

市消保委社科院最新游客调查显示 40岁以上者更想玩迪士尼

迪士尼只是孩子喜欢去的乐园?错了。昨天是上海迪士尼开园倒计时一个月,记者从市消保委和社科院的调查获悉,年纪大的上海市民,对迪士尼反而更有兴趣,而高收入群体对迪士尼的热情不如低收入者。与外省市消费者相比,上海市民更倾向于“错峰出游”,两成受访者选择明年前往。

中老年人兴趣更浓

社科院一份针对上海2000名不同人群的调查显示,出乎大家意料,41-50岁和60岁以上的中老年群体,对迪士尼在上海开园的喜爱

程度分别达89.2%和86.8%。而31-40岁和30岁以下者,喜爱程度只有80.1%和82.5%。

另一项较有意思的结论是,个人年收入在7-10万元以上的群体,对迪士尼的喜欢程度反而不如低收入群体。其中,10万以上年收入人群对迪士尼的喜爱度只有78.4%,而5-7万元年收入群体对迪士尼的喜爱度最高,达86.3%。

对此,上海市新消费研究中心主任、上海社科院社会学研究所所长杨雄表示,与大家的印象不同,喜爱迪士尼的人群呈现出“大龄化、大众化”的特点,孩子已经长大或没有

任何孩子在家的成年、老年人对乐园更感兴趣。此外,与为期半年的世博会相比,迪士尼开园带来的热度将形成“长尾效应”,是一项常态化、持续性的游玩项目。

外地消费者热情高

会上,市消保委也发布了《上海迪士尼境内游客相关消费需求与趋势调查报告》。报告显示,外省市消费者对迪士尼更热情,63%的受访者表示“肯定会去”,其中约两成已购门票。上海人中,“肯定会去”的只有39.5%。

在游园时间上,44.9%的外省

市消费者倾向于今年七八月暑假期间游园。上海人则不愿“轧闹猛”,近一半受访者计划开园3个月后再去玩,22.2%甚至选择明年前往,显得相当“笃悠悠”。

报告还显示,迪士尼的溢出效应明显,将拉动上海“吃住行娱购游”等消费经济。外省市消费者多数计划在沪逗留3-5天,其间计划人均消费4215元,还不包括往返上海的交通费。

公益攻略即将上线

消费者对迪士尼的热情高涨,如何才能获得放心、优质的消费体

验?对此,市消保委表示,将基于这份消费者需求调查,发起“体验迪士尼,乐游上海滩”攻略公益活动。攻略将更注重公益性,组织上海各知名企业或旅游行业从“旅游达人”的角度,为消费者提供价格公道、没有“植入广告”的选择。“迪士尼开园前,公益攻略将在市消保委网站上线,开园后还会持续更新。”市消保委副秘书长唐健盛说。

市消保委秘书长陶爱莲则表示,迪士尼开园将给本市服务行业带来考验,对商家的服务质量、内容、手段都提出了更高要求。

本报记者 金旻矣

浦东成立医疗紧急救援队

为迪士尼游客提供安全保障

迪士尼开园在即,承担救援任务的浦东新区两支区级医疗紧急救援队早已准备就绪。浦东新区人民医院距迪士尼路程近,最快十余分钟的车程能为伤病员赢得宝贵时间,医院40人组成的医疗紧急救援队经验丰富,每年救治危重病人千余例次。

几天前,一辆救护车呼啸而至,将28岁的外籍男子从迪士尼送至浦东新区人民医院。经诊断,男子由于肾结石引起肾绞痛。这是迪士尼内部测试以来送来的第二位急诊患者。本月初,一人疑似“中暑”被送至医院,诊断为眩晕症。

保障上海国际旅游度假区,是紧急救援队的最新任务。此前,医院由于距离浦东国际机场仅8公里,承担了机场的大部分急救。据

悉,这支救援队员平均年龄30多岁,涵盖外、骨、麻醉、护理等各科,一旦收到上级命令,立即集合。

去年“上马”举办期间,市卫计委为参赛选手配备“骑行急救队”,根据要求,医院派出21名成员,外加志愿者,2人一队,骑着自行车,身背AED(自动体外心脏除颤仪),在13公里之后的赛道,来回骑行巡视,密切关注跑者的异常情况。当天,骑行队员每人骑行近30公里,参与救治了11名选手。

浦东新区人民医院是一家二级医院,地理位置特殊,周边有S1、G1501等多条快速路、主干道,一旦发生严重交通事故,常有群体创伤。医院每周都会接到创伤患者,积累了丰富的抢救经验。不久前,曾有一旅游大巴在华夏东路、G1501处发

