

申城假期接待游客近650万人次

旅游交易总金额124.77亿元 龙舟竞渡亲子活动精彩纷呈

据上海旅游大数据显示,端午假期本市共接待游客648.08万人次,吃、住、行、游、购、娱、学等全要素旅游交易总金额为124.77亿元。端午假日三天,本市共举办447场演出,同比增长5.82%,接待观众37.9万人次,票房收入约1.03亿元,同比增长156.27%。

假期三天,上海市文旅局精心策划推出百余项“乐游上海”活动,并重点围绕“端午”传统习俗,着力增强节日仪式感,提升中华优秀传统文化影响力。

青年报记者 郭颖 杨力佳

龙舟竞渡亲子旅游精彩纷呈

本市各大古镇、乡村结合水域资源,开展了多项龙舟竞渡活动。罗店镇美兰湖举行罗店龙舟文化节,上海月湖雕塑公园举办端午龙舟赛,东方绿舟结合龙舟赛事推出舞龙舞狮和风筝龙舞表演,南汇新城打造赛龙舟和国风雅韵集市相结合的观赏活动。一批非遗市集、国风游园活动集中推出。泗泾古镇举行“非遗大舞台”专场演出,闵行浦江端午文化节推出粽夏汉服游园、粽有美味工坊、粽子协力竞渡等七大板块活动。

今年端午假期第二天恰逢“六一”国际儿童节,一批亲子互动项目上新。永辉超市上海嘉定首店——嘉定宝龙店焕新开业,这也是上海第6家学习胖东来模式调改的门店,特别设置魔童专区,引入多款热门大IP公仔。松江上海玛雅海滩水公园开园,为亲子家庭、年轻潮人打造“泼水节+音乐节+沉浸式场景”。

带孩子体验民俗活动也成为假期热点,上海环球港举办“端午粽香与你‘童’乐”活动,邀请小朋友、市民代表和国际友人,共同体验包粽子传统技艺。新世界城“童心FUN粽趣购一夏”,让市民现场体验“非遗纸鸢”亲子活动,近距离感受中华优秀传统文化的魅力。百联南桥购物中心推出“童心筑趣粽享端午”双节营销活动。

文旅商体展联动轮番登场

值得一提的是,端午期间,各大商场、街区推出形式多样的文化民俗活动,提升活动文化内涵。上海海派旗袍文化节结合非遗技艺、消费与文化等要素,打造集文化传承、时尚表达与生活美学于一体的新型都市文化场域。天安千树在“龙舟上河图”主题市集,以“舟行古今”

为叙事主线,融合民俗体验、光影交互与场景消费。

全新启用的龙华码头开启民俗游船之旅,带领游客体验“射五毒”、投壶、钓粽子等民俗活动。瑞虹天地月亮湾举办“蔚冉生长月亮湾花市端午集”,设置端午时令美食、民俗游戏、互动演出等传统节庆内容体验。“我们的节日·端午”——2025朱家角古镇水岸市集主题活动暨汉风奇妙夜,设置水岸市集,引入非遗元素,丰富活动的文化内涵。金山区“乐端午趣金山”水岸青春市集与第十四届山阳龙舟赛同步进行,串联起文旅商体农协同效应。

假日期间,浦东新区“跟着演出游浦东”主题活动启动,新区近百场演出参与本次演艺票根券提振旅游消费的活动。6月1日,2025中国坐标·上海徐汇城市定向户外挑战赛举行,赛事结合美术馆打卡、AI人机对决等元素,打造体旅活动新场景。瑞虹天地月亮湾推出的“花市端午集”,以传统节日为契机,将传统花鸟市场与现代夜生活结合。奉贤区举办第六届农产品推介会,以高品质的绿色食品为载体,赋能乡村旅游的发展,推广农旅融合新模式。已开启试运营的上海乐高乐园牵手邻城,将行政边界绘成文旅新干线,推出“画中寻乐”和“花海赏乐”等两条涵盖金山和浙江平湖重要文旅场景的新线路。端午假日期间,第四届“半马苏河”运动生活节正式启动,继续以“运动+消费”的创新模式点燃初夏活力。上海影视乐园以“好梦黄河路,所忆皆繁花”为主题的端午沉浸式游园活动重磅开启,链接影



