

江苏经济报



主管主办：新华报业传媒集团

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

星期三 2026年4月1日 丙午年二月十四 总第10327期

南京江宁：文旅消费火爆背后的“流量密码”

江苏经济报记者 周凯航 陈陶
通讯员 江轩

草长莺飞，春光正好。在素有“金陵古风第一村”之称的南京江宁区余村，成片的油菜花正在绿水青山的怀抱中盛开。从各地慕名而来的游客，或在山野间骑行漫步，或在茶咖内品茗闲坐，或在老宅中感受非遗的独特魅力，勾勒出一幅恬淡闲适的图景；牛首山花开浪漫，人气满满，成为长三角热门旅游度假目的地；十几公里外的百家湖商圈，车辆在商场停车场入口处排起了长队；再往南前行，在方山脚下，众多消费者正在全球连锁仓储式会员制超市开市客内采购……南京市江宁区文旅消费市场“上新”不断、“破圈”不停。

市场一线的火热也得到数据的印证：2025年，江宁区社会消费品零售总额增速稳居南京市第一，去年接待游客超5000万人次。火爆的文旅消费市场从何而来？又折射出江宁区经济发展的哪些变化？日前，记者展开采访。

载体集聚 彰显“活力江宁”

人是消费的主体。高校密布、产业园区集聚的江宁区，其消费市场拥有天然的巨大潜力与强劲动力。依托自身资源禀赋，“十四五”时期，江宁区稳步推进“核心商圈—商业集聚区—社区商业”三级商业体系建设，着力优化全域商业布局，筑牢消费承载根基。全区大型商业总面积达105万平方米。从高端大气的核心商圈，到烟火气腾腾的小店市集，再到保障民生的批发基地……大中小载体互补层次分明、覆盖全域的优质商业矩阵，为江宁消费市场的活力筑牢了硬件支撑。

今年春节假期，在位于江宁区百家湖商圈的南京景枫中心，一匹“胖马”火出了圈——商场推出的马年新春主题艺术装置《宝马·长安花》，打破了传统艺术的刻板印象，因其“珠圆玉润”的可爱外形，成为各大商场马年艺术装置中的“顶流”，吸引众多消费者前来打卡。作为南京第一新兴商圈，近年来，百家湖商圈消费能级显著提升，辐射面积扩大至南京全域及周边地区，日均客流量超10万人次，年销售额突破百亿大关，成为名副其实的“江宁新街口”。

商业体系日益完善的同时，消费能级也在持续提升。“十四五”时期，江宁区推动经营主体提质扩容，格力电器、紫金华美、开市客、悦活里等一批生活性服务业优质项目落户江宁，在库限以上企业由397家增长至860家，实现5年倍增。再过两个月，开市客即将迎来落户江宁两周年。近两年，开市客甄选来自全球与本地的优质商品，为本地会员提供覆盖食品、生鲜、日用百货、家居用品等在内的性价比商品，会员发展整体保持稳定增长趋势，客流保持高位。“我们在供应链与商品结构方面持续更新优化，一方面强化时令商品供应，保障消费高峰期间的供给稳定；另一方面精选符合本地饮食与消费习惯的商品，丰富消费者的选择。除了‘引进来’，我们还加强本土供应链建设，不少自有品牌商品实现在中国本土的研发生产，在保持全球一致的品质标准同时，也实现价格上的优势。”开市客南京店相关负责人对记者说。

场景焕新 体验“常逛常新”

有了宏观的消费体系布局，微观的消费场景也不断焕新。江宁区坚持把首发经济、首店经济作为激活消费市场、提升商业能级的核心抓手，优化招商服务机

制，联动各大商业载体，精准招引国内外优质品牌、标杆首店。

近年来，江宁成功落地开市客中国首家全生态模式旗舰店、唯品仓VIP MAXX全国首店、苏宁易购超级旗舰店华东首店等一批重量级首店，覆盖高端零售、潮流文创、折扣商超、生活服务多元领域，充分让首店经济成为江宁商业的“流量密码”和“增长引擎”。

频繁出新的消费场景和密集引入的首发经济，正是商业综合体常带常新的“秘诀”。2025年，景枫全年更新155个品牌，引入84家首店，举办超170场营销活动。“平均每2—3天，我们便要更新商场内的一个品牌做出调整，这既包括新开店

