

黄河路上人挤人

# 《繁花》爆火带热上海文旅：取景地苔圣园包房需排队半个月

本报记者 郭阳琛 张家振 上海报道

“现在预订包间最早要到1月25日，大年三十的年夜饭也已被全部订完。”1月9日，在位于上海市黄浦区黄河路的苔圣园，一名工作人员对《中国经营报》记者说。

此前，谈及黄河路，人们大多会想起国际饭店的蝴蝶酥。如今，随着电视剧《繁花》爆火，黄河路一跃成为上海市旅客扎堆的地方，剧中至真园

## 游客拖着行李箱打卡黄河路

随着电视剧《繁花》热播，苔圣园也再次成为“顶流”。

“拖着行李箱来打卡吗？”晚上9:30的航班，要是不带着行李就来不及逛黄河路了。”

1月9日晚上7时，记者在黄河路看到，这条不长的马路已开启“人挤人”模式，前来打卡拍照的市民和游客络绎不绝，其中有不少人拖着行李箱，回爱(化名)便是其中之一。

回爱告诉记者，她利用周末时间，从广州市专程到上海市游玩。周六去了上海迪士尼乐园，周日白天在外滩、南京路探寻《繁花》剧中的取景地。由于时间过于紧张，只能拖着行李箱来黄河路打卡，逛完就要立刻赶往机场。

记者了解到，在20世纪80年代，上海市餐饮业经营单位以国有为主，但慢慢无法满足市民日益增长的需求。改革开放初期，政策鼓励发展个体民营餐饮企业，乍浦路、黄河路等美食街开始崛起，也见证了上海市餐饮业蓬勃发展的历程。

公开资料显示：1993年，黄河路美食街正式开张；1995年，黄河路开始进入发展高峰期，餐饮店家纷纷进行动迁改造，新建的高楼装修豪华，著名餐饮连锁品牌“小南国”也在此时崛起。据统计，仅1996年，黄河路到访人数就达100余万人次；1997年，随着亚洲金融

原型——苔圣园更是一难求。除此以外，在剧中出现的和平饭店、外滩27号等取景地和排骨年糕等美食也相继出圈。

受此影响，上海市文旅热度也快速上升，成为继哈尔滨之后的热门旅游城市。携程统计数据 displays，在过去两周，上海市在平台的搜索热度环比前两周增长了近两成；上海私家团、跟团游产品预订单量环比分别增长了75%、30%。

危机爆发，黄河路迎来了第一个发展“寒冬”；2000年，黄河路商家陷入恶性竞争，纷纷开始打折，随着市中心租金不断上涨和商业综合体崛起而逐渐式微。

“黄河路兴盛较晚，衰败得却很快。巅峰期确实如剧中那般辉煌，当时上海人遇到喜事请客，到黄河路吃大王蛇是非常有面子的事情。”一名60岁的“老上海”如是表示。

记者在现场看到，如今的黄河路依旧只有短短数百米，沿街分布着大大小小上百家店铺，但除了剧中至真园的原型苔圣园和粤味馆、悦来酒家等少数几家大型饭馆外，其他都是小型餐饮店铺。

随着电视剧《繁花》热播，苔圣园也再次成为“顶流”。“最近，餐厅中午比晚上更加繁忙，预约大厅餐位至少要等到3天后，而且不能保障客人到了之后一定有位置。如果要预约中午的包间，最早要等到1月25日之后。大年三十的年夜饭已经全部约满，大年初一中午还剩一间6人小包间。”苔圣园一名工作人员拿着两本厚厚的预约簿向记者说。

上述工作人员表示，苔圣园原本也计划推出两款《繁花》套餐，但因为人员结构实在跟不上，《繁花》套餐的菜肴都来不及准备。

## 跟着《繁花》City walk 成新风尚

为了让更多游客沉浸式感受海派风情，携程平台已上线“打卡沪上繁华”酒店专题页。

除了黄河路外，剧中的和平饭店、国泰电影院等地标建筑不但唤醒了老一代上海人的时代回忆，也让许多剧迷、书迷赶到上海市来一场《繁花》City walk(城市漫步)。

剧中宝总梦开始的地方——和平饭店，也是见证上海市繁华风貌的一座“博物馆”。最近一段时间，来此拍照留念的市民、游客络绎不绝。记者从携程平台了解到，截至发稿时，本周六、日(1月13、14日)和平饭店英国繁花套房均已订完。

