

豫园夜游首启

光影技术跨越时空激活
江南园林“最上海”文脉

光影闪烁中的豫园水榭美轮美奂



上海的夏夜,入夜更精彩。今晚,以“豫享山林”为主题的豫园夜游正式开启常态化体验的神秘面纱。作为江南古典园林的典范之一,这座始建于1559年的“城市山林”,首次以夜色为幕、光影为笔,在传统与现代的碰撞中焕发新的生命力。对于每位游客而言,这场跨越时空的园林夜游正成为感受“最上海”文脉的必打卡之旅。

“夜间叙事”展示“文化魂”

历时一年筹备的豫园夜游项目以“水”为核心意象编织起完整的叙事脉络。从仰山堂前的池水涟漪,到玉玲珑旁的泉流星光,水的灵动贯穿五大主题板块,串联起24处特色景观。当游客踏上350米的游览动线,仿佛穿越时空的隧道,在光影中触摸江南园林的历史肌理。

大假山、紫藤深境、万花楼、九狮轩、玉玲珑等五大核心点位的光影秀,堪称夜游的“点睛之笔”。豫园的镇园之宝——“玉玲珑”,是夜游的“灵魂所在”,夜游中,灯光与水雾的巧妙配合,让“孔孔烟出、孔孔泉流”的奇观重现。游客驻足在此,既能读懂太湖石“咫尺乾坤”的造园意境,也能触摸到宋代文人“寄情山水”的精神世界。

夜游还实现了“园林”与“博物馆”的跨界融合。项目精选豫园馆藏的书画精品,通过数字多媒体技术加以“活化”:三穗堂中堂左侧,晚清汤祚名的《梅花仕女图》中,伊人倚窗与观者隔空相望。正如项目策划者所言:“日游豫园,看的是‘园林景’;夜游豫园,观的是‘文化魂’。”

小团定制体验“慢游”美

作为上海的一张文旅名片,豫园2024年接待游客量突破270万人次,其中外国游客占比近四分之一。如何将“流量”转化为“留量”?夜游项目给出了创新答案——以“小团定制化导览”为核心,打造“慢下来”的沉浸式体验。

不同于日间的熙熙攘攘,夜游采用“20

人左右小团+专业讲解员”的模式,每组间隔10分钟入园。50分钟的游览时长里,讲解员不仅是向导,更是文化的“翻译者”:在玉玲珑前讲“花石纲”与北宋历史,在九狮轩边介绍“曲水流觞”的文人社交文化。针对外国游客,豫园还与上海外国语大学高级翻译学院合作,将多语种讲解升级为“文化阐释”。同时,入园流程便利化改造、多语种导览系统的增设也让国际游客体验更顺畅。

夜游于夏秋季(5—10月)每周二、三、五、六、日18:30—21:50开放;冬春季(1—4月、11—12月)每周五、六、日18:00—21:20开放。这种错峰运营既保障了游客舒适度,又最大限度减少了对园林植被、建筑的影响,实现“保护与利用”的平衡。

试运营数据显示,夜游项目游客满意度高达98%,不少游客表示“白天看的是热闹,晚上品的是门道”。这种“小而精、精而雅”的体验模式,正让豫园从“走马观花”的打卡地,变成“深度感知”的文化空间。

文创好礼搭建“隐形桥”

夜游的结束,并非与豫园缘分的终点。“豫见好礼”文创门店的三大系列产品,正将园林的故事与温度变成可“带走”的记忆。这背后,是豫园作为上海市文创开发试点单位,由东方网运维,让江南文化、海派元素以更鲜活的方式走进日常生活。

“城市遇山林”系列诠释造园哲学。以玉玲珑孔洞为灵感的镂空书签,夹在书中仿佛将园林的“通透”带入文字世界;“园林遇吉意”系列延续“平安”基因;“曲径遇转机”系列从豫园元代铁狮(原在河南安阳,经战火迁徙安家于此)汲取灵感,挂件附卡片写着:“人生如园林,曲径通幽处,总有柳暗花明。”不少年轻人视其为“人生礼物”,仿佛握住穿越困境的勇气。

试运营期间,“豫见好礼”销售额增长近300%,外国游客购买占比超四成,成为文化输出的一座“隐形桥梁”,让国际友人进一步读懂中国。 本报记者 杨玉红

乐高乐园满月

亲子家庭占比超七成,
项目排队大多在30分钟内



上海乐高乐园好朋友主题区人头攒动

上海乐高乐园开园满月,“成绩单”亮点纷呈。昨日,上海乐高乐园首月运营数据正式公布:2—12岁亲子家庭游客占比超过七成,创意拼搭活动参与超1.2万人次,迷你天地、驾驶学校等项目持续领跑人气榜单……这座专为低龄亲子群体打造的主题乐园,正以“玩中学”的独特魅力,成为暑期亲子文旅市场的“流量担当”。

亲子主场 “玩”与“学”巧编织

一踏入乐园,2—12岁的孩子们便成了绝对主角。数据显示,开园首月,学龄前及小学生家庭客群占比超七成,且这一比例仍在稳步攀升。在这里,“玩”与“学”被巧妙编织:8个创意工坊场场爆满,一个月内开展近千场拼搭活动,1.2万余名孩子在乐玩大师的指导下,用积木搭建出天马行空的创意;八大主题区分布的13个拼搭体验区里,警察总部的“破案场景”、幻影忍者特训训练场的“能量对决”最受欢迎,吸引近4万名大小游客沉浸式体验,指尖的拼搭声里,藏着创造力与社交力的悄然生长。

