

江苏经济报



主管主办：新华报业传媒集团



江苏经济网

江苏经济报官方微信

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

星期二 2026年4月7日 丙午年二月二十 总第10330期

春假+清明 赏春消费繁花似锦

编者按:

2026年清明假期,江苏消费市场繁花似锦。花卉市场祭扫鲜花需求火爆,小众鲜花和迷你盆栽则成年人春日“心头好”;时令春鲜争相上市,为餐饮消费带来独特的春日风味;从景区到田野,“行走的课堂”成为清明文旅消费最亮眼的风景线;全省密集出台务实管用的促消费举措,全力推动消费市场持续升温……清明假期“春日经济”火热之余又新意十足,彰显着江苏消费市场的活力与创造力。

在传统与现代间激活春日经济

蔡逸

又是一年清明时。在这个特殊的日子里,远游四方的人们纷纷踏上归途,踏雪寻梅,祭祀先人,在烟色朦胧的山间田野中,缅怀先祖,慎终追远,感受血脉相连、生生不息的力量。

中国人讲究饮水思源,落叶归根,因此,人们格外重视这个寻根访祖、不忘初心的节日。清明兼具自然与人文两大内涵,既是自然节气,也是传统节日;既是一个扫墓祭祖的肃穆日子,也是人们亲近自然、踏青游玩、享受春天乐趣的欢乐节日。如今,在消费升级与文旅融合的双重驱动下,清明小长假正从传统的“祭扫时节”蝶变为“春日经济”的重要节点。

今年清明,各地纷纷推出“文旅+”新场景。赏花游、乡村游、民俗体验游热度攀升,带动了交通、餐饮、住宿、零售等全链条消费。一束鲜花、一顶帐篷、一张门票,背后是人们对于美好生活的向往,也是内需潜力的生动注脚。

值得关注的是,今年的清明消费呈现出几个新特点。其一,“轻度假”成为主流。不同于长假的远程奔波,更多人选择城市周边的“微旅行”——住一家精品民宿,赴一场春日市集,来一次山野徒步。这种“说走就走”的轻量化出行,带动了餐饮、户外装备、即时零售等链条的联动增长。

其二,传统文化与消费深度融合。青团、春茶等时令商品在口味和包装上不断翻新,汉服赏花、非遗手作体验受到年轻群体青睐,线上线下联动,传统与创新交织,国潮文创、数字纪念品等新业态也悄然兴起。这些变化不仅丰富了节日内涵,也为相关产业注入了新动能。

从“流量”到“留量”,从“打卡”到“刷卡”,清明小长假已然成为观察消费复苏与结构升级的重要窗口。我们乐见,在政策的引导与市场的驱动下,清明经济能够持续释放活力,让春日里的“小确幸”汇聚成推动高质量发展的“大能量”。

春意融融,生机勃勃。抓住消费契机,精准施策,优化供给,就能让“春日经济”不仅开好局,更能走得远,为全年经济增长注入更多暖意。在盎然的春意中,我们期待看到更多消费新场景、服务新体验,让传统节日与现代商业交相辉映,让百姓的假日生活更加有滋有味。

多元联动,绘就“苏”式消费新图景

江苏经济报记者 周凯航

清明时节,繁花似锦,山野树林间呈现出蓬勃生机。与江苏大地一样春意盎然的,是全省各地火热的消费市场。今年清明假期与中小学春假无缝衔接,形成长达6天的“超级假期”,多元市场供给激活消费“一池春水”,踏青赏花掀起文旅消费热潮,“春假+清明”叠加效应明显,各地用真金白银、热气腾腾的促消费大餐,勾勒出春日最美的“苏”式繁华图景。

不久前,2026年苏新消费·春惠江苏暨苏品苏货·必购必带带启动仪式在扬州举行,奏响了江苏消费促进的“春之序曲”。这个清明,全省商务系统精准对接群众春季踏青、亲子休闲、出游等核心消费需求,密集出台务实管用的促消费举措,全力推动消费市场持续升温。以多元供给丰富消费体验,各地组织重点商圈、商业综合体打造“春假亲子嘉年华”,设置非遗手工、亲子研学、萌宠互动等体验区,配套童装、玩具、教辅用品满减优惠等活动,满足亲子家庭“玩、购、乐”一站式需求。聚焦个性化消费需求,举办房车营地踏青、赏春等主题活动;以真金白银激发消费热情,各地举办春假“票根经济”促消费活动,通过识别火车票和飞机票,对来苏游客赠送江苏权益包,金融机构投入2000万元发放餐饮、住宿、购物等消费优惠。南京、苏州、无锡3个城市投入2900万元开展春假期间有奖发票即时开奖活动,其中,南京推出“春假专属即时抽奖奖