据了解，为了能让更多游客沉浸式感受海派风情，携程平台已上线“打卡沪上繁华”酒店专题页，其中就包括和平饭店英国繁花套房预售套餐，2天1晚的套餐售价16888元。

此外，和平饭店还顺势推出与《繁花》联名的定制双人餐，售价1460元并加收16.6%的服务费，

## 上海搜索热度提升两成

事实上，电视剧《繁花》热播，还将为上海市文旅产业持续带来溢出效应。

电视剧《繁花》火爆，也让上海市成为站上文旅市场“C位”的城市之一。

携程统计数据 displays，在过去两周，上海市在该平台的搜索热度环比前两周增长了近两成，人民广场的搜索量环比前两周增长了近三成。在此期间，上海市包括上海迪士尼度假区、上海动物园、东方明珠、上海野生动物园等都登上热门景区榜。此外，上海私家团、跟团游产品的预订单量分别环比增长了75%、30%。

记者注意到，当前，携程也已上线多条跟团游、私家团、一日游产品，旅客可以跟着《繁花》取景线

即总价1702元，每日供应20份。在该套餐中，包括剧中经常出现的干炒牛河、排骨年糕等菜品，以此将追剧的观众转化为和平饭店的客人。

在《繁花》剧中，阿宝说道：“小时候喜欢爬到东正教堂上，‘看天上的云，看地上的树’”。东正教堂正是如今的思南书局·诗歌店。据了解，2019年12月，建筑设计机构Wutopia Lab根据业主委托，以“Church in church”为概念，用45吨钢铁将其打造成旧教堂里的新书店。同时，这也是上海市最大最全面的专业诗歌书店，提供1000册不同语言的诗集。

《繁花》剧中汪小姐工作所在的外滩27号，现名为怡和洋行大楼，已经成为沪上艺术爱好者的聚集地。位于大楼6楼的久事美术馆，曾举办过国内外多名知名艺术家的个展、群展、特展。



1月9日，电视剧《繁花》迎来大结局。图为众多市民游客来到剧中至真园原型苔圣园排队就餐、拍照留念。

《繁花》带火的还有上海市传统美食——排骨年糕。作为富有沪上“排骨年糕大王”盛名的“鲜得来”，即使没有在剧中出现品牌

名字，依然成为《繁花》热播溢出红利的最大受益者之一。据悉，15元/客的排骨年糕日销售额超过15万元，创下了历史峰值。

# 文旅业强劲复苏 上市公司业绩屡创新高

本报记者 郭阳琛 张家振 上海报道

随着消费环境不断改善，2023年全国旅游市场高开高走，国内旅游人数和收入恢复进程不断提速。据中国旅游研究院预计，2023年，全国国内旅游人次和旅游收入将达到54.07亿次和15.2万亿元，分别恢复至2019年的90%和91%。

## 上市公司业绩捷报频传

2023年，文旅行业整体迎来快速复苏行情。据中国旅游研究院测算，2023年各季度，居民出游意愿均维持在90%以上，全年平均达91.86%，创下监测记录以来的新高，较2019年提升了4.52个百分点。“2023年，全国旅游经济运行综合指数(CTA-TEP)始终处于景气区间，均值为109.95，已经接近2019年同期水平。”

而作为行业发展的“主力军”，文旅类上市公司业绩也迎来大丰收。财报数据显示，2023年

## 持续加大投资拓展力度

2023年12月20日，地中海俱乐部宣布，位于日本北海道的Kiroro Grand度假村正式开业。作为地中海俱乐部在日本北海道布局的第四座度假村，该度假村坐落于喜乐乐中心地带，是地中海俱乐部在亚洲地区唯一能提供春季滑雪至五月的山林目的地。

记者了解到，自2023年以来，复星旅文不断加大地中海俱乐部的项目投资拓展力度。继日本Kiroro Grand度假村开业之后，位于法国的La Rosière Exclusive Collection Suite度假村也即将揭幕。

而在中国市场，2023年11月，地中海俱乐部全球首家城市主题

受此影响，复星旅文(01992.HK)、黄山旅游(600054.SH)、三特索道(002159.SZ)、宋城演艺(300144.SZ)和锦旅B股(上海锦江国际旅游股份有限公司，900929.SH)等多家文旅上市公司业绩创出新高，2023年前三个季度的营业收入和归母净利润均实现大幅增长。

与此同时，各大旅游类上市企

业不断加大项目投资力度和业态产品创新，以此推动文旅产业链建设，助推行业驶入复苏“快车道”。

例如，黄山旅游重点升级现有酒店结构，并收购了附近的太平湖景区，“从山上到山下再到山外”进行全方位投资布局。在过去的两个月，复星旅文旗下地中海俱乐部在国内外连续新开3

家度假村，按照计划，地中海俱乐部到2025年在全球范围内将有约15家新度假村开业。

在2024年，旅游产业也肩负着促进消费复苏的重任。此前召开的中央经济工作会议提出，推动消费从疫后恢复转向持续扩大，培育壮大新型消费，大力发展数字消费、绿色消费、健康消费，积极培育