经典项目“迷你天地”成了全家打卡的“必修课”。这个由2000多万颗乐高积木拼就的微缩世界,藏着许多趣味数据:室内场景已循环演绎1800个“日夜”,磁悬浮列车跑过16200个来回,“梅赛德斯奔驰文化中心”里,虚拟演唱会已举办8200场。孩子们趴在玻璃窗前数积木小人,家长们则对着复刻的城市地标会心一笑,不同年龄层在这里找到共鸣。

社交属性同样拉满。“人仔交换”活动累计完成近3000次互动,孩子们举着心爱的小人仔互相讨价还价,在交换中结识新朋友;乐高城市主题区的驾驶学校更显“仪式感”,53625名小“驾驶员”通过考核“毕业”,戴着专属徽章骄傲地向家长展示——这些瞬间,让乐园不只是玩乐场,更成了成长的见证地。

为提升体验,乐园通过限流调控、流程

优化,将大部分项目排队时间控制在30分钟内。“高温天里,我们不想让孩子在烈日下久等。”上海乐高乐园度假区总经理陈洁表示,作为市场“新成员”,乐园始终以“舒适体验”为目标,“游客的热情比暑期温度更高,这激励我们做得更好,让更多家庭愿意一再重游。”

业态联动 开辟独特赛道

多元化的票务与餐饮零售服务,让亲子游玩更具弹性。暑期推出的“两大一小”928元起,“一老一小”500元起等套票,精准匹配不同家庭结构;配合上海旅游节推出的“餐饮半价”活动,让美食成为欢乐的加分项——积木街道的“饥饿大嘴龙厨”、乐园酒店的积木家庭餐厅稳居热门榜,和牛芝士培根汉堡的咸香、红烧牛肉汤面的温热,搭配印着乐高角色的爆米花桶与纪念杯,既管饱又能“打卡”,其中造型憨萌的乐高爆米花桶,成了孩子们人手一个的“流量单品”。

零售区同样火爆。奥利龙钥匙扣因造型独特成为“断货王”,幻影忍者双剑、迷你自组人仔套装、人仔工厂产品稳居销量前三,蝴蝶女孩发光钥匙扣、透明小人仔钥匙包等授权商品则凭借“高颜值+实用性”圈粉无数。

乐高乐园酒店更获得“魔都亲子酒店天花板”的称号。主题鲜明的客房中,悟空小侠主题房连续售罄,常常一房难求;夜间睡衣派对、银河之旅、晴日泳池派对等特色活动,让住宿不止是“歇脚”——孩子们穿着睡衣在走廊“探险”,家长们则在泳池边享受片刻闲暇,这种“全时段沉浸”体验,推动不少家庭选择“多日游”,解锁“多次进园”的深度玩法。

上海乐高乐园用首月成绩单表明,精准击中低龄亲子家庭的需求,将“玩”与“成长”“陪伴”深度绑定,才能在竞争激烈的文旅市场中,开辟出属于自己的独特赛道。

本报记者 杨玉红

打造“邮轮+”全链条文旅盛宴

宝山乐游上海·邮轮体验周启幕

昨日,“乐游上海·邮轮体验周”启动仪式在上海国际邮轮旅游度假区启幕。作为第36届上海旅游节暑期旅游季的重头戏,宝山区推出四大重点活动及18项主题活动,涵盖文化、艺术、亲子、商业等多元领域,全力打造“邮轮+岸上”全链条体验,为市民游客奉上精彩纷呈的夏日文旅盛宴。

“邮轮体验日”率先点燃活动热度,近百位体验者,包括首批上海城市推荐官代表,登上“爱达·魔

都号”“皇家加勒比海洋光谱号”“MSC地中海荣耀号”,零距离感受邮轮“吃住行游购娱”一站式魅力。“第一次这么沉浸式体验邮轮度假,太适合全家出游了!”体验者潘先生当场咨询后续航次,计划带孩子开启暑假邮轮之旅。

同时,邮轮公司与旅行社集中推介“邮轮+”产品矩阵:MSC地中海邮轮宣布,2026年上海母港出发航次将达26条,覆盖寒暑假、春节、中秋、国庆黄金周等热门时段,明年10月4日更将开启上海至东京的转港航次。

以多元创新举措,宝山正推动邮轮流量转化为文旅增量。“宝山文旅一票通2.0”全新升级,在去年为景区引流超3万人次的基础上,新增邮轮旅游、观影、住宿等18家企业权益,实现“全域畅游”;首发“邮轮护照”整合区内热门景点与

酒店优惠,构建“邮轮+旅游+商业+X”的全时全域消费生态。

上海国际邮轮旅游度假区同步发布系列重磅活动:长滩艺术节的艺术浸润、滨江日出宝藏点位的浪漫邂逅、2025年世界F1H2O摩托艇锦标赛的速度激情、“海上花火大会”的璀璨光影,还有上海旅游节宝山花车巡游、长滩国庆交响音乐会、“长江盛宴风味千年”美食节等十余项活动,将持续点燃滨江活力。 本报记者 杨玉红