繁花》同款系列菜单,东方明珠游船推出“炫游浦江”打卡航班;普陀、静安、黄浦、长宁、虹口等区推出一系列苏州河微旅行线路,带领市民游客来一场说走就走的微旅行。

全城全民开启新年寻龙记

春节假日,申城还推出一系列融入中式美学、覆盖主要景区(点)和商圈的“寻龙记”时尚打卡活动。

第二十九届“山海奇豫记”豫园灯会、上海古猗园“花灯初上,骑飞冲天”新春花神灯会、闵行区莘庄灯会、青浦区甲辰新春灯会等让市民游客在参与传统文化活动中沉浸式体验春节民俗文化的乐趣。

上海博物馆“春光龙融——龙年迎春展”、

上海自然博物馆“有龙则灵——2024年生肖特展”、人民广场地铁换乘大厅的泰迪熊舞龙装置,以及南京东路、淮海路、南京西路、徐家汇、北外滩等260余处临时性各类龙年美陈装置,带领市民游客一起打卡龙图腾、龙文化。

中外联欢共绽群文满庭芳

聚焦外国人在沪过年,本市策划了“繁花式拜年”视频、“乐游上海过大年”英文版主题春联,组织上海国际旅游公益推广人录制共庆新春短视频,传递中国新年团圆欢乐的美好祝福,欢迎更多外国人同过中国年。

全国冬季“村晚”示范展示活动——闵行区华漕镇严家湾村晚邀请外国友人观摩体验,第十八届金桥中外家庭新春活动以情感互动传递可信、可敬、可爱的中国形象,全英文音乐剧《大慧星》、芭蕾舞剧《胡桃夹子》、百老汇经典音乐剧《音乐之声》等30余个中外精品展演项目,深受海内外游客和市民的欢迎。

本报记者 杨玉红

春节假期
最新数据

155.5亿元

外来消费同比增长超两成

本报讯(记者 张钰芸)2024年的春节超长假期,让更多市民游客走出来、买起来,在浓浓的海派“年味”中享受消费乐趣。昨天下午,上海市商务委发布“热辣滚烫”的全市消费大数据,其中外来消费增长明显,释放出假日经济的新活力。

银联商务大数据监测显示,节日期间(2024年2月9日除夕至16日初七)8天,外来消费发生消费金额为155.5亿元,次数高达1445.8万人次,较去年农历同期分别同比增长21.6%和41.8%。江苏来沪消费占外来消费比重最高,达到20.2%,与浙江、广东、山东和安徽排名外来消费占比的前5位。

据移动运营商手机信令监测,全市重点商圈手机信令中的外来客流占比42.1%,较1月平均外来客流占比33.1%,提高了9.0个百分点,其中南京东路、豫园、国际旅游度假区外来客流占比最高,分别达到61.6%、60.6%和60.5%。

消费市场大数据实验室(上海)监测显示,全市线上线下消费金额569亿元。监测35个商圈的线下客流总量2873万人次,同比去年农历同期增长11.9%。

534万余人次

公园游客量较去年
增加了148.88%

本报讯(记者 金旻矣)据市绿化市容局统计,2024年春节长假期间,申城公园共接待游客534万余人次,较去年春节期间(除夕至年初七,下同)的214.93万人次增加了148.88%。公园游客量高峰出现在年初三,达到80.86万人次。

还记得中小学语文课文里的“龙”吗?

