



主管主办：新华报业传媒集团

江苏经济报



今日4版 国内统一连续出版物号:CN 32-0016 代号:27-50 全国发行

星期一 2026年1月5日 乙巳年十一月十七 总第10271期

编者按:

2026年元旦假期,江苏消费市场在多元新场景的强力驱动下,实现火热“开门红”。非遗元素与时尚潮流交相辉映,市井烟火与冰雪激情同频共振,勾勒出一幅供给创新、活力迸发的消费新图景。本期报道聚焦这股涌动的消费新潮,见证经济内生动力与百姓美好生活的同向而行。

烟火旺 场景新

江苏消费市场喜迎“开门红”

热力十足,消费市场红火开新局

江苏经济报记者 周凯航

“3,2,1,新年快乐!”1月1日零点,随着新年的钟声敲响,长达200米的银烟花瀑布与电子心愿烟花从南京弘阳广场楼宇外墙倾泻而下,点亮了夜空,也照亮了广场上每一名围观市民脸上的幸福与希望。这场盛大而浪漫的跨年盛会,其实从更早的时候便已拉开帷幕。2025年12月31日晚10时许,记者在弘阳广场看到,商场依然灯火通明。商场内,各大餐饮店订单爆满,一座难求,零售商铺里人头攒动,热闹非凡;商场外,乐队演出、非遗巡游等活动吸引游人驻足观看。星光与灯影交织,旋律与欢笑共鸣,一齐唱响2026年新年序曲。这样的景象,只是跨年夜南京各地热闹迎新活动的一隅。记者了解到,南京市商务部门精心策划组织跨年促销,围绕东西南北中五大方向,组织60余家商圈及文旅消费活动,实现中心辐射、多点分流,在营造浓厚节日氛围的同时有效引导客流,激发消费潜力。数据显示,2025年12月31日,南京市重点监测的30家商场、综合体,全天合计销售额同比增长14.6%,客流量同比增长30.2%。其中,新街口商圈、百家湖商圈重点零售企业销

售额同比分别增长18.8%、16.2%。熙南里街区集结五大主题市集,涵盖美食、年货、汉服、潮玩、特色鸭味、年味浓郁。门东街区变身“马戏之城”,推出巡游表演与创意市集,吸引大量游客互动体验。商业综合体积极引入热门IP展览,打造沉浸式打卡地……各大商圈、街区、文化场所深度融合商业、文化、旅游、体育元素,打造独具魅力的消费新场景,铺开一幅全域联动的迎新消费画卷。商场客流的火爆也带动了餐饮消费。1月1日中午,记者在位于南京市栖霞区九岗天地的海底捞火锅店看到,前来用餐的食客络绎不绝。“今天上午,仅在门店预先订座的便有60桌,实在是忙不过来!”一名店员对记者说。银联提供的支付大数据显示,2025年12月31日,南京市餐饮交易额同比增长66.7%。放眼全省,各地纷纷推出精彩纷呈的促消费“大餐”,为新年消费市场造势;淮安主要商圈在假期推出丰富多彩促消费活动,推动客流量与销售双双创下新高。1月1日至2日,该市22家重点商贸企业营业额约1.03亿元,同比增长15%。扬州京华城、SM城市广场、万象汇、蜀国万达、盐城等多家商业综合体实现了人气、销售额双增长。元旦当日,砂之船(扬州)奥莱客流和业绩双双

突破历史记录,同比增长超40%,客流突破10万人次。泰州市通过发放专项消费补贴,组织重点商业综合体推出惠民实在的跨年促消费系列活动,实现了各大商圈人气与销售双双提升。政府搭台、商家唱戏,百姓参与,江苏用一场“百花齐放”的活动,实实在在地拉动了“假日经济”,让“烟火气”真正变成了“金钥匙”。

当地的小商品市场更演绎着传统与新潮的碰撞交融,红彤彤的福字、春联挂满摊位,与融入马元素的新潮文创产品相映成趣。

扬州则立足特色产业,为跨年消费注入独特文化活力。作为“中国毛绒玩具礼品之都”,当地以“毛绒玩具”为纽带,开启了贯穿文化创意与趣味体验的“中国·扬州毛绒玩具嘉年华”。此次城市嘉年华不仅充分展现扬州毛绒玩具产业实力,更精心打造了系列文创伴手礼和全程互动寻宝两大亮点,让市民和游客既能触摸毛绒玩具产业的创意魅力,又能深度参与趣味互动,还能把满满的文创惊喜带回家,解锁沉浸式跨年新体验。从传统饰品到潮流文创,从日常购物、餐饮消费到特色文化体验,江苏各地以马元素为纽带,将传统文化与现代消费深度融合,通过多元化场景营造、丰富产品供给和给力政策支持,让跨年消费既有“烟火气”又有“仪式感”。元旦期间,马元素驱动的生肖经济不仅丰富了跨年消费选择,更精准对接了消费者的情感需求与精神追求,有效拉动消费升级,让江苏2026年跨年消费市场热力十足、势头更劲。