化多消费力，从而释放出“1+1>2”的乘数效应。

在余村，这样的业态融合正成为这座曾经尘土漫天的“矿山村”转型破圈的密码。

截至目前，余村累计引入各类业态总量150多家。“余村社区党委书记范晓告诉记者，社区以农文旅深度融合为抓手，着力构建业态多元、协同发展的乡村产业生态。市场化思维破圈，融合化路径赋能，让余村走出一条集体增收与资源增值互促并进的乡村运营新路子：2020年，该村集体经营收入仅为197.3万元。到2025年，这一数字已接近700万元。

这样的乡村振兴样板，在江宁全域遍地开花——作为全国宜居宜业典范区，江

在江苏园博园，国际高水平自行车赛事——环太湖国际公路自行车赛吸引了来自世界各地的顶尖车队“骑”聚江宁，竞技“世界山地花园”；刚刚过去的周末，2026青龙偃月越野挑战赛在这里鸣枪开跑，千名跑者驰骋山野，共赴江宁春日之约。

赛事经济已成为联动全域消费生态的关键一环，据了解，近年来江宁区赛事游、演艺游两大板块年均拉动消费超30亿元，实现了“流量”变“留量”、“人气”变“财气”的高效转化。

春节期间，江宁还定制推出赏花、露营、骑行、徒步、研学、春食、红色等十大特色研学线路，构建“旅游+文化+科技+健身+非遗+美食”一站式成长体验，春季赏



众多市民游客在汤山、牛首山、银杏湖、江宁美丽乡村感受春日美好。图为南京牛首山繁花盛开，吸引游客驻足打卡。

宁拥有22个获得国家级荣誉的美丽乡村，建成66个省级和美乡村和特色田园乡村、564个市级以上美丽乡村，“苏花线”“小川藏线”等特色旅游线路，串起了一条乡村振兴链，成为市民游客避世新选择。

在南京主城区东部，汤山百联奥特莱斯广场走出了一条差异化发展的市场路线，以运动、音乐两大核心业态联动汤山片区文旅资源，打造集多元消费体验、情绪价值供给于一体的微度假商业地标。“我们依托汤山音乐谷演艺资源，构建‘演艺流量—商业转化’的完整链路，去年国庆假期举办的华晨宇演唱会系列，精准洞察粉丝群体消费偏好推出系列促消费活动，成功实现流量高效转化。零售额同比增长20%，餐饮营业额同比增长50%，客流同比提升85%，整体经营数据创国庆假期历史新高。”项目相关负责人说。此外，汤山百联奥特莱斯还深度融入汤山国家级旅游度假区发展格局，打通“景点—酒店—奥莱”的消费链路，形成“文旅聚客、商业消费”的良性循环。

业态融合 激活“一池春水”

商业并非消费场景中的孤立一环。江宁消费活力日益蓬勃的背后，还蕴藏着文化、商业、体育、旅游等各业态的深度融合。通过有效延长消费时间、拓展消费空间、延伸消费链条，江宁区将单一流量转

花专线已浪漫发车，诚邀四方宾朋一站式解锁江宁春日限定美景；2026“乐享足球”江宁区第十届足球联赛火热进行中，“体育+”奏响“活力江宁”文旅新篇章，让运动风采与城市发展同频共振……

文旅消费的“出圈”激发了江宁经济新活力，也折射出江宁经济发展的深刻变化。作为南京市经济总量最大的行政区，江宁区2025年产业结构持续优化，第三产业占比已超过一半。如今的江宁，消费“主引擎”动力强劲，经济发展活力迸发，叠加南京禄口国际机场、南京高铁南站、通江达海等便利区位优势，江宁正日益成为辐射南京都市圈、联通长三角、链接海内外的活力高地。

百家湖、汤山奥莱、砂之船、开市客等众多商圈（商场）春日焕新，成为市民休闲购物目的地。图为市民在开市客购物。

维、南京现代综合交通实验室等软件企业代表，分别围绕轨道交通车辆检修车定位、需求管理数字化实践、“人工智能+轨道交通”创新产品及场景应用等主题，分享了对应的前沿技术方案和典型应用成果，充分展现了我省工业软件企业的技术实力和科研机构在高端装备、轨道交通领域的创新能力。在自由交流环节，参会代表纷纷结合自身实际，围绕合作需求、应用场景和技术路径等踊跃发言，现场气氛热烈，为后期形成精准合作打下了良好基础。

据悉，我省将持续完善供需对接机制，探索小规模、深层次的对接模式，推动供需精准匹配、长期对接，进一步巩固已有成效。

虎踞财评

优化服务方能留住人心

◎栾沐铨

日前，国内三大航司陆续推出机票“买贵免费退”服务，明确出票24小时内遇票价下调可免费退票、部分航司同步配套短时间全额退等举措。这些举措直击长期困扰消费者的痛点，标志着民航业主动跳出价格战，转向以服务、规则、体验为代表的价值竞争。

