

## 文化引领让上海成为都市旅游首选地

# 春节接待游客 1002.29 万人次

据上海旅游大数据监测,春节假日七天,上海接待游客突破千万,达到1002.29万人次,实现旅游收入166.40亿元,已成为游客体验都市旅游的首选城市。这其中,文化引领旅游目的地的趋势十分明显,文化让上海成为都市旅游首选城市。

### 主题游览 温“暖”都市

此次春节假日主题为“乐嗨过大年、皆得你所愿”,根据市民游客差异化的文旅需求,上海文旅行业策划推出超过500项“十大主题游”系列活动和产品,吸引大量市民游客。久事集团会同黄浦江沿岸各区推出“新春团圆饭”等贺新春项目,并携手黄浦等区推出“游船+豫园灯会”“水陆联动”套票和“乐嗨上海过大年之微游杨浦滨江水陆联动线上游活动”。假日七天,浦江游览接待游客7.24万人次,同比增长239%。

中共一大纪念馆等红色场馆举行升旗仪式,吸引大量市民游客参

与。徐汇等区策划海派城市考古线路,挖掘展示武康路等历史文化名街背后的红色文化。

节日里,申城还开展非遗灯会、民俗游园、非遗表演等活动,推动传统民俗进社区、进商圈、进景区,让市民游客更好亲近城市空间,探寻城市记忆、感受城市美好。2023年豫园灯会以《山海经》为蓝本,提炼上古神话中的形象、故事,经由实景结合AR现实增强等各种“黑科技”辅助,让欣赏过灯会的老上海和首次体验的年轻人同时感受到别样美。嘉定区推出“非遗公园+”新春赏灯游园,上海历史博物馆推出馆藏年俗文物展,东方绿舟度假区推出“非遗进酒店,乐嗨过大年”兔年新春主题活动。

值得一提的是,上海迪士尼乐园、上海野生动物园、上海海昌海洋公园、上海欢乐谷分别推出迪士尼冬日奇幻冰雪节、“玉兔欢腾灵猴迎春”主题活动等一系列沉浸式主题体验,吸引了众多游客。上海海昌海洋公园相关负责人介绍,外地游

客占比约为60%,来自江苏、浙江、北京的团队订单呈明显上升趋势。

### 艺术美展 点“靓”假日

同样在佳节里,市区文旅部门推出各类文博展览142项,吸引市民游客驻足参观,触碰艺术、感悟历史、神游世界。

上海博物馆重磅推出《从波提切利到梵高:英国国家美术馆珍藏展》和“玉兔精灵”兔年迎春特别展览,集聚世界大家之作,完整呈现从文艺复兴至19世纪后印象派的欧洲绘画史,同时生动展现从西周到清代人类对兔子长久观察和喜爱。春节期间,上博累计接待游客4.7万人次,同比增长81%。39家美术馆推出展览86项,接待游客23万人次,同比增长3%。中华艺术宫的《艺术百年风光霁月——上海近现代美术作品展》、浦东美术馆的《绝美之境:那不勒斯国家考古博物馆珍藏展》、西岸美术馆的《她们与抽象》展、上海外滩美术馆的《暗游》等展览,为市民游客提供多样的文

化体验。

令人欣喜的是,本市演出场次也大幅增加,演出消费呈大幅回升态势。春节七天共安排演出场次达到602场,同比2022年增长32%,销售票房约1026万元,同比增长42%。上海大剧院领衔的新春交响音乐会和天蟾逸夫舞台领衔的京剧演唱会、昆剧《贩马记》等戏曲演出,上海话剧艺术中心的英国经典闹剧《演砸了》以及亚洲大厦沉浸式音乐剧等轮番上演,丰富了假日市场,吸引了大量观众。

### 充分融合 拉动消费

依托“文旅+”“+文旅”平台,推动消费业态充分融合,有力拉动城市交通、购物、餐饮、住宿、娱乐等业态消费。春节假期,申城纳入监测的主要旅游景区接待游客412万人次,恢复至疫情前约九成。其中,上海东方明珠广播电视塔、上海科技馆、上海海昌海洋公园游客量分别同比增长86%、90%和95%。

各大酒店集团推出客房餐饮组

合。春节假期,亲子娱乐、民俗活动、文化主题、数字藏品等特色产品,提升供给品质和服务能级,有效拉动消费。万豪国际上海地区的53家酒店整体平均出租率达到50%,希尔顿酒店集团旗下酒店假期平均出租率为50%,绿地酒店旅游集团上海区域酒店出租率达到70%以上,锦江国际集团上海地区8家高档酒店出租率达60.28%。申城乡村民宿总入住率约七成,其中五星级乡村民宿入住率超过95%。

市文化旅游局局长方世忠表示,这充分印证,只有从上海最有资源、最有优势的地方出发,突出上海文旅“都市型、综合性、国际化”特点,注重文旅供给侧结构性改革和扩大内需科学统筹,奋力推进文旅深度融合高质量发展的卓越实践,才能加快上海文旅行业的全面复苏和重振,更好地构建起文旅领域国内大循环的中心节点和国际国内双循环的战略链接。