“马”力全开,打造特色跨年新场景

江苏经济报记者 张韩虹

“10,9,8……3,2,1! 新年快乐!”2025年12月31日深夜,南京新街口广场的裸眼3D巨幕上,骏马踏光奔腾而来,与漫天烟花交相辉映,数十万市民游客齐声倒数,欢呼声冲破冬夜。马年将至,江苏各地紧扣“马元素”打造特色跨年消费场景,让岁末消费市场暖意融融、活力迸发,从金陵古城到姑苏水乡,从江海之滨到盐垦大地,一场场兼具烟火气与仪式感的跨年消费盛宴正在上演。在南京的跨年消费市场,马元素已然成为绝对主角,全方位渗透进购物、餐饮等多个消费场景。各大商场内,红灯笼与马造型挂件相映成趣,“马跃新春”主题促销海报随处可见,前来购物的市民摩肩接踵。新街口一家商场的黄金柜台前,周大福、老庙等品牌推出的马年生肖金饰更是备受追捧,憨态可掬的金马吊坠、寓意“马到成功”的金狮子成为消费者的首选。“给女儿买个金马吊坠,希望她新的一年学业进步,马到成功!”南京市李女士拿着刚挑选好的金饰,笑着对柜员说。除了黄金饰品,商场

服饰专区也借马元素造势,不少品牌推出马年定制款羽绒服,有的在袖口等处绣有简约马纹图案,凭借新颖设计和给力优惠,吸引大批消费者驻足试穿。购物场景热度攀升,餐饮消费市场也借着马年东风“添柴加火”,让跨年的烟火气愈发浓郁。不少餐厅纷纷推出马年定制套餐,从菜名构思到摆盘设计都创新融入马元素。元旦当日中午,南京江北一家连锁餐厅门前排起长队,不少消费者直言是被“马跃丰年”套餐吸引而来——这款套餐不仅包含“策马奔腾”(红烧牛腩)、“马到成功”(清蒸鲈鱼)等特色菜品,餐盘边缘还印有简约马纹装饰,文化意蕴浓厚。“一家人跨年聚餐,点这个套餐既应景又热闹,孩子们看到马造型摆盘特别开心。”正在用餐的张先生说道。据了解,除堂食外,外卖平台也同步上线马年专属套餐,还推出“点套餐送马年玩偶”活动,进一步拉动餐饮消费增长。不止南京,江苏各地的马元素消费热潮同样高涨。在盐城,马元素饰品妥妥占据C位,成为市民跨年采购的热门之选。憨态可掬的马玩偶、浮雕质感的马形挂饰、设计精巧的生肖摆件琳琅满目,色彩鲜亮的造型自带喜庆

以“体验”为钥,开启消费增长新空间

江苏经济报记者 蔡逸

这个元旦,江苏消费市场涌动着与传统“买买买”不同的新鲜气息:南京的“非遗马灯”点亮老街,苏州的“热雪乐园”沸腾欢声,各地影院与餐厅人气鼎盛……一系列现象揭示了一个深刻趋势:驱动消费的核心动能,正从单纯的商品购买,加速转向对丰富体验、情感共鸣与文化认同的追求。“体验经济”已不再是概念,而是成为撬动消费扩容升级、助力经济高质量发展的关键密码。体验消费,有效扩展了市场的广度与深度。它打破了消费的时空与形态限制,创造出全新的增长空间。无论是需要亲身参与的冰雪运动,还是蕴含文化内涵的非遗巡游,抑或共享情绪价值的观影聚餐,这些体验都难以被线上简单替代。它们将人们吸引到真实的场景中,并自然延伸出对餐饮、住宿、购物等综合消费的强劲拉动,形成了“一次体验、多重消费”的良性循环。体验消费的繁荣,依托于高质量的供给创新与政策的精准赋能。江苏元旦市场的火热,得益于供给端主动

“造景”与“创新”。从挖掘传统民俗的现代魅力,到引入时尚冰雪业态,再到培育观影等文化新民俗,正是这些基于市场洞察的优质供给,精准触发了消费意愿。同时,政策环境的优化也至关重要。全省范围内,消费促进活动的开展、消费环境的提质,以及对文旅商融合业态的支持,共同为体验式消费的勃发培育了肥沃土壤,体现了政策在推动消费“量”的增长的同时,更注重引导其向“质”的结构优化。聚人气,汇商气,显文气。一餐一饭的安稳,一朝一夕的向好,柴米油盐的烟火气,照见的不仅是百姓幸福生活,更是中国经济的韧性与底气。烟火不息,生机盎然。新年伊始的这股消费新潮清晰地表明:在物质丰裕的时代,最能打动人心、激发消费意愿的,往往是那些充满创意、触达情感、承载文化的深度体验。持续以匠心打造多样化的消费场景,以诚心优化消费环境,我们就能不断点燃这团“烟火”,让消费这驾“马车”在高质量发展的道路上,动力更足,前景更广。