过去一段时间，部分航司过度依赖低价吸引客流，却没有亮明消费规则，导致旅客买票怕买贵、退票怕吃亏。这也让航司自身陷入发展困境：一味以低价抢客，不仅压缩了利润空间，使得服务升级与产品创新缺乏资金支持，还导致消费者体验不佳，难以积累忠实客群。在高铁持续优化服务等背景下，航空业低价竞争已不是久之计。

此次“买贵免费退”等服务举措，虽然给航司增加了服务环节的成本，却能带来多重示范效应。短期看，清晰可预期的规则能有效减少客诉纠纷，降低运营成本，提升航司官方渠道购票占比，能直接触达旅客、掌握真实需求，提升运营精准度；减少对第三方平台的渠道依赖

与引流抽成，可降低企业渠道费用支出。长期看，主动与消费者共担票价波动风险，能够有效缓解消费者焦虑，使其逐步形成稳定的复购意愿与品牌忠诚度。

“买贵免费退”折射出航司发展理念的转变：让利眼前，赢得长久；优化细节，留住人心。当越来越多航司意识到，善待旅客就是善待企业自身，尊重市场就是筑牢发展根基，民航业才能真正迈入价值竞争新阶段，以优质服务赢得长远市场。

为推动民航业从价格竞争走向价值竞争，航司应以此为契机，做到常态化、标准化提升服务。例如，以AI赋能提升服务效率，在票价、退改、出行提醒等环节持续优化，减少消费者的成本；打造特色服务产品，以精准供给满足多元需求，增强品牌优势。行业层面，应加快形成统一服务标准与规则共识，推动整体服务水平提升。监管层面，应持续规范市场秩序，整治票务乱象，营造良好的市场环境，引导企业把更多精力投入服务升级与创新。

全球最大打桩船“铁建大桥桩1”号在江苏交付

本报讯 3月31日上午，长江最下游，大津重工（南通）有限公司舾装码头内，全球最大打桩船“铁建大桥桩1”号正式交付。

据悉，该船由中国铁建大桥局投资建设，桩架高度156米，可打直径7米、桩重700吨的桩基，作业水深最深达70米，是目前世界上桩架最高、吊桩能力最大、作业水深最深的打桩船，标志着我国在复杂海洋环境下实施大型、超深、高精度桩基施工的核心装备能力迈上新台阶。

值得一提的是，“铁建大桥桩1”号的核心部件——全球最大启闭液压油缸于今年1月刚刚在常州下线。该油缸缸径达1.6米，活塞行程21米，完全伸出后总长度接近50米，约17层楼高，额定推力达5000吨，相当于一次性可举起3500辆家用轿车，油缸重量、直

径、长度、推力均为全球第一，从设计到制造实现完全自主可控。特别是其构建的船舶智能施工定位体系，实现了厘米级定位，可助力打桩船以世界最高精度完成精准打桩。

长期以来，打桩船核心技术曾长期受制于国外。当前，日本先进的打桩船桩架高度约80米，欧洲先进打桩船桩架仅50余米，吊桩能力115吨，且多依赖传统燃油动力和人工操作，定位精度仅为分米级。相比之下，“铁建大桥桩1”号在桩架高度、吊桩能力、作业水深、定位精度、智能化程度等方面均实现全面超越，标志着中国打桩船技术已走在全球前列。据介绍，“铁建大桥桩1”号即将远赴巴西，参与建设拉美最大跨海斜拉桥——萨尔瓦多跨海大桥，成为中国高端海工装备服务全球基建的又一标志性工程。（付奇）

软件强链先锋行动——轨道交通工业软件供需对接交流活动在宁举行

本报讯（记者 蔡逸）3月27日，由省工业和信息化厅指导，省工业软件产业链联盟、省人工智能学会主办，南京市麒麟科技创新园管委会、麒麟人工智能产业技术创新联盟、南京轨道交通产业协会协办的“软件强链先锋行动——轨道交通工业软件供需对接交流活动”在南京现代综合交通实验室举行。省内轨道交通、工业软件相关企业、科研院所、行业协会等代表共同参加。

在供需对接环节，中车浦镇、康尼机电、恩瑞特等3家轨道交通企业代表，围绕需求管理软件、AI底座、SCADE开发工具等多个方向，集中发布了工业软件应用及智能化支撑平台相关需求；沃旭通讯、维拓科技、国睿信