池”,在全市零售、餐饮、住宿、文化艺术、娱乐、旅游、体育等领域开展即时抽奖和定期抽奖,以真金白银提振春假消费意愿。常州、盐城射阳县分别发放160万元、150万元春假消费券,覆盖本地消费与出行补贴。泰州出台春假促消费行动方案,发放3500张早茶消费券。无锡、淮安、宿迁等地结合本地特色活动,发放体育、餐饮、露营等专项消费券,更好地激发消费活力。

春假推动下,亲子游、研学游掀起热潮。省内多地围绕春假推出了一系列丰富多彩的主题文旅活动和旅游产品,释放更大假日消费潜力。盐城各大景区和文博场馆为中小学生在节假日推出门票、半价、免费研学、亲子套餐等诸多福利,10条“盐”学研学线路让孩子们在一段段鲜活的人文体验中收获成长;常州以六大研学线路、六大暖心服务、六大主题活动推出诚意满满的文旅“大礼包”,从交通出行到景区游玩,从公益课程到官方托管,全方位守护亲子家庭的“诗和远方”;镇江全市多个国家A级景区针对中小游客推出免门票、门票、随车2名家长享半价等优惠,释放出文旅消费的强劲活力,仅4月1日单日累计,镇江市银联文旅消费金额同比增长20%,A级景区累计接待游客同比增长26%。

“春假”的到来,也让原本是出行淡季的清明摇身一变成为跨地域的黄金期。无锡至吉隆坡直航航线于节前正式开通,既方便了东南亚游客前来无锡打卡鼋头渚樱花,也让江苏市民出境短途游更加便捷。来自马来西亚的林女士一行四人



宋宁摄

专程从无锡硕放机场入境赏樱,她直言:“直航不用转机,免签证去签证麻烦,一路顺畅,终于能沉浸式感受江苏的春天了。”在南京,为抢抓“超级假期”出行红利,配合旅客错峰出行需求,南京禄口机场各大航司同步优化春夏航季航线布局,持续推动国际航线扩容升级。据统计,清明假期前后,南京禄口机场陆续开通了飞往吉隆坡、雅加达等城市的多条国际航线,韩亚航空南京—米兰航线也将顺利复航,进一步扩大了省内及周边旅客跨境游的选择范围。“近期正值航司春夏航季调整期,我们依托今年春假政策利好,精准对接家庭错峰出行需求,为旅客提供更多的跨境出行选择。”厦门航空公司南京营业部总经理居志国介绍说。

踏青赏花,解锁春日消费新活力

江苏经济报记者 孙韩杰

“快从这个角度给我拍张照片”“这里还有几朵,快快来拍”4月5日下午,坐标南京玄武区。从鸡鸣寺地铁站出发,一直到玄武湖公园,沿途整条路上都是熙熙攘攘前行的游客,几乎没有能让让人停留歇脚的地方。记者在现场看到,鸡鸣寺前的马路上,尽管大多数樱花已经凋谢,许多人仍热衷于寻找出片“机位”,在镜头中记录春日时光;鸡鸣寺大门口正排起长长的队伍,游客依次步入,为今年的工作与与生活祈福;南京玄武湖公园内春意盎然,景色宜人,游客们在此结伴踏青。“今年清明天气特别好,加上春假,这次已经带家人出来玩了好几天。以往还得担心假期会下雨,没法在室外玩。”从山东济南来南京旅游的朱先生告诉记者。

春风送暖,繁花竞开。这个清明假期,全国各地迎来赏花热潮。人们走出家门,奔赴一场与春天的约会,也催生了多元融合的“赏花经济”,为城市消费注入新的活力。据相关平台数据,自3月31日铁路春假及清明假期运输启动以来,长三角铁路持续迎来出行大客流,旅客以旅游、探亲等为主。其中4

