



“东方乐城”效果图。

## 东方乐城：永不落幕的无界舞台

2016年，上海迪士尼乐园盛大开园，同时也标志着在一张白纸上建成的上海国际旅游度假区正式向社会公众行使功能。时至今日，2023年度度假区年客流量已达2560余万。如今，他们又开始了一项新的宏大计划——在一张白纸上继续建一座“东方乐城”，预计每年将为度假区新增1000万游客。

规划中的“东方乐城”位于度假区南部，与迪士尼一河之隔，总面积2.77平方公里，规划建筑220万平方米。在功能组团上，东部科技文化体验活动区以数字内容研发创制为主导，中部文化演艺体验区将形成文旅商业体验、文化演艺、主题酒店三个功能区域，西部康体活力区将云集度假酒店、滨水商业娱乐、高端居住和生态度假休闲。建成后，她将和迪士尼乐园一起，共同构成人人向往的世界级旅游目的地。

“坐落于改革开放前沿的浦东，度假区承载着中外文化交流枢纽的重大使命和功能。”金梅告诉记者，“我们将努力把度假区打造成为世界优秀文化集聚展示的大平台，文化交流的大码头，让游客不出上海、不出国，就能领略中华五千年的优秀文化和世界各地的文化风情。”

敢于做这样大手笔的规划，度假区自然有她的自信之处——2023年，度假区累计接待游客2562.7万人次，较2019年增长44%，旅游产业总收入185.11亿元，比2019年增长84.2%，双双创历史新高。依托“顶流”优势、便捷交通、巨大的品牌影响力，还有“六分蓝绿四分城”的特色周边生态，度假区已经成为市民休闲娱乐和中外游客的首选地、“体验经济”的示范区和国际文化交流展示的重要窗口。在这里打造“东方乐城”这样一

个“永不落幕的无界舞台”，更是相得益彰。

“去年11月，习近平总书记在考察上海时强调，上海要‘激发文化创新创造活力，大力提升文化软实力’。度假区作为以文化为魂的功能区域，必须在打造文化自信自强的上海样本、开创国际文化大都市建设新局面的战略使命中承担重任。”金梅介绍，“上海是冲积平原，没有名川大河，历史古迹也相对有限，要完成好这样的战略使命，就必须另辟蹊径——我们的底气就是中央对上海的改革开放和科创中心的战略定位——‘东方乐城’的东部会布局以数字内容创制为主导方向的国际文化创意产业园，一百多家高科技企业正在形成产业集聚效应。以行业头部企业‘幻维数码’为例，它在建筑光影秀、VR实景应用、沉浸式空间、线上交互、XR虚拟技术应用等领域有很多项发明专利，一直走在产业前沿，是上海市科技小巨人企业。整个度假区就是数字技术最好的商业应用场景，在度假区规划了‘前店后厂’的产业布局，让‘创意—研发—制作—展示—商业应用’在整片度假区形成一个完整的闭环，让科技赋能旅游产业，培育新质生产力，让好的创意能够第一时间投入商业运用，而且都是‘首演’、‘首秀’。大家都知道目前AIGC的基础在于大数据和大模型，我们每年数千万的游客就是终端数据技术，会根据游客的终端反馈不断更新迭代，优化完善产品质量和品质，借助科技优势，激发文化创新创造活力——‘东方乐城’将会是永不落幕的无界舞台，因为她永远在持续更新，让全球各地游客每次来度假区都有全新的体验，来了不想走，下次还想来。”

未来的文旅，可能是：只要你想得到，你就能体验到。科技能带着你上山下海，探古访今。在“东方乐城”这样一个融汇东西方文化的集成之地，可能上一秒你还在细细端详敦煌洞窟里的飞天，下一秒就在古埃及神庙中穿越。

她会成为中国的“奥兰多”（美国主题公园之都）吗？金梅说，度假区未来的业态会比奥兰多以美式主题公园为主的样式更丰富：“度假区‘一核四片’，除了迪士尼核心区，北片区定位为自然生态休闲度假区，西片区定位为东方人文体验区，充分发挥横河老街历史文化风貌区的东方人文神韵；东片区定位为国际交往和文化交流区；而‘东方乐城’所在的南一片区定位为城市休闲度假胜地，我们希望她能实现三大功能——高品质度假休闲、潮流型活动体验和国际化文化创意。”

曾经，上海迪士尼乐园的开放让外地游客在上海的平均停留时间从2天延长到3天。未来，国际旅游度假区的愿景是——让这3天，再+2。📍