



没有迪士尼的梦幻城堡，也没有环球影城的特效魔法，扎根本土文脉、展现东方美学、呈现潮玩新叙事等的中式主题乐园悄然崛起，成为文旅市场的一匹黑马。

依托实景演绎、NPC(非玩家角色)互动、长线剧情等玩法，新建园区与老牌景区双双实现业绩突破，有老景区三年营收大涨15倍。

在市场、政策双重红利之下，中式乐园站上发展的风口。如何让快乐变现，孵化出属于中国的顶级文旅IP，成为整个行业亟待破解的核心命题。

中式乐园崛起正当时

初夏，中原田野上麦浪翻涌，在麦田深处，328米的夯土城墙连绵屹立——眼前便是“只有河南·戏剧幻城”(下称“只有河南”)，一座悄然崛起的“戏剧聚落群”。开城近五年，这座“城”以沉静而深厚的文化力量，吸引着八方来客。

“只有河南”的运营方建业文旅数据显示，自2021年6月开城以来，截至2025年底，累计观剧人次突破5800万，其中80%来自河南省外，85%为18至35岁的年轻人。

作为传统意义上的小众艺术形式——戏剧，为何能成为大众文旅的核心产品？

“‘只有河南’是文旅产业的‘新物种’。”建业文旅品牌部负责人刘凯鹏表示，该项目在筹备阶段，没有选择建设游乐场、不追求感官刺激，而是用21个剧场、近800分钟不重复的演出，构建了一座巨大的文化场域。

放眼全国，这样根植地方特色、以文化IP重塑体验的中式乐园正在多点开花。

中式主题乐园火出圈

“沉浸体验+情绪消费”重塑文旅格局

在河南开封，清明上河园将《清明上河图》变为可步入的宋代街巷、茶楼、瓦舍，让游客尽享画中游；在山东济宁，水泊梁山新增忠义堂祭拜、骑马射箭等体验项目，让游客过一把“好汉”瘾；在陕西西安，大唐不夜城里“李白”提酒对诗，鱼灯舞彻夜不停；在北京，泡泡玛特城市乐园让LABUBU有了自己的房间和餐桌，游客不只是购买产品，更是走进一个可触摸的潮玩世界……

一座座“中式乐园”虽形态各异、调性不同，却共同传递了一个新信号——中国文旅行业正在退去粗放扩张，转向文化IP与情感叙事叠加科技呈现的高度融合。

“沉浸感”成为新流量密码

全球主题娱乐协会(TEA)去年10月发布的《2024年TEA全球体验指数》报告显示，全球前十大主题公园运营商的客流量已接近5.5亿人次。其中，中国是主要增长来源——亚太地区访客量排名前10的主题公园中，有一半都来自中国。

庞大的市场背后，是新需求与新供给的共振。“以自我为中心、追求体验掌控力的需求，是当下消费端最突出的特征。”中国旅游研究院国际研究所所长杨劲松表示，当前游客最核心的转变是从单纯的观光消费转向为情绪价值买单，悦己经济成为主流消费逻辑。游客不再将文旅体验视为简单的“打卡行程”，而是把沉浸式体验当作独一无二、个人专属“时间切片”，在其中获得深度参与感、实现个人精神梦想，并获取自身珍视的文化与情感价值。

银行扎堆掘金“小储户”生态

年期存款产品1.30%的利率高出45个基点。

多款少儿专属存款产品的利率超过了大额存单。例如，温州洞头农商银行少儿专属存款设置了多档利率：1000元起存一年期利率1.5%、两年期利率1.7%、1万元起存三年期利率可达1.9%。该行普通三年期定存1万元起存利率仅1.45%，对比来看，少儿专属产品相比同门槛的普通定存利率上浮幅度达到45个基点。绍兴恒信农商银行三年期少儿专享存款1000元起存利率1.76%、1万元起存利率1.86%，也高于其普通三年期定存1万元起存1.65%的利率水平。

在产品创新层面，部分银行跳出单纯的利率比拼，打出“情感牌”增强差异化。浙江海宁农商银行推出两款别具巧思的特色存单产品：一款名为“211学业存单”，存入本金20120元，三年期利率为1.735%，到期后本息合计恰好为21167元，谐音寓意“211录取”；另一款名为“顺遂成长存单”的三年期产品，存入本金63200元，利率定为1.8282%，到期后本息合计刚好为66666元。

实际上，各家银行都在加码布局财商场景营销，依托线下密集的网点资源，纷纷开展

中式乐园的出现，恰好承接住了当前这一轮需求变化。可供观察的典型示例，除了已率先完成范式转换的“只有河南”等新建项目，还有那些在新模式下焕发生机的老景区。20年前，开封万岁山武侠城还只是开封本地人眼中“存在感很低的偏远公园”；如今，它通过上千名NPC互动、银票任务体系、沉浸式武侠剧情，把抽象的“武侠IP”变成了可进入、可扮演、可复刷的在场体验。数据显示，其综合营收从2022年的8000多万元跃升至2025年的12.7亿元，3年实现15倍增长，其中餐饮、文创等二次消费收入达4.8亿元，占比近四成，逐渐摆脱了门票依赖。