龙故事说不尽 龙成语知多少



一条仅停留在传说里的“龙”,在很多中国人的心里却是具象的,原因之一,是它出现在我国的中小学教材里,有着各种形象和象征意义。

“还记得《飞向蓝天的恐龙》这篇课文吗?”松江区九亭五小语文教师乔琪说,这篇收录进教育部统编小学四年级语文教材里的课文,是徐星写的一篇科普文章,主要介绍了科学家们根据研究提出的一种假说:鸟类很可能是一种小型恐龙的后裔。20世纪末,我国科学家在辽西首次发现了保存有羽毛印痕的恐龙化石,为人们想象恐龙飞向蓝天、变化为鸟类的演化过程提供了证据。

松江区民乐学校语文教研组组长杨婧说:“有意思的是,初中语文教材也有一篇有关龙的说明文《恐龙无处不在》,作者是出生在俄罗斯的美国籍作家艾萨克·阿西莫夫。”这篇文章以南极发现恐龙化石为例,提出既然

寒冷的气候不适应恐龙的生活,那么恐龙是如何越过大洋到另一个大陆去的问题。

上海市洋泾中学语文高级教师陆晨虹介绍,初中教材里一直保留着俄国作家契诃夫的短篇小说《变色龙》,作者以诙谐幽默的笔调刻画了一个见风使舵的奴才形象,针砭当时社会的丑恶现象“变色龙”已成为善于变相、投机钻营者的代名词。陆老师说,原来初中教材里还有一篇选自《世说新语》的文章《周处》,讲的是晋朝少年周处屠蛟龙的故事。

高中语文教材里涉及“龙”的不多,算是零星有一些吧。比如,杜牧《阿房宫赋》里写到“长桥卧波,未云何龙?”另外,唐朝李贺的《李凭箜篌引》里有诗句“梦入神山教神妪,老鱼跳波瘦蛟舞”,这里的“蛟”是指传说中一种能发洪水的龙。说到与“龙”有关的成语,就很多了:龙凤呈祥、龙飞凤舞、车水马龙、龙马精神、笔走龙蛇……陆老师建议,亲朋好友欢聚一堂,不妨以“龙”为题来一番成语接龙游戏,从而了解中华民族特有的“龙”文化。

本报记者 王蔚

新春走基层 申城年味浓

仿佛跃入荧屏 又似时空穿梭

在松江车墩影视乐园遇见记忆中的海派年味

春节假期里,松江车墩上海影视乐园2024年海派龙年迎新游园会吸引了大量市民前来“打卡”。穿过“时光大道”,游客们仿佛跃入荧屏,又似时空穿梭,浮现在面前的是记忆中的海派年味。

步入影视乐园内的南京路,绿色的“铛铛车”响着清脆的铃声驶过,车上的人探出头张望着。原来,一条红色的“行运福龙”正在这条上世纪30年代置景的街巷上空飞行。为了迎接新年,街道上大小店铺都贴上了毛笔书写的福字,处处灯笼高悬,招幌交错,时不时还有人造飞雪忽然从空中飘下。

为了打造记忆中的海派年味,上海影视乐园专门在石库门里弄区域还原了老上海的过年场景:弄堂里一排排彩灯齐列,酒铺瓦罐堆叠,肉铺腊肉高挂……在集市区,各种小吃、传统工艺品让人们可以边吃边逛。在体验区,游客们能亲自书写对联,画国画,包饺子。书画老师陆晴告诉记者:“来体验

书画的游客络绎不绝,一天下来送出的福字已经记不得有多少张。”

过年怎么能少得了热闹?大年初七下午3时,随着鼓声隆隆擂动,游客已把主舞台围得“里三层外三层”。首先登场的是鼓乐表演,紧接着则是杂技、变脸和魔术。舞台表演结束,人们意犹未尽,高跷巡游又开始了,人群再一次爆发出欢呼。入夜,表演进入高潮。在和平广场,非遗打铁花表演者脱去上衣,随着一声呼喝,熔化的铁汁飞溅而出,化作金色的漫天大雨。铁花旋转着飘落,寓意着吉祥散落人间。“我背着女儿,女儿举着手机,一直没放下来过。”这是辽宁人何先生第一次看打铁花表演,是“特地为着这个来的”。

从大年初一持续到初八,上海影视乐园龙年迎新游园会每天都有丰富多彩的活动。2月24日元宵节当天,游园会还有特别场,等您来“一秒入戏”,体验海派年味,共度欢乐时光。

本报记者 曹博文