

为国担当 勇为尖兵

入境游客数量稳居全国首位

上海如何成为世界旅人“心之所向”

漫步外滩、南京路、新天地等城市地标，金发碧眼的游客与石库门里的烟火气相映成趣；迪士尼乐园里，欢声笑语中夹杂着多国语言——这些生动场景，正是上海入境旅游市场加速复苏的缩影。随着旅游旺季临近，“魔都”正张开双臂，迎接更多来自世界各地的访客。

三重引擎强劲驱动

上海入境旅游的爆发式增长，得益于政策红利、服务升级与精准推广的协同发力。

■ **政策层面**，国家不断释放的“免签红利”成为重要推力。过境免签停留时长延长至240小时，韩国、日本等主要客源国纳入免签范围后，“周五飞上海过周末”迅速成为韩国社交平台的热门话题。外滩的万国建筑、新天地的石库门弄堂、迪士尼的梦幻城堡，纷纷登上外国游客的必打卡清单。

■ **服务提质方面**，上海以“全场景覆盖”为目标，打造国际化旅游服务体系。推行“大额刷卡、小额扫码、现金托底”的多元支付模式，核心商圈、交通枢纽、星级酒店及景区实现外卡POS机全覆盖。

昨天，在“2025上海民生访谈”中，上海市文化和旅游局透露：2024年，上海接待入境游客突破670万人次，同比激增84%，入境外国游客数量持续领跑全国；国际旅游收入达110亿美元，同比增长近80%，创下历史新高。进入2025年，增长势头依旧强劲，仅一季度入境游客就突破170万人次，同比增长37%。

▶ 大批来沪旅游的外籍游客在南京路步行街逛街购物

杨建正 摄



盖；浦东、虹桥两大国际机场设立外籍游客一站式服务中心，多语种标识、智能导览等设施全面升级，让外国游客在沪旅行“行得畅、玩得顺”。

■ **宣传推广上**，上海创新“全球对话”模式。“Meet in Shanghai”全球推介行动、“老外逛上海”系列融媒体作品，通过海外主流社交平

台精准触达全球受众；精心设计的121条入境精品线路，串联起豫园灯会、朱家角古镇等特色文旅资源，搭配“国际中转旅客免费半日游”服务，让“上海故事”走向世界。

三大维度持续发力

入境旅游不仅是拉动消费的强劲引擎，更是中外文化交流的重

要桥梁。上海天安千树的短视频在海外平台斩获超千万浏览量，苏州河两岸的璀璨夜景由此走红全球；南京路商圈在迎来大批东南亚与韩国游客后，旅游购物、餐饮消费上涨，部分商家外汇收入增长4至5倍。游客的自发分享与热情消费，让城市流量转化为持久的文化吸引力，形成“打卡—传播—引

流”的良性循环。

对标国际一流旅游目的地，上海正从服务、产品、推广三大维度持续发力。

■ **服务优化** 针对快速通关、离境退税等18项游客痛点，15家责任单位协同攻坚，以细节之处的“上海温度”提升游客体验。

■ **产品开发** 深挖石库门建筑、非遗技艺、本帮美食等特色资源，推出“Citywalk深度游”“非遗手作体验”等主题线路，让游客深度触摸城市肌理。

■ **宣传推广** 借力联合国世界旅游组织地区办事处在沪落地的契机，联动国际组织与海外平台，以更国际化的叙事方式向世界讲述上海故事。

从百年外滩到新潮街巷，从传统非遗到现代艺术，上海正以开放包容的姿态，将历史底蕴与国际风范熔铸成独特的文旅魅力。这座城市不仅是入境游客的“打卡地”，更成为他们了解中国的“第一窗口”——在这里，每一次相遇，都是文化交融的生动注脚；每一次驻足，都在书写双向奔赴的美好故事。

本报记者 杨玉红

“五个一”铺就银发诗意旅途

匠心定制“让老年朋友玩得开心玩得满意”

“让老年朋友玩得开心、玩得满意！”昨天，“乐龄·乐游”主题行动宣布启动，通过“五个一”旅游产品和服务体系，为银发族量身打造高品质旅行体验。

作为老龄化程度深、消费能力强的国际化大都市，上海户籍60岁以上人口近600万，占比37%，银发旅游需求亟待释放。过去，上海银发旅游长期处于“边缘赛道”，存在产品单一、服务粗放、年龄限制等痛点。随着老年群体对沉浸式康养、精品小团的需求激增，对健康保障、无障碍出行的要求升级，上海市文化和旅游局将银发旅游列为个性化旅游市场的重要突破口，联合市民政局推出五大创新举措。

一批友好型线路邂逅“诗与远方”

聚焦“慢旅行、深体验”理念，首批17条老年友好型精品线路应运而生，将景区场馆的文化底蕴、乡村郊野的自然野趣、康养度假的闲适安逸融为一体。在“东滩湿地、明珠乡村野趣2日游”中，老人们跟随专业导游漫步生态湿地，品尝地道农家菜肴，夜宿特色度假村，在鸟鸣与稻香中舒缓身心；“活力临港·未来新城休闲康养2日游”则串联起中国名家主题雕塑园的艺术雅韵、南汇嘴观海公园的壮阔海景、科技智慧图书馆的前沿魅力，搭配新场古镇的悠然漫步，古今交融的旅程充实而惬意。