光影辞旧,观影跨年化身新民俗

江苏经济报记者 孙韩杰

在电影院里辞旧迎新,已经成了许多人的新“年俗”。2025年12月31日晚上8时至9时,记者先后走进新街口的银兴国际影城、德基广场新街口影城和金鹰新街口卢米埃影城等多家影院,看到许多等候检票的观众正在机器前排起长队,队伍一度延伸到商场电梯口,他们大多刚结束用餐,在等待当晚的“跨年电影”开场。趁着这次假期,又有这么多新电影,我要每天看一场给自己放松一下。”观众李女士说。2026年元旦假期,多地气温迎来“速冻”模式,江苏电影市场却暖意融融。江苏省电影局提供的数据显示,2025年全省电影票房达47.12亿元,同比增长20.23%,占全国票房总额的9.09%;观影人次突破1.14亿元,同比增长21.28%,占全国总人次的9.25%。无论是票房规模还是观影人次,江苏均位居全国第二,展现出强劲的文化消费活力。全省各地电影市场更是“多点开花”:常州假期首日全

市票房达244.1万元(含服务费),较去年同期增长4.1%,万象影城等核心商圈影院上座率连续两日超85%;无锡元旦档票房超620万元,金逸影城(光美荟聚IMAX激光店)摘得全省影院单日票房桂冠;扬州截至1月3日19时30分,元旦档票房达308.12万元,院线市场热度持续攀升。电影市场为何能迎来“开门红”?记者走访发现,假期档影片供给多元,精准匹配了不同消费者的需求。对于亲子家庭观众,两部进口影片——《疯狂动物城2》(阿凡达3)凭借强劲的IP长尾效应在多地稳居票房前列,尤其是《疯狂动物城2》成为亲子家庭的首选;新作中主打怀旧的经典IP续作《寻秦记》吸引了许多70后、80后与父母共同寻找“回忆杀”;成龙主演的温情喜剧《过家家》则聚焦阿尔茨海默病老人与临时家庭的故事,幽默又不失温情的主题成为合家欢观影的热门选择;《武之地》《他年她日》《匿杀》等硬核、爱情和悬疑等题材影片在元旦首次上映,让情侣或其他成年观众也找到了心仪之选。亲子家庭组团观影、情侣相约跨年、老友结伴追片,用一

场光影之旅“辞旧迎新”已经成为许多人的年度仪式。“走进电影院时还是2025年,观影结束就是2026年,感觉就像是和一群新老朋友一起跨年,特别有意义。”现场观众王先生说。

走在市集品尝《无名》同款拿破仑酥、欣赏“哪吒”海夜又昂扬布丁的萌趣造型,在音乐舞台跟着DJ哼唱《送你一朵小红花》等电影金曲……在苏州,仁恒仓电影主题街区从2025年12月31日下午起便热闹非凡。记者从江苏省电影集团获悉,元旦期间,2026“MOVIE生活新年嘉年华”在苏州、南通、盐城三地同步开展,将观影体验从影院延伸至城市全域。苏州除电影主题市集外,跨年夜零点场《寻秦记》映后倒计时伴随彩带飘落,仪式感拉满;南通邀请“苏超”南通队主力队员与球迷互动,推出“非遗+电影”文创市集;盐城在欧风街举办露天光影音乐会,演绎经典影视金曲。此外,多地影院推出“票根增值计划”“文旅联动福利”等,联动商圈商户形成消费闭环,带动周边客流与营业额同步增长。

烟火气升腾,江苏餐饮消费活力足

江苏经济报记者 沈玉青

元旦假期,江苏各地被美食香气与欢声笑语所包裹。从古城街巷的特色早点到商圈综合体的网红餐厅,从苏式本味到环球风味,各类餐饮门店客流涌动,促销活动精彩纷呈。这场餐饮盛宴,不仅见证了江苏各地升腾的烟火气,更预示着2026年消费市场的强劲活力。金陵城的跨年夜,数万人齐聚新街口,在烟火与科技的碰撞中迎接2026。当晚,南京新街口商圈灯火璀璨,德基广场内的连锁餐厅座无虚席,主打东南亚风味的泰菜Yang Aroi餐厅门前排起长队,成为商圈的“流量黑马”。作为大众点评上南京东南亚菜销量榜第一名,这家店的火爆程度超出不少食客预期。记者于晚上6点20分到店取号时,排队系统显示当前号码为72号,前方仍有53桌在等待,预计等待时间超过两小时。即便如此,排队区依旧坐满了耐心等待的人们,不少人一边刷着手机,一边和同伴讨论着甜点菜单。“早就听说这家冬阴功汤很正宗,特意在跨年夜过来打卡,就算等久一点也值得。”正在排队的大学生小林说道。餐厅工作人员表示,跨年夜当天客流量较平日翻了数倍,冬阴功汤、古法咖喱膏蟹等招牌菜品火爆。

