

急招韩语翻译、增加韩语菜单指引、帮韩国客人预约美甲…… 上海全方位提升服务迎接“韩流”

随着韩国客人数量的激增，“很久以前”羊肉串开始招聘韩语翻译，并紧急地为菜单、公示牌、电子屏等设施添加了韩文。其他商家、商场也在不久前开始提升多语言的服务能力，优化对境外客人的服务水平……

免签政策的落地掀起了韩国人来沪的风潮，上海能否接住这波“韩流”成为很多市民关切的问题。记者日前走访了沪上多个商圈后了解到，大到打破语言隔阂、解决支付难题，小到帮韩国客人预约美甲，各商场、商铺正在全力以赴，服务好这批客人们。

据市商务委介绍，今年上海还将升级推出通信服务、外语地图服务、国际驾照翻译服务、离境退税服务、机上宣传服务等12大友好服务举措；推出二次元、夜生活、骑行等一批“兴趣友好”消费场景；邀请100位海外博主、旅行者担任“上海之夏体验官”，提升“上海之夏”全球影响力。

兼职韩语 英语翻译 35-40元/时

北京·东城区·王府井 经验不限 学历不限

冯女士
很久以前羊肉串·人事招聘经理
今日活跃

工作周期：长期兼职
每周工期：无要求
工作时间：不限
工作时段：不限
结算方式：日结
招聘截止时间：2025-03-04

韩国人也爱在海底捞过生日

对韩免签政策落地至今已有两月有余，韩国人来沪的风潮仍在继续，并为上海商圈持续带来经济活力。

1月17日17点30分左右，记者来到海底捞人民广场店时，大厅位置还没有坐满，但是大堂经理指出现在已经有了十几桌韩国游客。不少座位上都用中韩双语写了“欢迎您”“前程似锦”的祝福语。

“我们用火锅做了麻辣烫，非常好吃。”一位韩国客人竖起大拇指，“因为免签政策，我们来上海旅行五天，这是第三天。”

从去年12月开始，在海底捞人民广场店，这样的韩国客人每天大概有100到150位，占全店客人的15%左右。

“韩国客人喜欢冰块、哈密瓜、西瓜，他们还喜欢吃娃娃菜，经常要找服务员要剪刀，剪娃娃菜烫着吃。”接待了众多韩国客人后，海底捞人民广场店大堂经理穆化飞已经有了不少经验。“最近韩国人来我们店里过生日的也非常多，我们也会给他们做个简单的装饰，然后为他们唱我们海底捞经典‘神曲’。”

他所说的“神曲”是指，当顾客在生日当天用餐时，会有多名店员举着灯牌、戴着充气发箍围着客人唱的“生日祝福歌”。这种过生日的方式一度在中国社交平台出圈，如今也受到韩国人的喜爱。

“他们会在订餐的时就备注好生日。”穆化飞补充道。

面对这波“韩流”，被韩国女团成员朴孝敏“带火”的“很久以前”羊肉串受到了最大的“冲击”。

“在11月份之前，我们的店里的外国人大概占了20%，现在已经增长至80%，而且几乎都是韩国人。”“很久以前”羊肉串第一百货店店长胡镇江告诉记者，原先他们下午5点钟开始营业，12点钟打烊。因为源源不断的韩国客人，他们现在从下午4点半就开始接客，直到12点半甚至凌晨1点钟才结束。

“其实现在热度是有一点消退的，但是人依然很多，每天从营业开始到营业结束都是排队的状态。”胡镇江坦言道。

当然，这波境外游客消费的狂潮不止卷入了餐饮，像泡泡玛特、好利来等中国品牌也颇受韩国消费者的欢迎，来自上海的设计师品牌SHUSHU/TONG对此感受尤其明显。

“最近韩国游客占我们线下新客人约80%，销售额对比去年提升约50%。”该品牌线下运营负责人Aiki告诉记者，因为她们的品牌入驻了韩国多家买手店，外加店铺新潮的装修风格，他们的线下店成为很多韩国游客的必打卡地之一。

“大部分韩国客人是年轻女性，来这个商场都是直奔SHUSHU/TONG。和中国的客人不同的是，她们除了购物还



喜欢打卡拍照发到社交媒体上，也有拍vlog的。”她介绍道。

在住宿方面，据公寓民宿预订平台途家民宿数据，今年外国人预订民宿数量同比去年增长2.3倍。国内民宿接待能力也在升级，途家平台上含有“可接待外国人”标签的民宿数量同比增长了30%。值得一提的是，上海老洋房是韩国人的最爱。

“我们近期收到了不少外国游客的预订咨询，韩国客人最多。韩国客人一般比较关注上海本地美食和热门景区，我们会提供全英文管家服务。”其中一名房东介绍道。

“韩流”爆发之后，急需中英韩三语服务

“韩流”之下，打破语言的隔阂成为各商家首当其冲的问题。面对80%的韩国客人，这对于“很久以前”羊肉串来说更是重中之重。现在使用招聘软件搜索，部分门店仍在招韩语、英语的翻译人员。