月4日清明小长假首日,长三角铁路发送旅客466万人次,创下单日客流量历史新高。4月5日,长三角铁路发送旅客345万人次,较去年同期增长15.3%。截至4月5日,长三角铁路已累计发送旅客近2100万人次,日均发送旅客约350万人次,客流持续处于高位运行。

清明出游,户外、露营成为关键词,在各网络平台,“露营”“户外”“帐篷”等相关讨论、推荐帖数量明显上升。4月4日下午,在常州市紫荆公园附近草地上,远远便看到一顶顶五颜六色的帐篷,当地市民和游客正在此露营赏春,只见不少家长在野餐垫上摆满零食,孩子们则在在一旁放飞各色风筝,来回奔跑。在淘宝经营帐篷租赁店铺的沈一方告诉记者,这几天店内帐篷大半已被租出,生意十分火热。

花事正盛,“赏花游”成为假期出行主流,晚樱、油菜花、桃花……各地盛开的各色花卉,勾勒出一个个色彩斑斓的春日画卷。4月4日早上,在无锡鼋头渚,前来赏樱的游客络绎不绝。登上车,便是不少外地游客自驾赶来。而在赏樱专线的候车点,一早便是人山人海。据悉,节前景区门票刚刚进入赏花期,粉白花瓣随风飘落,十分浪漫,日夜赏樱人流如



杭兴微摄

织。数据显示,在清明假期首日,截至4月4日下午4点30分,鼋头渚景区客流量超50000人次,灵山、拈花湾景区客流量近20000人次,春日文旅热度持续攀升。

此外,记者了解到,清明假期,乡村文旅同样火热,在南京,汤山西村新打造的万亩油菜花田吸引了一批批游客前来打卡;龙尚村的民俗客流不断,全村300多间客房多已订出;六合区冶山街道双墩村,盛开如雪的紫荆花让该村成为市民游客休闲赏春的热门目的地。

春味正浓,传统美食承载时节记忆



剧创摄

江苏经济报记者 张韩虹

清明时节,江苏的大街小巷,处处弥漫着沁人心脾的春日风味。这味道藏在刚出水的江鲜里,融在肥美的海鲜中,也裹进软糯清香的青团中。在口舌尝鲜的同时,人们感恩春天的馈赠,亦从心心念念的清明时令美食中,回想故乡和亲人。

春风轻拂,海鲜带着融融春意轮番登场,盐城的“春鱼”便是其中最富代表性的一员。早晨8点,东台东亭菜场二楼便已人声鼎沸,热闹非凡,水产摊位前,新鲜海鲜被整齐摆放,虾蟹鲜活、贝类饱满,而其中最受消费者青睐的,莫过于这带着春日鲜味的“春鱼”。

不同于其他海域的春鱼,它们体积小,通体金黄、肉质紧实。而这被当地人亲切称为“春鱼”的美味,承载着盐城人对清明春味的独特记忆,也成为菜场里最亮眼的消费热点。

提起春季春鱼的价格,摊主刘云介绍,今年小黄鱼行情分化明显。受捕捞量减少影响,批发价较去年上浮约30%,但相较于前段时间,则大幅回落。“之前三三两两的优质小黄鱼,零售价超过200元一斤,现在回落到90元左右;一两左右的小黄鱼,大概40元一斤。”尽管价格高于往年,不少顾客仍欣然购买,“吃的就是这口鲜。”刘云说。

作为拥有大江大海的省份,江苏水资源丰富,说到清明江鲜,刀鱼也是绕不开的重头戏。在江苏靖江,随着清明时节的到来,人工养殖的刀鱼陆续开捕,江面上,渔网舒展、渔工忙碌,一派丰收的春日景象。

上午十点,靖江江边的小饭店里,烟火气早早升腾,后厨师傅们小心翼翼地处理着刚上岸的刀鱼,不添过多调料,仅以简单清蒸,很快鲜美的刀鱼被端上桌,成为食客们竞相追捧的春日珍馐,也带动了当地江鲜消费的热潮。

在江边经营餐饮近十年的黄大爷告诉记者,今年刀鱼价格明显回落,比去年同期便宜几十元到上百元不等。其中毛刀每斤25-30元,中刀约140-150元,大刀保持在500-600元。品质上的高规格养殖刀鱼,每斤2000元左右,价格与去年基本持平。