从线上到线下,从老字号到新业态,餐饮消费的热火不仅暖了胃,更暖了经济。这一缕升腾的烟火气里,跃动着人们对美好生活的向往,也勾勒出江苏消费市场活力焕发、转型升级的生动图景,书写着新一年“舌尖上的故事”。

热“雪”沸腾,家门口解锁“冰”纷乐趣

江苏经济报记者 洪姝翌

寒潮来袭,气温骤降,人们对冰雪的期待也愈发热烈。元旦假期里,江苏各地冰雪景区无疑是热门出游目的地之一。“在家门口就能实现‘玩雪自由’。”游客们的欢声笑语,正不断催热冰雪经济,为节日市场注入强劲活力。元旦当天,泰州姜堰溱湖湾冰雪王国在新年第一场飘雪中开门迎客。从早上9点多到晚上9点,这里来往人流不断。在这些兼具阿勒泰民俗和北欧风情的冰雪主题乐园里,雪滑梯、雪地转转、萌宠乐园等游玩项目乐趣纷呈,雪人、雪木屋、电话亭、圣诞树等特色景观设计氛围感满满。“谁能拒绝一座把浪漫与欢乐刻进DNA的冰雪王国呢?不论年龄,不分群体,谁都能收获满满快乐。关键是性价比还高,太值了!”扬州游客陈思文告诉记者,早在乐园开业前,自己就囤好了“早鸟票”,一大早就带着孩子专程赶了过来。6岁的女儿在她的身旁拿着雪铲挖雪坑,玩得不亦乐乎。据景区工作人员介绍,自景区线上

预约通道开启后,游客的购票热情持续高涨,仅前期“早鸟票”就卖出了超3万张。如果说冰雪乐园圆了人们对雪的浪漫想象,那么滑雪场则让这份热爱升级,为人们奉上释放活力、畅享速度与激情的酣畅体验。1月3日中午12时左右,记者来到位于句容的宝华山国家森林公园,只见全新开业的宝华山滑雪场门前排起的长队蜿蜒数百米,广播里不时通报着排队进度,提醒游客合理安排时间。开门“热”门,这一填补了周边大型户外专业滑雪场市场空白的项目,迅速吸引了宁镇扬都市圈的滑雪爱好者前来尝鲜体验。“没想到开业第一天人这么多,南方人对冰雪的执念总是相似的。我们上午10点多就到了,好在终于看见曙光了。”排在队伍靠前的位置的南京游客赵先生身穿滑雪服,戴着头盔等护具,言语中难掩兴奋。记者了解到,宝华山滑雪场总面积约5万平方米,以“全龄友好、专业适配”为核心设计理念,配备进口造雪机、压雪车等专业设备,并配套建设休息大厅、热饮餐饮区及专业的装备租赁服务中心。为保障游客畅玩体验,目前,雪场采取分时段预约

制。该滑雪场开业首日上午场即接待游客近2000人次。与此同时,老牌滑雪场同样人气爆棚。徐州贾汪区大景山滑雪场元旦第一天正式“开板”,日游客量就达4500人次。滑雪场内,新增的专用教学道上,初学者们在教练的专业指导下小心翼翼地感受滑行乐趣;高级雪道上,资深滑雪爱好者身姿矫健,畅快驰骋。《中国冰雪产业发展研究报告(2025)》显示,预计2025年中国冰雪产业规模首次突破万亿元大关。冰雪经济“热辣滚烫”,元旦前后,江苏各地景区也纷纷加码冰雪元素,推动冰雪经济提质升级。比如在徐州,创新推出的“暖冬三宝”冰雪三件套打卡之旅将滑雪与草莓采摘、乡土美食深度串联,赋能“冰雪+田园+美食”融合业态;在南京,银杏湖乐园、汤山欢乐水世界等先在原生的水世界区域打造梦幻冰雪世界,推出雪滑梯、雪地转转等多种冰雪娱乐项目,丰富冰雪消费供给;在苏州,太仓阿尔卑斯国际度假区推出冰雪烟花灯节,通过“灯潮+冰雪+光影非遗度假场景”的多元融合,打造“沉浸式冰雪年味灯游体验”;等等。