本报记者 朱光 杨玉红

## 商圈创新促“引流” 人气上升生意旺

# 春节线下消费 323 亿元

今年春节,天气虽然寒冷,消费却暖意融融。记者昨天从市商务委获悉,节日期间,无论线下客流还是消费金额都快速回升,接近去年农历同期水平。

### 数据反映回暖趋势

消费市场大数据实验室(上海)监测显示,节日7天(2023年1月20日至26日),全市线下消费支付金额323亿元,恢复至去年农历同期的81.7%,环比节前增速提升11.8个百分点。

其中,餐饮业消费金额41亿元,同比去年农历同期增长4.9%。线上消费支付金额198亿元,同比去年农历同期增长9.4%。节日期间,监测全市36个商圈的线下客流总量达到2914万人次,恢复至去年农历同期的91.4%,消费金额排名前三商圈分别为南京西路、南京东路和陆家嘴。

市商务委抽样调查200家零售和餐饮企业数据显示,节前7天(1月14日至20日)重点样本实现销售额54.9亿元,同比去年农历同期增长10.5%,节日7天(1月21日至27日)实现销售额54.3亿元,恢复至去年农历同期的90.7%,14天累计实现销售额109.1亿元,同比去年农历同期基本持平。其中,世茂广场等样本销售额,同比去年农历同期实现2位数以上增长。

### 特色营销“吸睛”无数

线下消费回暖的动力哪里来?全市各大商场用推陈出新的营销手段紧抓“流量密码”。

节日里,南京路步行街年味浓郁,客流同比增长18.3%。其中,新世界集团推出“南京路和你一起迎新年”活动,十米高的艺术美陈造景“嗷嗷兔”首次亮相新世界大丸百货,吸引消费者驻足打卡,春节期间销售额同比增长10%以上。世茂广

场联合野兽王国开启“玩潮宇宙限时空间”,四大主题装置带来全新消费场景,春节期间销售额同比增长40%以上。静安区以“新春新潮‘静’享消费”为主题,联动南京西路、苏河湾、大宁“三大商圈”,聚焦新春造景、礼遇促销、国潮年味等“三大板块”,开展系列促销活动,兴业太古汇节日7天销售额分别环比节前增长80%以上。新天地联合上海时装周、公益组织“星星兔子和爱”推出一对手捧红色爱心的“爱望兔”以及五个兔耳造型回收箱,可持续的设计理念带来丝丝暖意。

“海派年味”更是引流利器。豫园商城推出“豫园迎新年”活动,打造线上线下联动的“山海奇豫记”为主题非遗艺术彩灯活动,带来浓浓的海派年味,节日期间商圈客流同比增长27.7%。上海环球港带来民俗演艺,京剧、昆曲、川剧、评弹、相声、腰鼓、唐乐等悉数登场,春节期间销售额同比增长40%以上。第一食品年货节开展新年剪纸、糕团刻字、制作兔灯等年俗互动活动,线上线下直播联动,春节期间销售额同比增长20%以上。百联南桥购物中心开展新春民俗体验,写春联,画糖画,剪窗纸等活动热闹非凡,更有商场服饰、黄金、化妆品等优惠折扣,春节期间销售额同比增长20%以上。

节日期间,民生保供也井然有序。为应对寒潮降温天气,蔬菜集团、良友集团、水产集团、上衣批等重点企业,积极做好主副食品市场供应工作,确保主副食品供应量足价稳、优质安全。上海主副食品市场在春节期间运行总体平稳有序,今年春节留沪过年人员减少,肉菜等消费需求有所下降,受节日效应及小品种植精品菜畅销等影响,蔬菜批发价格高位小幅波动运行。

本报记者 张钰芸



节后工作日第一天 地铁站内客流平稳

今天是兔年春节后上班第一天,轨交1号线上海南站站,站内客流平稳

本报记者 陶磊 摄

# 本市公园节日迎客 193.03 万人次

本报讯(记者 金旻矣)春节假期七天,上海全市公园共接待游客193.03万人次,公园游客量高峰出现在1月26日(年初五),达到51.44万人次。

节日期间,上海全市街头共布置花坛花境19.8万平方米,组合容器约5.19万组,主题景点

(大型花坛)125个,单季用花量1000余万盆。全市的景观照明开启节假日模式,黄浦江、苏州河两岸、中心城区和五个新城的重要区域,亮起了迎新春主题灯光。

环卫保障方面,全市环卫部门日均出动道路保洁人员2.4万

余人次,日均清扫垃圾量900余吨。寒潮期间,2万余名环卫工人坚守岗位,针对部分道路结冰,共出动应急保障队伍197支、人员4142人次、车辆384辆次,使用麻袋及草包8581个、融雪剂及工业盐21.95吨、黄沙1.9吨,确保路面安全畅通。

# 上海口岸春节出入境 10.4 万人次

本报讯(记者 江跃中 通讯员 黄波 柏叶建 潘而东)春节假期,上海口岸出入境客流恢复态势明显。截至昨天下午4时,上海边检机关共查验出入境人员10.4万人次,较去年春节假期增长

125.2%,查验交通运输工具1820余架(艘)次,较去年春节假期减少16%。

以上海边检总站上海机场边检站为例,今年春节假期(截至昨天下午4时),累计查验入境旅

客9.1万人次,较去年春节同比增长180.6%,查验出入境客运航班522架次,同比增长111.3%。

此外,春节期间,浦东机场货邮航班量也依然处于高位运行,日均出入境货机90余架次。