▲民俗表演。
▲假期申城商场消费红火。

受访者供图
青年报记者 郭颖 摄



视、旅游、商业、文化等板块,促进跨领域协同。

假期水上项目热度飙升。在携程平台上,端午期间国内热门景区前十中,刚刚正式开园的上海耀雪水世界和激爽回归的上海玛雅海滩水公园纷纷上榜。

尽管国内部分区域在节中出现降雨,但在节日氛围的烘托下,主题公园、水上乐园在端午假期的预订热度仍较高。同程旅行数据显示,端午假期,国内主题公园门票预订热度同比增长127%,国内水上乐园门票预订热度同比增长165%,其中,上海迪士尼乐园位居“预订热度最高的五大主题乐园”中的亚军。

[相关新闻]

端午假期消费场景不断上新

来自消费市场大数据实验室(上海)监测数据显示,端午假期前两天(5月31日—6月1日),全市线上线下共发生消费近200亿元,同比2024年(6月8日—9日)增长4.1%。

上海文旅商体展活动不断,各大商场、街区以传统佳节为契机,推出丰富多彩的民俗营销活动,体育消费、文化消费等新消费场景不断上新。

监测的19个市级商圈共计消费13.6亿元,同比实现增长。商圈精品推广节优惠加码,黄浦区“潮流无限淮海路”消费券带动新天地区域销售额同比增长22%。杨浦区“玩转杨数浦”毕业季主题消费券,带动五角场商圈消费额同比增长22%。长宁区

“时尚国潮消费券”核销金额近160万元,带动中山公园商圈销售额同比增长1.1%。静安区“静安商圈精品消费券”带动南京西路商圈端午当日销售额同比增长6.3%。浦东新区“乐购浦东”消费券带动国际旅游度假区商圈和陆家嘴商圈端午当日销售额同比增长18.1%和0.9%。闵行区“大虹桥嗨购消费券”带动虹桥国际中央商务区商圈端午当日销售额同比增长8.9%。

全市离境退税销售额同比增长约1.1倍,退税额同比增长约1.1倍。全市家电家居和3C产品以旧换新核销1.1亿元,环比节前2天增长14.5%;带动销售额7.8亿元,环比节前2天增长18.2%。

上海今年端午假期消费投诉“一降一升”

青年报记者 刘秦春

本报讯 6月2日,上海市市场监督管理局公布了今年端午假期消费者投诉举报相关数据。数据显示,节令食品粽子相关的消费投诉量较去年有所下降,而线上消费、儿童用品消费投诉却有所上升。

记者从上海市市场监督管理局获悉,今年端午假期本市消费投诉举报呈现新趋势。在端午假期期间,上海市市场监管局投诉举报系统共受理消费者投诉13622件,较去年同期增长11.0%;登记举报3915件,解答各类咨询45482件。

其中,节令食品粽子相关投诉数量出现下降,而服装鞋帽、食品、家居用品、通讯产品、化妆品、计算机产品、家用电器、交通工具、儿童用品等领域的诉求量位居前列。

据分析,今年端午假期恰逢“六一儿童节”与“618”促销活动,线上消费成为投诉举报的焦点,占比近九成。在假日期间系统受理登记的投诉举报中,线上消费投诉占比高达89%,较去年同期上升2个百分点。

消费者反映的问题主要集中在电商网购和直播带货领域,

如商品配送不及时、宣传与实际严重不符、存在质量瑕疵,以及经营者未能兑现促销承诺和保价承诺等。

以消费者康先生的遭遇为例,他在某电商平台直播促销活动中,被商家承诺一款电动自行车享有保价服务。然而,康先生购买后该商品价格迅速下降300元,当他联系商家要求退还差价时,却遭到拒绝。此类事件不仅损害了消费者的经济利益,也破坏了市场的公平竞争环境。

值得一提的是,今年端午节令食品粽子与儿童用品的消费

投诉“一降一升”。假日期间,系统登记涉及粽子类的消费诉求共53件,较去年端午假期有所减少。这些投诉主要聚焦于粽子提货难、送货迟以及货不对板等问题。例如,消费者宋女士在某电商平台花费高价购买了蛋黄五花大肉粽,但实际到货的粽子馅料却仅有一小块瘦肉,与宣传相差甚远,这让她感到十分不满。

与此同时,儿童用品类消费投诉却呈现出上升趋势。假日期间,系统登记的儿童用品类消费诉求达628件,较去年同期有所增加。消费者反映的问题主

要集中在商家售后服务不到位、未能履约践诺以及宣传与实际不符等方面。像消费者王女士,她为了在儿童节期间使用,提前订购了一款儿童座椅,但商家至今仍未发货,且联系客服也未能得到有效解决。

目前,上海市市场监管局已将上述投诉举报全部转派至各区市场监管部门进行核查处理。市场监管部门表示,将持续关注消费市场的动态变化,加大对各类违法违规行为的打击力度,切实维护消费者的合法权益,营造安全、放心的消费环境。