这种“情绪赋能”的模式正在快速复制。山东水泊梁山风景区引入万岁山运营模式后，演员队伍从30人扩充至100余人，日均演出场次从20场提升至100余场。游客游览时间大幅拉长，二次消费场景也随之全面延展。2026年“五一”假期，梁山景区预计游客量突破10万人次，迎来历史性出圈时刻。

从“硬件军备竞赛”的上半场，到情绪价值变现的下半场，中国主题乐园的行业格局正在经历剧烈变革。杨劲松认为，这场变革的影响早已超越单个景区的范畴，它正在重构文旅产业的价值链条，带动从内容创作、演艺制作到IP衍生、周边服务的全产业链升级。

“靠内容和运营吃饭的大门刚打开”

怎么延伸中式主题乐园的可持续性？具体量化指标包括“复游率”和非门票收入占比等。刘凯鹏表示，“只有河南”虽然是戏剧聚落群，不是传统意义上的中式主题乐园，但今年“五一”假期的运营数据显示，“两日游、深度游、多次入园”客群占比有明显提升，观众在园区停留的时间也越来越长。这得益于文化体验全面融入剧作内容更新、餐饮、非遗文创等各业态中。

以文创产品为例，刘凯鹏指出，60%的产品都融入了非遗元素，而且还在深挖本地文化

“小小银行家”职业体验、零花钱规划闯关、亲子财商课堂等各类活动。比如，泰顺农商银行打造沉浸式的财商闯关活动，设置了钱币探险、财智答题、货币拼凑三大游戏环节。部分活动期间办理儿童存折还可获赠文具礼品或电影票等配套权益。

在行业经营压力下显现的背景下，银行集中布局少儿金融背后有着清晰的商业逻辑。苏商银行特约研究员薛洪言分析，当前银行业普遍面临净息差承压、零售业务同质化严重的困境，依托全生命周期精细化运营提质增效成为行业共识。银行将获客端口前移至儿童群体，以少儿储蓄账户为切入点，既能吸纳压降这类长期稳定的低成本资金优化负债结构，还能触达家长客群深度挖掘理财、保险、教育金等多元金融需求，提前锁定新生代客户。

苏商银行高级研究员杜娟将银行重视儿童账户的原因归纳为三点：一是儿童账户天然与父母账户绑定，可带动全家资产、负债与财富管理业务，放大客户价值；二是当前儿童财商教育愈发受到社会重视，压岁钱打理、零花钱理财这类需求客观存在，但面向儿童的金融产品服务市场供给相对稀缺，银行希望

化，如推出与剧目内容深度联动的限定款文创产品；丰富非遗体验项目，让观众不仅能购买非遗产品，还能够亲手参与制作过程等。“目前项目的整体重游率是常规主题公园的5倍。”刘凯鹏称。

清明上河园董事长王爽此前也提到，要通过“二销”增加收入。

深厚的文化底蕴为中国发展沉浸式文旅产业提供了“软实力”，而全产业链制造优势则让这些天马行空的创意，能以极具竞争力的成本实现技术装备与体验创新的落地。

明和集团总经理刘媛表示，乐园的走红也带动了工程集成、创意设计、内容制作、数字技术、舞美艺术等上下游协同升级。一个顶级沉浸式项目，能带动几十家、上百家企业共同成长，形成从设计到设备，再到集成、施工、运维的完整产业链。

“未来3至5年，中国沉浸式文旅将完成从‘技术驱动’到‘内容+运营’双驱动的切换。”刘媛认为，中国的硬件层已不输全球，真正的分水岭在三个地方：谁能把AI变成内容生产力、谁能把IP变成可持续生意、谁能把中国故事用世界级技术讲给全世界听。对行业从业者来说，靠内容和运营吃饭的大门刚打开。

今年1月，陕西旅游在上交所主板正式上市交易，是近5年来A股首家文旅类上市企业。当前，一批拟上市企业处在上市辅导期内，这些企业中不乏经营沉浸式文旅项目的企业。如手握“熊出没”IP的华强方特，运营河南老牌文化主题公园清明上河园的清园股份等。

杨劲松指出，IP打造与沉浸式体验创新具有高风险特征，成功案例背后是大量失败尝试。政策应建立容错机制，解决创新主体后顾之忧之，鼓励企业加大研发与创新投入；在间接融资方面，还要推动版权、专利、商标、品牌等无形资产成为文旅企业融资的有效质押物，侧重解决中小微文旅企业融资难题，构建更多元、更轻量化的金融支持体系。

