



今年“五一”小长假天气适宜,本市161家主要旅游景区累计接待游客数量同比增长33%

# 黄浦江滨江五区吸引565万市民游客

■本报记者 裘雯涵

今年“五一”小长假,适宜的天气以及4天假期,让市民游客出游热情高涨。申城各大文化和旅游场所人气十足。据统计,全市161家主要旅游景区累计接待游客560万人次,同比增长33%。此外,黄浦江滨江五区累计接待游客565.89万人次;全市各博物馆累计接待51.3万人次;全市41家美术馆累计接待观众16万人次;全市270余个公共文化场所累计接待市民253.84万人次;全市各演出娱乐和上网服务营业场所累计接待44万人次。

## 市民休闲好去处持续升温

“五一”期间,黄浦江滨江五区已成为旅游新亮点。作为上海着力打造的世界级旅游精品,各区黄浦江滨江各具特色,吸引了超过565万市民游客前往体验。其中浦东滨江累计接待游客219.18万人次,黄浦滨江累计接待游客270.67万人次,徐汇滨江累计接待游客11.9万人次,杨浦滨江累计接待游客36.85万人次,虹口滨江累计接待游客27.29万人次。值得一提的是,全新升级、航线丰富的黄浦江游船开航480航次,累计接待游客11万人次,同比增长46.7%。

申城主要景区中,外滩、豫园和小陆家嘴区域分别累计接待游客129.22万人次、39.68万人次和113.21万人次。上海国际旅游度假区累计接待游客31.8万人次,同比增长18%。崇明世界级生态岛各景区(点)累计接待游客13.64万人次,同比增长8.6%。市民纷纷走出家门,体验身边的“休闲好去处”。朱家角古镇、枫泾古镇等古镇、古街、传统文化民俗景点迎来众多市民游客。“漫游慢品武康路”老房子故事会、徐家汇公园星期音乐会等以文化资源为特色的体验活动,受到年轻市民游客的喜爱。金山吕巷水果公园、嘉定毛桥集市等景点,让城市游客尽享田园郊野乐趣。

## 文博场馆活动精彩人气足

随着“百万市民看大戏,游上海”渐入人心,全市博物馆除常设展览正常开放外,“五一”小长假期间还策划推出多项展览和社教活动,吸引市民游客将博物馆作为假日出游的选择。

中共一大会址纪念馆的专题展览《伟大觉醒:五四新文化运动与中国共产党的创建文物史料展》、上海博物馆特展《熠熠千年:中国货币史中的白银》、嘉定博物馆临展《



“五一”小长假期间,申城各大商圈、旅游景点迎来了集中出行的市民游客。图为南京东路步行街上游人如织。本报记者 海沙尔 摄



街头艺人表演吸引游客驻足。蒋迪雯 摄



游客有序排队进入中华艺术宫。海沙尔 摄

城遗址——嘉定出土文物展》、上海鲁迅纪念馆《拈花——鲁迅藏中外美术典籍展》等受市民游客追捧。

“五一”小长假期间,全市各博物馆累计接待市民游客51.3万人次,其中上海科技馆累计接待11.39万人次,上海自然博物馆累计接待6.2万人次,嘉定博物馆累计接待6.46万人次,成为人气最高的三家博物馆。

全市41家美术馆共举办81场展览、36场公共教育活动,累计接待观众16万人次。全市270多个公共文化场所,包括非遗传习所、社区文化活动中心、群艺馆、图书馆等,也组织开展了各类公共文化和传统文化活动3023场,举办阅读活动876场次,累计接待市民253.84万人次,其中各类图书馆累计接待22.58万人次。全市各演出娱乐和上网服务营业场所累计接

## 申城消费市场红火 游客享受“买买买”

386家零售和餐饮企业销售额46.9亿元,同比增长15.5%

本报讯(记者 吴卫群)刚刚过去的“五一”小长假,申城各大商圈、商街、商场人头攒动,消费市场红红火火。全市各区、各大商业企业组织的近200场主题营销活动,让市民和广大游客充分领略“上海购物”的魅力。