维、南京现代综合交通实验室等软件企业代表，分别围绕轨道交通车辆检修车定位、需求管理数字化实践、“人工智能+轨道交通”创新产品及场景应用等主题，分享了对应的前沿技术方案和典型应用成果，充分展现了我省工业软件企业的技术实力和科研机构在高端装备、轨道交通领域的创新能力。在自由交流环节，参会代表纷纷结合自身实际，围绕合作需求、应用场景和技术路径等踊跃发言，现场气氛热烈，为后期形成精准合作打下了良好基础。

据悉，我省将持续完善供需对接机制，探索小规模、深层次的对接模式，推动供需精准匹配、长期对接，进一步巩固已有成效。

常熟港特种车辆出口跑出外贸“加速度”

本报讯（记者 周凯航 通讯员 葛子恒 杨正鑫）“7号泊位解缆完毕，出发！”3月29日清晨，常熟港兴华码头呈现出一派热火朝天的繁忙景象。随着厚实的船锚划破江面长空，满载158辆大巴的马耳他籍“阿拉希亚”轮和9100吨车辆的“南鑫3”轮相继解缆启航，分别驶往沙特阿拉伯和马来西亚。

不同于国内多数汽车出口业务以家用汽车为主的港口，常熟港精准锚定共建“一带一路”国家基础设施建设需求，走出一条以特种车辆为特色的出口之路。今年3月13日，利比亚籍“北海”轮在此顺利完成316辆各类工程车装车装车作业后运往喀麦隆，一举创下该口岸开展汽车出口业务以来单船装运量新纪录。今年前两个月，常熟市对共建“一带一路”国家进出口134亿元，同比增长25%。其中，兴华码头特种车辆出口量已超2000辆，创下近年新高，外贸增长势头强劲。

面对工程车辆出口订单持续攀升、船舶密集靠离泊的状态，为保障特种车辆出口船舶高效作业，切实降低企业物流成本，常熟边检站民警提前对接码头、船舶代理公司等单位，实时掌握船舶动态与作业计划，不断优化边检查验流程，全力保障船舶“即靠即装、快速快出”。“我们借助线上平台提前开展船舶信息核查、查验和录入，对短时靠泊船舶一次性办结出境边检手续，单船通关用时平均减少近2小时。”常熟边检站执勤二队副队长沈沈龙介绍。

高效顺畅的通关服务，不仅压缩了船舶在港时间，为企业节约了可观的物流成本，也为特种车辆出海按下“加速键”。如今，在口岸各部门协同发力下，常熟港特种车辆出口通达多个共建“一带一路”国家，航线网络持续加密。“各部门联动越来越顺畅，不仅码头作业效率大幅提升，也让我们在服务企业、保障出口上更有底气。”兴华码头操作部经理范建国感慨地说。



3月31日，铁路连云港站，旅客正在乘车出行。当日起，为期8天的长三角铁路春运、清明假日运输正式启动，长三角铁路在春运运输增加40对旅客列车的基础上，再安排增开105对旅客列车，满足“双假”叠加后旅客出行需求。 耿玉和 摄

90后遗体整容师：在“生命终点站”做一束温暖的光

通讯员 苏民宜 江苏经济报记者 洪珠璽

清明将至，慎终追远。当死亡不再是禁忌话题，如何赋予生命尊严令人深思。查看遗体状况，对接家属需求……予逝者尊严，予生者慰藉，这些在外人眼中略显“特殊”的工作，是无锡市殡仪服务中心90后遗体整容师余迎莹的日常。遗体整容师余迎莹，一个鲜少出现在人们视野里的职业，她一干便是八年。本科就读美术专业的余迎莹，最初的梦想是成为一名美术教师。回忆会与现在南辕北辙的职业选择，她笑言“一切得从父亲说起”。她的父亲余廷，是殡葬行业的资深从业者，三十年如一日坚守在殡葬服务一线。从一名殡葬行业的“门外汉”，到全国民政行业技能大赛冠军，余廷用双手为无数特殊遗体修复容貌。小时候的她也常待在殡仪馆里陪着父亲，当大部分人对死亡充满畏惧时，她早已在父亲的言传身教中，慢慢理解着这份职业的独特价值。本科毕业后，余迎莹求职屡屡碰壁，人生陷入迷茫。父亲那句“要不要试试遗体整容师这个职业”的试探和“任何一个行业，你干得越好，就会赢得越来越多的尊重与掌声”的鼓励给了她“跨界”的勇气。