不只是靖江,无锡锡山区的一家水产养殖基地,同样也一片忙碌景象。渔网收拢间,银光闪闪的刀鱼活蹦乱跳,这是今年首批上市的养殖刀鱼。自长江十年禁渔实施以来,野生长江刀鱼已退出消费市场,而人工养殖技术日益成熟,让这道昔日“贵如黄金”的江鲜,渐渐褪去奢侈外衣。加之今年价格走低,昔日的“富贵鱼”正悄然游上寻常人家的餐桌。

记者了解到,目前不少线上平台也推出亲民规格。例如在盒马App,200克/盒的小刀鱼售价29.9元,降价趋势明显。消费门槛降低,使得刀鱼成为清明家宴、亲友小聚的家常菜,让江鲜消费更添烟火气。

都说食物的背后是民俗和文化,味蕾和心理构筑起每个人心里家的味道和春天的记忆。如果要用一个词来形容春天的味道,那必定是“鲜香”。荠菜、香椿、春笋、马兰头、蚕豆纷纷登场。而在清明时节的江苏烟火气里,还藏着一抹带着山野清香的绿,那便是青团。与往年一样,在南京,不少老字号糕点食坊早早忙忙碌碌起来,店铺内烟雾缭绕,层层叠叠的蒸笼整齐排列。作为网红打卡店,上午九点,徐阿姨糕点店门前早已排起了长长的队伍,有老人带着孩子,有年轻人专程赶来,只为抢购这一口春日烟火,排队的身影与香甜的气息交织,成为南京清明时节最动人的烟火图景。

春假+清明,正是研学好时机

江苏经济报记者 洪姝翌

清明时节,草长莺飞,文旅市场持续火热。与往年不同的是,今年清明假期与江苏首个中小学“春假”无缝衔接,形成了一个长达6天的春日“小黄金周”。这一创新举措,不仅为家庭出游提供了充裕的时间,更点燃了研学旅游市场的新热潮。景区内,场馆中,乡村田野间,一个个“行走的课堂”成为清明文旅消费最亮眼的风景线。

假日期间,苏州博物馆人头攒动。正在举办的“苏州织造”特展成为不少亲子家庭的热门之选。“带孩子边玩边学,沉浸式感受江南丝织文化的传承,不虚此行。”安徽家长王敏带着五岁的女儿在人群中穿梭,不时发出赞叹。

苏州博物馆相关负责人介绍,这场特展集纳了苏州博物馆、故宫博物院、中国国家博物馆等全国10家文博单位的90余件展品,更有《清明上河图》(仇英本)重磅亮相,假期里每日接待游客数千人次。而为丰富此次6天小长假的出行体验,该馆还围绕特展特别策划推出“衣锦天成”——苏州织造特展主题研学、“苏州织造有点忙”研学营等相关研学活动,带领孩子们深度探寻苏杭织造文化,感受传统智慧。

作为研学核心阵地,全省各地文博场馆在假期里持续“出圈”。在南京,各大文博场馆推出的“踏诗而行”夜读、“长干探

秘”文化之旅等沉浸式研学活动同样场场爆满。

这股研学热潮也涌向田间地头,让“泥土味”变成“成长养分”。在宿迁市宿城区牛角村欢乐田园度假区,油菜花田里不时传来孩子们的阵阵欢笑。“油菜花能吸引哪些小昆虫呀?”稚嫩的问题声中,研学老师引导孩子们近距离学习了植物授粉的过程。“围绕春假、清明假期,我们精准对接家庭游、研学游和休闲游需求,推出特色活动与惠民优惠。”度假区负责人姜委委介绍,度假区重点打造了“田园运动研学营”,同时还结合春日时令推出花事套餐等专属优惠。

近年来,研学游快速发展,各类机构纷纷布局,但重“游”轻“学”、货不对板等问题日益突出。如何让研学游真正实现“学有所获、研有所获”?放眼全省,今年春假+清明形成的新“黄金周”为原本是淡季的研学市场注入了新的动力,江苏各地也积极深耕内容,不断打磨高品质研学产品,呈现出内容精品化、场景多元化、供给专业化等趋势。比如南京积极打造官方一站式研学平台“少年金陵游”,推出近300款研学产品覆盖六大主题,上线十余天访问量达4.7万人次,成交近2000单,金额破20万元。盐城做足湿地生态文章,构建起湿地自然研学矩阵,观鸟、科普、手作等活动特色鲜明。南通依托“世界冠军摇篮”优势推出足球研学、CBA免费观赛等体育研学体验游活动,整合14大研学基地推出农耕、非遗、科创等沉浸式课程。