由于今年“五一”小长假“时长”达4天,为近年来之最,上海商业因此充分享受到了假日经济的溢出效应。市商务委抽样调查数据显示,本市386家零售和餐饮企业今年“五一”小长假(5月1日—4日,同期对比2018年4月29日—5月2日)实现销售额46.9亿元,同比增长15.5%。从地区来看,节日期间,青浦、虹口、普陀、黄浦、浦东、杨浦、静安、宝山、长宁、闵行、金山等区样本企业销售额同比增长两位数以上;从业态来看,购物中心、百货、奥特莱斯等业态都保持较好增长,长风大悦城、奕欧来奥特莱斯、龙湖天街、一百商业中心、佛罗伦萨小镇、兴业太古汇、周浦万达广场、五角场万达广场、合生汇、上海环球港、大丸百货等同比增长20%以上。

另据银联商务大数据监测,节日期间消费金额排名前三的商圈为南京西路、南京东路和陆家嘴,三者均为市级核心商圈。其中,外来游客消费次数高达278.3万人次,发生消费43.8亿元,较去年同期分别同比增长13.5%和15.7%,外来游客消费占全市发生消费比重达36.5%,较年初元旦假期提高6.8个百分点。数据还显示,外来游客消费主要以“买买买”为主,“吃、住、行、游、购、娱”六大消费板块中,购物消费金额占比高达82%。外来游客消费人次以江苏、浙江两省最高,分别为25.3%和12.4%。

待44万人次,其中各专业剧场上演各类剧目55台,演出场次211场,接待观众近11万人次。纳入假日监测统计的8家红色主题景区(点)累计接待游客10.24万人次。

假日期间市场总体安全平稳有序。本市各旅游公共服务中心累计接待18.33万人,同比增长10.6%。“五一”假日期间共接到旅游投诉29件,未接到重大、群体性投诉和安全事故报告。

## 老字号新品粽子上市

# 回归传统“复出”枕头粽 甜口粽成为白领下午茶

■本报记者 唐桦

距端午节还有1个多月,上海老字号的新品粽子已上市。今年,多家老字号坚守老上海人喜爱的咸口粽市场,“复出”不少经典肉粽,同时,还针对年轻人口味推出多款高颜值甜口粽。

## “粽娘”现场包粽

南京东路上的新雅粤菜馆外卖窗口前,七八个消费者正在观看“粽娘”现场包粽子。只见“粽娘”起手之间,四块肥瘦相间的黑毛猪肉和着调了酱汁的糯米,被包进一个硕大的“枕头粽”中,上秤一称,280克!引得周围几位上海阿姨叔叔好奇:“这么多肉,竟然都能包进去!”“这么大一个粽子,要两个人吃喽!”

肉粽在上海人心目中占据着主导地位,甚至可以作为日常正餐。新雅粤菜馆回归传统“复出”湖州特有的枕头粽。“粽子在全国各地有着不同形状,比如广州流行裹蒸粽,上海流行三角粽,枕头粽形似长条形的四角枕头,则是湖州特色。”新雅粤菜馆市场部副总监毛勇介绍,去年,新雅三位国家级大师遍访各地,在湖州被当地的枕头粽吸引,“枕头粽食用时,每一口都能咬到包裹在其中的馅料,吃起来非常过瘾”。于是,新雅决定“复出”枕头粽。

三位大师共同研发“黑毛猪肉粽”,还原浓油赤酱的地道上海味道。大师团队尝遍十几种酱汁配料,方才找到最佳搭配。馅料特意选用黑毛猪肉,融入糯米中没有油腻感。“黑毛猪肉粽”去年首次进入市场,一举创下行业内粽子“10万+”销售纪录。今年,新雅根据消费者反馈,在粽子中增加了两枚完整的咸蛋黄,推出新品“双黄黑毛猪肉粽”。

福州路上老字号杏花楼的粽子也已上市。今年杏花楼主打苏式粽子,除了传统肉粽,酱汁排骨、腐乳肉、梅干菜肉、咸肉豆瓣等经典苏式菜肴都被包进粽子,上市以来销量相当不错。

## 榴莲与粽“结缘”

甜口粽有着悠久历史,在唐朝所著《食谱》中,就有作为甜品出现的陕西蜂蜜凉粽。偏爱咸口粽的上海人,这几年对甜口粽也有了一定的接受度,特别是年轻消费者,对甜口粽接受度更高,因此今年上海老字号推出多款甜口粽,瞄准白领下午茶市场。

杏花楼今年推出多款与“豆”有关的粽子,如赤豆粽、豆沙粽、赤豆蜜枣粽等。新零售企业盒马与多家老字号推出联名款粽子,其中“榴莲班戟迷你粽”“五彩福礼粽”两款,是盒马与新雅粤菜馆共同研发的甜口粽。“榴莲班戟迷你粽”选用苏丹王榴莲为主要原料,采用西式糕点手法制作;“五彩福礼粽”是一款高颜值粽子,糯米中夹杂着芋泥、板栗、紫薯、红薯和豆沙,两侧还点缀着云南七彩花生。两款粽子采用什么馅料,由盒马根据收集的消费者大数据研发决定,新雅负责把控口味和品质。