得益于父亲的悉心指导，以及自己美术专业的雕塑功底和对人体骨骼的了解，2015

年，余迎莹顺利通过春招进入民政职业院校，开始系统学习遗体防腐与整容技术。在校期间，她潜心钻研技艺，2016年在第七届全国职业院校民政职业技能大赛遗体整容师职业技能竞赛中荣获二等奖，同年获得遗体整容师四级证书。

2018年，余迎莹进入无锡市殡仪服务中心工作，与父亲工作所在的无锡市殡仪馆有了更多交集。作为为数不多的遗体整容师，他们共同在民政部授牌的“余廷技能大师工作室”服务。余廷在生活中是慈父，在工作中却是严师。深知女儿塑形方面的短板，每天下班后，余廷都会要求其在家练习两三个小时的专业技能，对每一个细节精益求精。

遗体整容师的工作，不仅考验着技艺，还考验着心理。2019年，一名花季女中学生因抑郁症坠楼离世，面目全非的遗体让家属悲痛欲绝，跪在殡仪馆恳求让孩子走得好看些。余迎莹强忍心酸，认真对接家属需求，与团队密切配合，耗费七八个小时精心进行塑形修复。当女孩恢复安详容颜的那一刻，身后的余廷默默点头，这是她第一次得到父亲的技术认可。女孩家属在巨大悲痛中流露出的一丝欣慰，让她瞬间找到强烈的职业认同感。原来，自己所做的这一切，真的可以让告别少一分遗憾。

几年前，外省某地发生自建房倒塌事故。夫妻俩作为无锡技术团队的核心成员，第一时间赶赴现场做好遗体善后工作，几十具伤势严重的遗体必须两天内完成修复。他们几乎没有休息时间，防护服里的汗水浸透衣衫，刺鼻的防腐剂气味萦绕鼻尖，但这些都抵不过家属期盼的眼神。有家属手写字条，恳请为逝者换上汉服，盘好生前最爱的发型。当团队凭借精湛技术还原逝者容貌，家属的含泪致谢让她再一次深刻感受到：“我们修复的不是躯体，还有生者破碎的心。”

然而，就在这次任务返程途中，常年劳累的余廷突发吐血，并最终被确诊为肝癌晚期。在确诊的日子里，余廷一边治疗，一边继续担任即将到来的全国民政行业职业技能大赛教练，同时督促女儿积极备战赛事。余迎莹白天照顾父亲，深夜苦练“塑形”“缝合”等技术，丝毫不敢懈怠。比赛期间，父亲病危的消息不断传来，她在赛场上咬牙顶住压力，坚持完成每一个环节，最终突破重围，荣获第十一届全国民政行业职业技能大赛遗体防腐整容师赛项职工组二等奖。“缝合”等技术，丝毫不敢懈怠。比赛期间，父亲病危的消息不断传来，她在赛场上咬牙顶住压力，坚持完成每一个环节，最终突破重围，荣获第十一届全国民政行业职业技能大赛遗体防腐整容师赛项职工组二等奖。她把那枚奖牌轻轻放在父亲的病床边，这是她交给父亲的最后一份答卷，也是父女两代“生命摆渡人”之间无声的告别与传承。不久后，父亲安然离世。

如今，余迎莹已从父亲手中接过“接力棒”，逐渐成为全国殡葬防腐整容专家组最年轻的成员，担任无锡市殡仪服务中心“余廷技能大师工作室”的技术总监。2025年，她还任江苏省民政行业职业技能竞赛遗体防腐整容师项目中荣获省赛第一名。

从追逐光，到成为光，再到散发光，如今的余迎莹不仅继承了父亲对专业的严苛要求，也在自己的道路上不断推陈出新。工作之余，她刻苦学习3D制图及相应软件，积极将3D打印修复技术运用到遗体整容中，让传统的整容技艺与现代科技相互融合。同时，她还将在美术的审美带入殡葬技术，让古老的行业慢慢走向现代化。“行业内很多资深大师都是男性，但我觉得女性有女性的优势。”她说，化妆、细心、心理共情，这些恰恰是女性擅长的地方。

与父亲那一代从业者因职业不被理解而选择沉默不同，余迎莹面对自己的职业更加坦然，与朋友相处时从不避讳谈起工作，努力让“生命摆渡人”褪去神秘与偏见，露出温暖的底色。如今，放眼全省，令人欣慰的是，殡葬服务行业正被越来越多像余迎莹一样的年轻人看见、理解、选择。据悉，目前，我省工作在殡仪馆殡葬服务一线的90后超过660名。