生车祸,车上17人受伤,医院立即开通绿色通道,召集救援队集合,迅速将伤者分类安顿并救治,伤者均无大碍。

“群体创伤的抢救经历并不常上演,平时我们更多的是面对心梗、猝死、食物中毒、创伤的急救。”医务科科长、心内科副主任祁炜罡说,以心源性猝死为例,如能在1分钟内实施心肺复苏,3-5分钟内实施AED,可使其存活率达到49%-75%。然而,上海一些公共场所AED设备会用人很少。紧急救援队这两年不断向社会传播急救理念,曾在王岗、周家渡等多个社区面授院前急救知识,不定期在医院内开展免费讲座。在大众中普及急救知识,也是衡量一个城市文明程度的标志。 本报记者 左妍

“晚报作用真大,小伙伴都现身了!”



新闻追踪

“晚报作用真大,昨天报道后,我花一周没联系上的三个人,今天都现身了!”周日,本报刊登

了一张上世纪80年代原闸北区“上海市新长征突击手”去共青森林公园植树的老照片,表达了照片主人郗彩霞希望寻人“旧照新拍”的心愿。昨天,郗女士高兴地告诉记者,“小伙伴”们看到报道,主动找到了她。

“我就是你们要找的人!”昨天上午,共青森林公园的“寻访热线”接到一个来电,对方激动地表示,自己就是老照片上的金荣敏。记者联系上金先生,他说,昨天傍晚突然接到以前老同事的电话,告诉他“晚报在寻依”。他赶紧找到报道一看,当年往事瞬间浮上心头,第二天一早就按寻访电话打去,想和郗彩霞等人取得联系。“植树的经历记得很清楚,但这张照片我一点印象也没有了。”金先生说,当年的闸北汽车配件厂历经更名、改制,如今已不复存在,而他也承包了一家工程塑料企业,3月才刚退休。和郗彩霞通电话时,两人都感慨时光飞逝。

除金荣敏外,照片上另两位也通过微信或熟人与郗彩霞联系上了,“有人晚上11时多还给我打电话,告诉我找到了照片上一人的新手机号。”郗彩霞说,如今除了一位小伙伴出国失联外,其余人都找到了,她已经把他们拉进了微信群。“他们都说不期待再次见面,如有时间,一定来参加聚会。非常感谢晚报!”她说。 本报记者 金旻矣

“迪士尼+”黄浦深度游信息发布

对接迪士尼 联动商旅文

本报讯(记者 姚丽萍)迪士尼开园在即,中心城区的旅游业如何对接迪士尼,联动商旅文?昨天下午,2016年“迪士尼+”黄浦深度游信息发布。

来自黄浦区旅游局的信息显示,上海迪士尼项目的目标客群主要是家庭亲子和青年人群,与黄浦区目标客群高度一致。服务目标人群,首先要建立和完善黄浦区旅游公共服务体系。作为市旅游局十三重点项目,上海旅游综合便民服务中心是以旅游交通枢纽、旅游集散、旅游便民

服务功能为核心,并配套“VR+旅游”及“互联网+旅游”为技术支撑的旅游服务综合体。服务中心位于中山东二路520号,室内面积3.7万平方米,现有800个小车停车位、4个公交终点站、11个旅游大巴泊车点、100个旅游大巴停车位;已开通上海迪士尼

专线,根据淡旺季情况1个小时或半个小时间隔发班;已开通与舟山、杭州、南京、宁波、温州等地集散站对接专车;已与都市快线、BISTOUR、上海及长三角多家旅行社合作,提供停泊和接驳服务。

同时,即将开出的“都市快线”,

一样引人注目。作为黄浦区政府实事项目,都市快线共设红、蓝、绿3条线路,以“商业文化游、传统文化游、浦江文化游”为线索,串联起黄浦区境内景点地标、文化剧场、百货商厦、酒店宾馆等商旅文资源,并与公交地铁、BISTOUR、上海旅游综合

便民服务中心等交通设施对接。目前,都市快线计划将于6月8日开通红线,9月28日蓝线通线,12月24日绿线运行。

此外,黄浦区还将提出新的深度游产品。其中,作为上海市历史文化保护建筑,外滩22号推出建筑导览参观+服装高订店体验+餐饮+下午茶的产品,让游客有机会走近这座百年建筑。和平饭店推出下午茶、酒吧、中西餐厅的套餐组合,还可免费参观酒店博物馆,为市民游客体验和和平饭店建筑、美食提供新选择。



一份承诺·一生呵护

诚信 / 责任 / 关爱

热烈祝贺

东吴人寿上海分公司盛大开业

客户服务专线: 400-825-6789

东吴人寿上海分公司 |

地址: 上海市浦东新区商城路506号新梅联合广场21楼C-D单元

网址: www.soochowlife.net