旅游企业各展所长，精准对接多元需求：上海青旅推出康养疗愈线路，融入高尔夫挥杆、太极晨练、瑜伽冥想等康体活动；春秋旅游打造趣味摄影主题团，全程配备专业摄影导师，定格旅途中的每一帧美好。4月15日，351位银发游客从长途客运中心启程，率先体验这些精心设计的品质线路。

一份打卡新菜单解锁新潮玩法

为拓宽老年游客的游玩视野，50条区域性银发旅游主题游径全新上线，不仅覆盖豫园、外滩等经典地标，更集纳新晋网红打卡地、特色旅游休闲街区、非遗民俗体验点等新潮场景。

结合今年计划开通的超百趟旅游专列，铁路部门联合文旅机构推出银发专列服务，提供个性化线路定制、灵活行程搭配；随着邮轮新航线启航，“银发邮轮游”专场活动也将同步启动，为长者打造海上休闲度假新体验，让每一次出游都充满新鲜感。

一条报名快车道实现“一键出发”

依托社区文化活动中心、综合为老服务中心等基层阵地，旅游产品信息实现“零距离”触达。老年游客无须舟车劳顿，在家门口即可获得详尽的线路介绍、专业的咨询服务，并完成便捷报名，真正实现“省心省力，一键出发”。

一张乐龄旅游卡串联“行游住医”

全新升级的上海都市旅游卡“乐龄版”，在保留公交出行、传统景点消费功能的基础上，深度嵌入适老化服务场景。从老字号餐饮折扣、康养酒店优惠预订，到错峰时段的专属福利，再到养老院参观体验、医疗陪诊服务对接，这张卡片串联起“行、游、住、医”全链条服务，“一卡畅行、实惠相伴”。

一个就近集散点轻松登车启程

针对老年游客出行“最后一公里”难题，上海整合旅游集散站、客运中心、文化广场等资源，在各区科学布局就近发车点。无论是近郊短途游，还是跨省深度游，银发游客均可在家门口轻松登车启程。

此外，上海正探索将银发旅游打造为公益属性的公共产品，通过协调各方加大工作日错峰优惠力度，既提升旅行舒适度、降低消费成本，又盘活旅游企业淡季资源，实现多方共赢。未来，更多银发旅游产品与服务信息将通过“乐游上海”公众号实时更新。

从线路设计的精雕细琢到服务网络的全域覆盖，从便捷出行的贴心考量到人文关怀的温暖传递，新举措将为银发群体铺就一条充满温情与诗意的旅途，让“乐龄·乐游”成为城市文旅的新名片。

本报记者 杨玉红

本报讯（记者宋宁华）昨天，“智链银龄 创享未来”2025年浦东新区第二届银发经济发展大会在浦东城市规划和公共艺术中心举行。会上，浦东新区养老服务和产业促进会发布《2025年浦东新区银发经济十大消费趋势洞察》。

本次调研覆盖浦东新区36个街镇，以3349位社区老人、257位机构养老老人为样本，通过“线上问卷+线下访谈”的立体化调研，深度剖析老龄群体消费能力、消费决策路径与消费赛道趋势。

■ **消费能力** 据统计，浦东新区老龄群体年支出3万至5万元及以上的占比达48.37%，月均支出4200元，远超国家统计局发布的2024年全国城镇居民月均支出2880元。可见，浦东新区的老龄群体消费能力强、意愿高，银发经济有广阔的市场空间。

■ **消费决策路径** 社区与机构老龄群体均将“产品质量”列为消费决策的首要考量因素，同时更愿意通过“朋友圈分享”“亲友推荐”等强社交关系获取产品信息，微信社群、小红书、抖音等媒介成为核心信息触点。

■ **消费赛道** 基础健康与生活保障类养老服务需求仍位居前列，精神慰藉、代办服务、日间照护等“陪伴式服务”也成为养老服

务需求的重要补充。

首要考量「产品质量」舒缓行程

调查结果显示，机构老龄群体的医疗需求仍主要集中在疾病治疗、身体康复等相关基础服务方面，但也有明显的心理咨询和保健知识学习需求。

同时，数据显示，超八成的老龄消费者对旅游服务存在个性化需求，其中最受欢迎的是“依身体状况定制舒缓行程”。可见，老龄群体更需要“慢旅行、深体验”和强适配的银发旅游方案，而不是传统的“特种兵式跟团游”。

另一组关于“银发人群参加老年大学的意愿”的调查显示，在覆盖50岁及以上人群的年龄分层样本中，“愿意参加”群体占比较高；在65岁以下的低龄银发群体中，近七成明确表达愿意参加。可见，银发教育需聚焦于“低龄化+精准化”，通过课程分层与社区渗透来激活老龄群体的终身学习动能。

此外，在理财消费需求方面，社区和机构老龄群体均将银行定期存款作为财富管理首选；在消费产品需求方面，无论社区还是机构群体，偏好位居前两位的均为“个人护理”和“穿戴服饰”；在适老化改造需求方面，排名前三的分别为“卫生间”“卧室”“客厅”，同时有接近30%的老龄群体存在智慧系统增设需求。