“在12月初，我们店里就配备了一名朝鲜族的店员和一名韩语老师。包括我们店，这附近的多家‘很久以前’都配备了韩语翻译。”胡镇江说。

除此之外，“很久以前”羊肉串第一百货店的菜单、众多标示牌、电子屏、提示语都换成了中英韩三语，甚至部分只有韩语。

“这些都是在‘韩流’爆发之后紧急做的。”他解释道。记者注意到，经过这次境外游客的热潮，沪上不少商场、门店正在提升英语服务的水平，甚至不少开始像“很久以前”羊肉串提供韩语等多语言的服务。

在正大广场，管理方定期组织馆内客服员工与商户员工学习外语，并统一配备了覆盖50个语种的翻译器，并在不久前对馆内指引进行了全面更新，全部采用中英文双语；在第一百货，商场为游客准备了中英日韩四国语言的购物指南，指引处也专门设置了翻译器；而INS新乐园，也将原来的中英双语指引手册换成了中英韩三语的指引手册……

解决语言问题之外，各商场、商铺还在从多方面入手，优化对境外客人的服务。

在支付的问题上，正大集团商业地产创新事业部首席执行官周佳璇告诉记者，他们在商场B1楼层的外币兑换点增加了兑换币种。同时还增设了外卡收银服务，现在像Visa、MasterCard等信用卡或借记卡均可使用。

而INS新乐园招商运营总监闻浩铭则表示，除了要求各店家增加境外支付方式，他们还在各国际社交平台的官方账号上增设了购买门票的渠道，方便境外游客提前购买。

在提高服务水平上，INS新乐园近期还在楼内增设了多



个便利服务点位，为游客提供存包、喝水、安保、叫车、医疗、充电等服务；而第一百货商业中心运营管理部经理周炯也告诉记者，他们推出了行李寄存服务。

更多国际友好服务体现在细节中。

“目前在海底捞预约美甲还是需要用中国的手机号的。为此，我们现在专门在做美甲的地方安排了工作人员，帮助韩国游客预约美甲。”穆化飞说。

“上海之夏”将继续与全球游客见面

根据上海市文化和旅游局在2024年12月31日发布的数据，去年上海市接待入境旅游者超过600万人次，上海“入境游第一站”新格局正逐步形成。记者近日从市商务委了解到，上海今年将从入境旅行便利度进一步提高，节假日有所增加等有利条件情况出发，激发市场化促消费的内生动力。

“上海正在推动重点商圈、商业街区、商超便利店、餐饮店、会展、药店等场景及重点商户支付便利化环境建设。”据市商务委相关负责人介绍，截至2024年底，上海全市实现65万家商户、9万余台终端支持受理外卡支付，“外包内用”“外卡内绑”等移动支付产品应用场景进一步扩大，支付方式不断丰富。

记者了解到，“外卡内绑”是指支持将Visa、万事达卡等主要银行卡组织发行的境外银行卡绑定至境内钱包，而“外包内用”则是指消费者可直接使用这些境外钱包应用程序扫描微信支付收款码进行支付。两种方式都可以方便境外游客在沪消费。

另外，上海还在重点商圈、商街设立支付服务咨询点，布放中英双语版宣传物料，线上线下多渠道推广宣传素材、发布外籍来沪人员支付服务指南，国际支付便利标识张贴范围和宣传力度不断提升。

不仅如此，上海还发布了多语言“爱购上海”国际友好手册，推选出首批14家“国际友好商场”，为游客提供国际便利支付、离境退税、多语种服务、行李寄存等各类国际友好服务。

不过，想要吸引境外游客，把上海变得更“好玩”同样重要。

2024年，上海大型演出项目数量、观众人次和票房收入明显上涨，五月天、张学友、刘德华等明星的演唱会吸引了大量观众，票房收入突破新高；首届“上海之夏”国际消费季更是推出了百余场文旅商体展活动，活动期间口岸入境境外旅客人次增长42.4%，外卡消费总额增长68.2%；除此之外，从ATP网球大师赛到古埃及文明大展，从哔哩哔哩线下嘉年华到ChinaJoy，各类活动不仅吸引了全国观众，更吸引了大量的海外游客。

今年7月至10月，“上海之夏”国际消费季将继续和全世界游客见面。

据市商务委介绍，上海将聚焦吸引境外旅客，打造商旅文体展联动暑期重大节庆IP，举办国际动漫月、国际电音节、国际光影节、2025世界赛艇锦标赛、国际艺术节、乐高主题乐园开园等一批标杆活动。同时，针对日韩、欧美等不同地区旅客需求，策划推出“上海之夏·Shanghai Pass”多日产品、国际中转旅客“免费上海半日游”产品、东方美学之旅产品、登机牌优享福利产品等一批“240小时特色产品”。

据悉，上海还将升级推出通信服务、外语地图服务、国际驾照翻译服务、离境退税服务、机上宣传服务等12大友好服务举措；推出二次元、夜生活、骑行等一批“兴趣友好”消费场景；邀请100位海外博主、旅行者担任“上海之夏体验官”，提升“上海之夏”全球影响力。