智能家居、文娱旅游、体育赛事、国货“潮品”等新的消费增长点。“2024年，出境游、入境游均有可能迎来大幅增长。”瑞银证券中国休闲及交通运输行业研究主管陈欣在接受《中国经营报》记者采访时表示，国内游或不会出现“爆发式增长”行情，而是进行线路转移，即哪里最便宜去哪里、哪

里最热门去哪里。

“哈尔滨旅游市场之前比较冷清，因此整体旅游费用被拉低，现在人们就愿意在冬天去哈尔滨玩雪。但等哈尔滨旅游价格上升之后，游客又会转移到其他地方。预计2024年国内客流量和旅游收入都能够超过2019年，人均消费则会接近2019年水平。”陈欣进一步表示。

截至2023年三季度末，复星旅文相关业务的营业额由2022年同期的约118.81亿元增长19.4%，达到约141.91亿元。

其中，三亚亚特兰蒂斯营业额达约13.68亿元，较2022年同期增长了约83.2%；地中海俱乐部实现营业额约118亿元，较2022年同期增长约21%，较2019年同期增长约17%。

三特索道也在2023年三季度创下公司自上市以来的同期最好业绩。记者注意到，在三特索道

前三季度营收结构中，旗下的梵净山索道、华山三特索道、海南猴岛、东湖海洋乐园、珠海景山三特索道、千岛湖索道、庐山三叠泉缆车等七大项目业绩全面回升，合计实现营收约5.60亿元，占公司总营收的96.67%。

此外，2023年前三季度，宋城演艺实现营业总收入16.18亿元，同比增长316.77%。归母净利润7.87亿元，同比增长938.93%；锦旅B股实现营收3.92亿元，同比增长260.82%。

“投资事关企业的未来，是企业的营收支撑。特别是对于旅游企业而言，当前旅游业务更新比较快，旅游投资发挥着巨大的支撑作用。因此在过去几年中，我们拒绝‘躺平’、积极行动。”江存文感慨。

据介绍，黄山风景区还收购了位于山脚下、号称“东方瑞士”的太平湖景区。该景区距离黄山风景区核心只有20多公里，可提供夏天避暑和水上游乐等体验，并有助于大力发展夜游经济。截至目前，黄山旅游共持有太平湖景区经营主体——太平湖文旅59.96%的股权。

“投资事关企业的未来，是企业的营收支撑。特别是对于旅游企业而言，当前旅游业务更新比较快，旅游投资发挥着巨大的支撑作用。因此在过去几年中，我们拒绝‘躺平’、积极行动。”江存文感慨。

## 推动全产业链提质增效

如何让文旅业成为新的消费增长点？在业内人士看来，产业链的补充、强化、发展至关重要。

“在旅游行业，一直有一个说法，即‘旅游富民不富政府’。”在江存文看来，这说明当前旅游业发展还不充分，没有达到一定的规模和层级。同时，旅游业上下游相关产业链条过短。“比如，游客到黄山旅游，购买携带的登山拐杖是木制的，而轻便的合金材料却找不到，完全可以在这些方面补链、强链、延链。”

记者了解到，2023年，国务院办公厅发布了《关于释放旅游消费潜力推动旅游业高质量发展的若干措施》，文化和旅游部发布了《国内旅游提升计划(2023—2025年)》等一系列政策，都成为推动旅游产业链发展的重大政策利好。

锦旅B股首席执行官郑蓓表示，新时期旅游是一种生活方式，集团明确提出了从建链到强链的战略升级，要以旅游引领集团产业链发展。加速把政策红利转化为发展实效，同时优化资源配置，不断提升在集团产业链中的协同发展能力。

据郑蓓介绍，未来5年，公司将以内链接集团酒店、餐饮、客运、城市服务等产业要素，对外促进地方文

旅产业提质升级，在重点的目的地市场、重要的客户、重点的项目等方面，从项目牵引、产业纽带、一站式平台、专属服务四个方面入手，以强有力的锦旅系全产业链优势助推世界级文旅目的地建设。

中国旅游集团总经理王海民则认为，旅游业要以客户为中心，构建从产品理念到商业模式全链条的创新，在产品设计理念方面要抓住客户群核心关注点，增强细分市场吸引力和满意度。

“例如，亲子游产品重在增进家庭的亲情，银发游产品的核心在于行前、行中、行后的人文关怀。”王海民建议，在商业模式方面，旅游业也需要构建文旅大模型，建立餐饮、景区、酒店等目的地资源与消费者更加直接有效的触达，使客户更加准确、精准地触达优质旅游资源，提高产业效率。

中国旅游研究院研报也分析称，针对产业链供应链重塑，旅游集团应致力于产业链供应链的强链补链延链和建链工作；并购重组、资源整合仍是旅游业的重要推进力量，也是旅游集团强链补链的重要方式；旅游行业供给侧资源正在向头部企业和平台集中；旅游平台间的竞争从早期的流量竞争，切换到基于产业链效率的全面竞争。