

上海国际旅游度假区打造市民休闲度假首选地

李 捷

上海国际旅游度假区公共区域对外开放一年多来，坚持“高标准、有特色、聚功能”，不断完善旅游休闲度假功能，着力将度假区打造为市民休闲度假首选地。为了解公众对度假区打造首选地的看法和期盼，国家统计局浦东调查队分别从度假区周边的川沙、张江、惠南、康桥、周浦和新场六镇随机抽取 800 位居民，从陆家嘴商圈、八佰伴、世纪公园、佛罗伦萨小镇、长风公园、上海图书馆、五角场商圈、锦江乐园等休闲游乐场所抽取 500 位市民，进行了问卷调查。调查结果显示：度假区打造市民休闲度假首选地颇具潜力，但多样化的游乐体验和配套服务短期内还很难形成，应进一步完善休闲度假功能，加强度假区品牌打造和客源培育，持续推进首选地建设。

一、打造市民休闲度假首选地颇具潜力

（一）市民知晓、到访度假区的情况总体较好

就知晓情况来看，度假区周边的 6 镇居民中，70.3% 知晓上海国际旅游度假区，29.4% 虽不知晓度假区但知晓迪士尼，仅 0.3% 表示完全不了解；陆家嘴商圈、世纪公园、锦江乐园等区域（以下简称“其他区域”）的休闲市民中，38.4% 知晓度假区，60.4% 虽不知晓度假区但知道迪士尼，仅 1.2% 完全不知道。就到访情况来看，分别有 85.5% 的周边镇居民和 47% 的其他区域休闲市民已经到访过度假区。

（二）到访公众对度假区给出较好评价

综合吃、住、游、购等各方面体验，到访过度假区的周边镇居民和其他区域休闲市民对度假区的整体满意度评分分别为 7.05 分和 7.42 分，均达到“较满意”水平[1~10 分评价：8~10 分为“满意”，7~8 分为“较满意”，5~7 分为“一般”，3~5 分为“不太满意”，1~3 分为“不满意”]。对于到访便捷程度，周边镇居民给出了 7.4 分，处于“较便捷”水平[1~10 分评价：8~10 分为“便捷”，7~8 分为“较便捷”，5~7 分为“一般”，3~5 分为“不太便捷”，1~3 分为“不便捷”]。张江镇居民给出的评价最高，为 8.03 分，川沙新镇 7.96 分，周浦镇 7.4 分，惠南镇 7.14 分，康桥镇 7.13 分，新场镇 6.92 分。

（三）公众到访度假区的意愿较高

从未来到访度假区的意愿来看，周边镇居民中，67% 表示有到访度假区的计划，其中已去过度假区，即计划再次到访的占 87.3%；其他区域休闲市民中，有到访意愿的占 52.2%，其中之前已去过度假区的占 47.9%。当被问及是否会考虑将度假区作为周末休闲度假选择时，39.4% 的周边镇居民表示会将度假区作为周末出游首选，34.4% 表示虽不会作为首选，但仍作为选择之一；27.3% 的其他区域休闲市民表示会将度假区作为首选地，21.3% 表示会作为选择之一。

二、打造首选地还需改进的几个问题

（一）休闲游乐产品还需丰富

调查中，有群众反映，生态园休闲活动项目有限，额外门票支出又一定程度上抑制了其周末游园热情；奕欧来功能相对单一，业态不够丰富；园区夜间休闲功能缺失，晚间休闲游乐去处很少，特别是迪士尼乐园闭园后，整个园区比较冷清。还有受

访居民提到，目前园区还不能很好满足骑行、体锻等一般休闲活动的需要，希望健身、休憩场所设施等加紧规划建设，加快开发周末休闲功能。

（二）休闲度假配套服务还需完善

两类调查对象对度假区休闲度假体验的总体满意度评价均达到“较满意”水平。但就分项评价来看，到访过度假区的周边镇居民对园区内吃（6.57分）、住（6.89分）、购（6.88分）等方面评价低于游娱体验评价（7.34分），且三项都处于“一般”水平；已到访的其他区域休闲市民对吃（6.66分）、住（7.23分）、购（6.99分）等方面评价也均低于游娱评价（7.65分）。受访者集中反映了餐饮价格贵、选择少，经济型酒店、宾馆少，高端购物消费偏多等问题，对进一步提高到访便捷性、降低停车收费等也提出了期待。

（三）度假区品牌打造还需加强

虽然知晓率较高，但公众对上海国际旅游度假区的认知仍较为片面，部分公众只知道迪士尼而不知道度假区，或是将度假区与迪士尼“画上等号”。周边居民对度假区的认知情况相对较好，明确知晓度假区的占70.3%。其他区域休闲市民的知晓情况则相对较差，明确知道的仅占38.4%。此外，除迪士尼外的公共区域的人气也有待集聚，“薰衣草节”“音乐灯光节”等大型活动虽能在短期内集聚不少人气，对度假区品牌打造起到很好效果，但还只能阶段性地缓解园区“西热东冷”的现象。

三、相关建议

度假区公共区域开放一年多来，运营管理始终保持较高水准，取得的成绩是卓著的，但多样化的游乐体验和配套服务短期内还很难形成，要打造市民周末休闲度假首选地也非一朝一夕。应继续围绕“高标准、有特色、聚功能”的发展目标做好过渡性开发，持续推进首选地打造。

一是提供更加多样化的休闲游乐体验。加大核心区存量资源的再开发力度，丰富夜间休闲游乐项目，提供“小而全”的周末休闲功能。

二是需求导向继续完善公共服务配套。提高商业配套的招商效率和精准度，优化周边公交网络和园区出行服务。

三是加快度假区品牌打造和客源培育。加强对外宣传提升知名度，多办特色活动提高招徕力。

（作者单位：国家统计局浦东调查队）