扫二维码看“粽娘”现场包粽子

# 树“四有”青年标杆,链家经纪人迎4.0时代

## 学习型代表迭代经纪人人生力军

上海链家汇丽A分行高级店经理王雪丽  
河南理工大学学士学位

良好的学习能力,是未来4.0时代经纪人必须具备的专业素养。毕业于河南理工大学的王雪丽遇到了一位情况复杂的客户,用专业素养帮助客户解决了问题。“我想在上海买套房,而且社保也满了五年,但是我名下有套和父母共有的房子,这种情况下,我还能在上海买房吗?”客户这样问道。“而且之前我也咨询了一些中介,他们都表示有政策说限购之前和父母共有的房子,能够忽略不计。”

了解到客户的情况后,王雪丽立刻联想到之前在链家内部博考中学习到的一个类似案例。“像您这种情况,是不能够在上海买房的,除非您是上海户籍,之前的共有财产记录可以忽略不计;现在您只能在那套房产上去名才能再买。”王雪丽向客户开诚布公地回答道。得知真实情况的客户随即对王雪丽表达了感谢:“太感谢你了,之前中介都说可以买,我差点就信以为真了,放心不下才来问问,果然还是链家更专业。”无论遇到哪一种情况,王雪丽都能迎刃而解,帮助客户及

时解决问题,这便是良好的学习能力带给她的优势。

作为一名从堪称为行业内“高考”的链家博考中脱颖而出,王雪丽做事讲究原则、系统、注重细节,有一套自己的学习方法;同时在她看来,只有把博考学里的内容熟练掌握以后,才能成为一个基本合格的经纪人,所以对自己有着高标准、高要求的她,在入职链家的短短3年时间里已经成为了一名门店经理。

值得关注的是,4.0经纪人时代,高学历将成为链家职业化经纪人的生力军。在今年2月发布的《链家经纪人数据报告》中显示,81%的经纪人具有高等学历,“高学历”已经成为链家经纪人的新标签。另外,2018年,全国链家共迎来1805位来自985和211院校的年轻人加入。高素质人才的不断进入,将大大提升未来房地产经纪人的专业素质和能力。



## 高专业度素养经纪人走向职业化

上海链家虹桥世嘉B分行高级经纪人胡错  
云南大学(211院校)学士学位

消费者体验不好,最终一定会反噬经纪人。对于链家来说,良好的学习能力是门槛,而过硬的专业度则是服务好客户最直接的窗口。在一次与客户交流的过程中,胡错的专业度就得到了很好地体现。“如果让客户觉得专业度不够,那么在客户心中的形象就会大打折扣。”胡错这样说道。

“我老公是外国人,我是外地户籍,虽然我的社保没有满五年,但是我老公工作满一年应该可以置换房子的,我想把手里的房子卖掉再换一套大一点的。”来看房的周女士这样向胡错介绍着自己的情况。

但胡错深知根据上海的购房政策,外籍和非沪籍人士结婚后,购房时应该按非沪籍家庭算,而不是外籍人士,所以周女士其实是在处于限购状态。于是,胡错诚实地告知周女士限购情况,并建议其在社保满五年以后再考虑置换,不要急于现在就出售名下的房子。周女士在听了胡错的建议后恍然大悟,“还好你提

醒了我,否则我很有可能就把房子卖掉了!”

在胡错看来,客户并不一定了解房产交易中的知识,而这种“不够了解”很有可能为客户带来巨大的损失,所以用专业知识帮助客户解决问题、规避风险,是经纪人最基本的职业素养。

随着行业的规范,房产经纪人的从业思维逐渐由“成交为王”开始往“专业为王”、“品质为先”转变,通过为客户提供有品质的服务来赢得口碑,用专业的知识赢得客户的尊重。未来,会有越来越多看重链家“知名度”和“大平台”的高校毕业生加入到链家,一起引领整个行业的发展,让行业更加规范化,让经纪人更有尊严地工作,进而为客户提供更加有品质的服务。