蔡亮摄

同程研究院分析认为,江苏作为首批实施春假的省份,其市场表现具有风向标意义。春假与清明假期的成功“拼接”,不仅有效释放了家庭长途出游需求,更验证了“错峰休假+传统假期”模式对激发消费潜力的巨大能量。江苏文旅市场呈现出的“研学深度化”“体验品质化”等趋势,预示着旅游消费正从简单的观光打卡,向以家庭为单位的、注重知识收获与情感连接的“学习型旅行”深刻转型。未来,针对春假及类似假期特点,进一步开发深度融合地方文化、自然科学与亲子互动的产品,将是目的地提升竞争力的关键。

文明祭扫,鲜花市场供销两旺

江苏经济报记者 沈玉青

清明时节,春风拂面,繁花盛开,既是缅怀先人、文明祭扫的传统节日,也是购买鲜花装点春日生活的好时机。记者走访发现,街边各处花店中,白菊、黄菊等祭扫鲜花供不应求;花卉市场内,春日应季鲜花、盆栽绿植等销售火爆,勾勒出清明假期独特的鲜花消费图景。

随着文明祭扫的风气日益浓厚,祭扫鲜花逐渐成为清明节的“主角”。连日来,江苏各地鲜花市场迎来销售高峰,白菊、黄菊等祭扫鲜花供不应求,各大花店订单不断。记者走访发现,几乎每家花店都将白菊、黄菊整齐码放在店门口最显眼的地方,搭配百合、白玫瑰等包装成的祭扫花束,花篮堆成了小山,店员们忙着修剪、包扎,前来买花的市民络绎不绝。

“现在大家都提倡文明祭扫,用鲜花替代纸钱,菊花的需求量就特别大。不光是清明当天,假期前两天就已经迎来销售高峰,很多市民提前买花去祭扫,店里几乎整天都在包菊花,根本忙不过来。”南京市秦淮区一家花店店主唐女士一边整理菊花花束,一边向记者介绍。清明期间,祭扫用花以白

菊、黄菊为主,菊花束售价在15-30元之间,搭配好的花篮在50-100元不等,能满足不同顾客的需求。正在花店选购祭扫花束的市民虞先生告诉记者,每年清明他都会来花店买菊花祭拜先人。“用鲜花祭扫既能表达对先人的思念,也符合现在的绿色祭扫理念,一束菊花就够了,简单又庄重。”记者看到,短短十分钟内,就有数位市民进店选购菊花,不少人一次性买上好几束,准备和家人一同前往祭扫。

假日期间,除了祭扫鲜花外,用作观赏的应季鲜花盆栽也迎来了销售高峰。作为南京老牌市场,夫子庙花鸟鱼虫市场是市民选购应季盆景的首选地。4月5日,记者来到夫子庙花鸟鱼虫市场,发现市场内人头攒动,满眼皆是春日盛景。10元一盆的香雪兰、小雏菊,15元一盆的栀子花、绣球花等盆栽成排摆放在店铺外侧,花苞饱满、香气四溢;多肉、绿萝、文竹等小型绿植造型精巧,深受年轻人喜爱。每个摊位前都围满了选购的市民,商户们忙着打包、搬运、介绍商品,现场热闹非凡。

“清明假期主打春花盆景,销量比平时翻了两倍多!”经营花卉摊位的十余年的商户李师傅告诉记者,今年气温回暖早,各类春季盆栽提前上市,小雏菊、康乃馨、栀子花这类好养活、观



任敏摄

赏性高的时令盆栽最受欢迎。带着家人前来选购的市民徐女士,精心挑选了一盆康乃馨和一盆绣球花,她笑着说:“清明放假来逛花鸟市场,正好买几盆春花摆在家里,感受一下春天的气息。”记者在市场内看到,年轻消费群体逐渐成为花卉消费的主力军,不少大学生、年轻白领结伴而来,偏爱小众鲜花和迷你盆栽,拍照打卡后再精心选购。很多市民一次性选购了多盆花卉,或是送给亲友,或是装点办公、居家场所,带动花卉销量持续走俏。