



面孔的到来，都非常热情地打起招呼。“廖莎说。

一位叫斯托克豪森的女性游客还带着好奇心走进上钢集贸市场，在一家西红柿摊位前边问边挑选，花了3.5元人民币买了一斤，还得到摊主大姐优惠。

奥地利小伙莫里兹说，在他的家乡每隔一段时间也会有这样的集市，但不能砍价，蔬菜的价格比这里高出三到五倍还不止。

据悉，相较此前的邮轮入境免签政策，由于我国已面向十余个国家游客推出免签政策，因此这些乘坐邮轮到港的德国、瑞士等国游客就享受到了最新政策，在行程规划上可以有更大自由度，这对海外游客颇有吸引力——他们不仅可以在上海短暂停留，还可以选择以上海为“入口”，前往中国多城市旅行。

五一期间，上海入境游又有新玩法，4月15日起，携程就在上海浦东国际机场推出了“入境游客免费上海半日游”公益项目。受到海外游客欢迎，来自北美南美非洲等地区的数百位旅客免费体验了这一项目，其中欧洲地区旅客占近八成。在此带动下，该平台五一入境游订单同比增长130%，上海是入境游最热门目的地。

据介绍，这一免费上海半日游项目旨在为国际转机旅客提供一站式入境旅游服务。在短短转机几小时内，由外文向导带领体验上海的必打卡景点，并在游览结束后，将游客送回浦东机场。目前这个免费上海半日游项目每天有早上9点、下午4点和晚上6点出发的三条线路，其中晚上的线路还加入了浦江游览项目。

“半日游项目许多人是中转旅客，原本没想过要去上海市区玩，对中国以及上海甚至完全不了解。”“入境游客免费上海半日游”的一位导游介绍，正是因为不了解，一趟半日游完全刷新了他们的认知，“一位新西兰旅客对上海的现代化惊讶不已，一路不停拍照、拍视频，还发社交媒体上，配文‘the city of the future（未来之城）’”。

下一步，旅游部门计划将上海旅游的宣传进一步向前延伸，让在上海中转的旅客能尽早看到这一项目。“我们希望通过这样的一个项目，能够为这些海外的游客们播下一个来上海旅游的种子。”携程的一位海外业务负责人介绍。

“Visit Shanghai”将更精彩

今年3月举行的2024年上海旅游产业博览会，吸引了来自30多个国家和地区的5000多家展商参展。其中海外观众人数

达到创纪录的超过15700人，创下历史纪录。对于上海入境游的发展前景，全球旅游界一致看好。

上海入境游市场的升温，同样离不开上海市文旅部门以“Visit Shanghai”为主题，面向全球开展的上海城市旅游形象整合营销。据悉，上海文旅部门深度整合文商旅体优质资源，依托14个语种的“Meet in Shanghai”文旅网站和五大海外社交媒体矩阵，携手上海本地媒体的国际传播中心以及携程、B站、小红书等平台，策划推出了一系列信息资料、推广视频、营销活动，动态展现了具有文化味、时尚感、国际范的上海大都市生活，让可信、可爱、可敬的中国形象更具人间烟火、更加拨动人心。

上海市文旅局介绍，2024年，上海将持续加强入境旅游形象推广，强化国际传播。以讲好中国故事、演绎上海精彩为着力点，强化上海旅游形象的全球化表达、区域化表达、分众化表达。从去年底开始，上海全面启动入境旅游形象推广行动，发布了全新的2024“乐游上海 Meet in Shanghai”文旅宣传片，并聘请来自德国、法国、荷兰、意大利、西班牙和马来西亚等6国的7位国际友人担任上海国际旅游形象公益推广人。4月21日在世界一级方程式赛车锦标赛（F1）中国大奖赛现场，中国首位F1车手周冠宇获聘成为上海国际旅游形象公益推广人。

聚焦散客化、自由行的入境游新趋势，上海还将加强主客共享、城旅一体，深入城市消费具体场景，以产品迭代焕新游客体验，推出融合中华优秀传统文化深度体验场景，优化观光巴士、浦江游览、悠游苏河、都市徒步等服务体验，彰显上海特色。同时积极申办更多具有世界影响力的国际节展赛会，推动中国商务旅行大会落地上海，培育一批高品质、深体验、定制化的旅游线路，丰富商务和会奖旅游市场。

此外，上海也将引导入境旅游企业和海内外OTA平台合作，用好144小时过境免签政策，打造“看上海、游中国”等一程多站产品系列，吸引更多外国人乐游上海、发现更多、体验更多，充分感受上海的摩登、魔幻和魔力。

据上海市文旅局统计，2023年上海接待入境游客364万人次，超过当年年初预期，同比增长476.84%，有力赋能了经济增长、展示城市形象、促进中外交流。“上海将充分放大上海作为展示中华文化的窗口效应，全力打造中国入境旅游‘第一站’，助力建设国际消费中心城市和世界著名旅游城市。”上海市文旅局相关负责人表示。✎