## 良好价值观引导给予客户信赖

南京西路分行经纪人张克家  
山东交通学院学士学位

树立良好的价值观,才能更好地履行自己的职责。

在链家,最近流传着这样一个暖心的故事。南京西路分行的张克家,因为一次帮助两位高龄老人租房的事迹,成为链家内部的价值观标杆。故事要追溯到今年2月,因为老屋马上面临拆迁,相依为命的老哥俩却迟迟租不到房。“不好意思,实在没有人愿意把房子租给你们!”这是老哥俩耳边最常响起的一句话。的确,老哥俩年近八十,即使交易成功佣金也并不高,所以被许多中介公司拒之门外。在被接连打发之后,他们决定去链家看看。

“爷爷您好,请问需要什么样的房子?”张克家礼貌地让两位老人就坐,并端上两杯热水。老人失落地说道:“我们的老屋马上就要拆迁了,我们想找到一个立马就能租的房源。”了解到老人的需求之后,小张便开始带着老人四处看房,但没有一个房东愿意把房租给老人。心灰意冷的老人说:“小张,算了吧,我们不找了,这几天麻烦你了。”不忍看到

老人流落街头,小张鼓励老人并说道:“爷爷您放心,链家就是给居民找家的,这个家我一定帮你们找到!”为了扩大找房范围,张克家在其他链家门店同事的帮助下,通过系统扫描,找到了几套不错的房子,在实际看房和与房东沟通后,终于有一位房东愿意租给老人。

签约那天,老人的一句话让张克家至今记忆犹新:“链家链家,走到哪里都是家,这次真的谢谢你们了。”其他人不愿意做的事,张克家却愿意做,体现了链家所提倡的“客户至上”价值观。正如张克家所坚信的那样:“只要客户有需求就会帮助对方,甚至会发动团队的力量帮助客户找到理想的房源。”客户至上,显性上看是一种服务理念,实则是经纪人内在价值观的呈现:为客户而生,是链家人的使命。



## 主动参与社区公益传递温暖力量

上海链家天镇路分行商圈经理刘梦思  
黄河科技学院学士学位

作为链家4.0时代的经纪人,需要积极参与社区公益、奉献自己的爱心,刘梦思便是这样一位乐于助人、“公益达人”。一次雨中送老奶奶回家的经历,让他对公益这件事有了更深刻的认知。

一位老奶奶手提着一把刚买的雨伞,从刘梦思所在的门店经过。但奇怪的是,老奶奶却并未撑开手中的伞,全身上下也湿透了,亲眼目睹这一幕的小刘赶紧带着伞出了门。“老奶奶,您这是要去哪?怎么不打伞?”走到老人身边的小刘撑着伞问道。“我……我……我要回家。”老人吃力地说出这几个字。眼看老人鼻子里还流着血,小刘赶紧搀扶老人并继续追问:“那您知道住在哪个小区吗?要不这样,我送您回家吧!”神情呆滞的老人不久后说道:“我不记得住哪了,只知道那个地方叫什么深阳华府,具体楼栋也记不清了。”了解到老人的大概住址后,小

刘便叫了一辆出租车带着老人向着自己的方向驶去。

鉴于自己丰富的房产经纪经验,来到深阳华府后,小刘第一时间联系了社区物业,并将迷路老人带到物业处。幸运的是,物业阿姨一眼就认出了老人,并向小刘说明了老人患有轻微老年痴呆症的情况。最后,在物业阿姨的帮助下,小刘带着老奶奶找到了回家的路。

在小刘看来,举手之劳看似平常,却能让他人的倍感温暖。“我们的门店就扎根在上海的各个社区,我一直认为我们就是社区的服务者。除了买卖或租赁房产以外,只要社区居民有需要,我就会尽力去帮忙。”刘梦思这样说道。小刘的公益事迹,体现了链家所倡导的“融入社区,融入社区居民”的准则。



从3.0经纪人到4.0经纪人,对房产经纪服务的要求有着翻天覆地的改变。在链家看来,经纪人的品质是整个行业服务品质的基础,所以链家始终在推进经纪人的职业化进程。正如链家COO王拥群所说:“一个比较好的基础教育背景和基础学历背景,具有比较强的专业能力,能够真正地对客户好,能够崇尚合作,同时高度参与、融入社区,与社区产生深度粘性。我们坚持,只有合格的经纪人才能为客户服务。”

对于链家来说,其目标不仅是成为行业品质服务的标杆,更立志成为中国服务品牌的标杆。未来,链家以成为首个4.0时代经纪品牌和服务业国家品牌为使命,引领行业朝着技术含量更高、专业驱动更强的目标同步迈进。