秦燕玲 郭博昊 韩忠楠

存储芯片产业“超级周期”能走多远

近期,韩国三星电子、美国美光科技公司和韩国SK海力士三家全球领先的内存芯片制造商相继迈过万亿美元市值门槛。业内人士认为,这一现象表明人工智能(AI)热潮从算力芯片向存储芯片扩展,数据存储作为AI系统的基础资源,正成为AI时代的重要支柱产业,但存储芯片产业这轮“超级周期”能走多远,也受到多种因素制约。

过去几年,AI硬件投资焦点主要集中在英伟达、超威半导体公司(AMD)等算力芯片企业,但如果缺少高端存储芯片支持,AI算力难以充分释放。由于AI相关高端存储需求激增,供应短缺,存储芯片价格不断上涨,资本市场反应强烈。

本轮存储芯片企业股价飙升的核心原因是高带宽内存(HBM)需求激增。SK海力士、三星和美光是HBM主要制造商,其产品成为支持数据中心扩张的关键因素。

存储芯片过去长期被视为强周期产品,价格随库存与需求周期大幅波动。此轮上涨来自AI基础设施建设带来的长期结构性需求,市场不再只把当前行情看做普通周期反弹,而是认为存储行业有望进入比以往更长的结构性

高景气阶段。

市场研究机构集邦咨询指出,2026年第一季度,持续增长的AI和数据中心需求进一步加剧全球内存供需失衡,并增强供应商定价能力。

AI领域的大客户为确保供应,普遍提前锁定产能。长期供货协议使头部存储企业拥有更稳定的收入预期,也减轻了资本市场对存储股未来持续增长的疑虑。

不过,AI需求带来的结构性变化并不意味着存储芯片行业已彻底摆脱周期波动。

存储芯片行业常常经历短缺、涨价、扩产、过剩、降价的循环。当前AI需求延长并强化了行业上行周期,企业在高利润刺激下大规模扩产,但一旦未来需求增速放缓,难免重新出现供过于求。

虽然美光、SK海力士和三星股价近期涨幅巨大,但美国投资管理公司范达公司负责人认为,内存股已呈现“泡沫化”特征,公司正在降低相关持仓比例。此外,存储芯片企业还容易受出口管制、关税、产业政策、投资审查和供应链变化的影响。这些因素都将影响存储芯片产业这轮“超级周期”能走多远。

吴晓凌

融资竞速 大模型“双雄”再聚A股

5月31日,MiniMax在港交所发布公告,已聘请专业顾问就公司符合在科创板上市的条件提供咨询,并已签订辅导协议。MiniMax与中信证券股份有限公司签署的A股辅导协议也已在中国证监会官网公示;此前,智谱已增聘国泰海通、中金公司为其A股上市护航。这距离两家公司在2026年1月港股上市不到半年。

追赶者的脚步声更加清晰。Kimi即将完成20亿美元新融资,阶跃星辰25亿美元Pre-IPO融资即将落地的传闻沸沸扬扬,DeepSeek开放融资的消息则震动投资圈。

前期的融资、烧钱、亏损循环尚未结束,新一轮的资本加注已迫不及待,竞赛已升级为上市冲刺。

MiniMax“回A”,智谱先行

“在香港联交所成功上市后,本公司持续评估资本市场,包括对在科创板上市进行评估。截至本公告日期,本公司已聘请专业顾问就本公司符合在科创板上市的条件提供咨询,并已签订辅导协议。”5月31日,MiniMax在最新公告中表示。

《关于MiniMax Group Inc.首次公开发行股票并在上市辅导案报告》在这之前就出现在中国证监会官网。根据报告,5月29日,MiniMax已和中信证券签署上市辅导协议。2026年1月9日,MiniMax在港交所上市,这是不到半年内这家大模型公司第二次重大资本决策。

从港股到A股,MiniMax“回A”的速度不及智谱。

4月中旬,国泰海通证券股份有限公司和中国国际金融股份有限公司向证监会公布智谱上市辅导工作进展情况。根据公告,智谱A股上市辅导工作已经完成第四期。下一阶段,辅导机构拟继续委派辅导工作小组成员执行后续辅导工作。

值得一提的是两家公司的上市路径。智谱先备案A股,再转港股,港股上市后又回头继续推进A股;MiniMax则先港股上市,再掉头回A股。无论路径如何,现阶段目标一致:A+H双平台。

2026年1月8日,智谱率先在港交所挂牌,拿下“全球大模型第一股”称号;次日,MiniMax登陆香港资本市场,刷新从成立到IPO历时最短的AI公司纪录。

从1月至今,智谱股价从上市当天的120港元上涨了十几倍,截至5月29日收盘,智谱股价1595港元,其间盘中一度触及1993港元,按收盘价计算总市值1711亿港元。MiniMax上市当天开盘价235.4港元,盘中最高触及1330港元后回落,截至5月29日收盘,股价840港元,总市值2635亿港元。

营收翻倍但亏损扩大

股价是外部评价,财务数据是两家公司交出的答卷。

2025年,智谱营收7.24亿元,同比增长132%,Maas(模型即服务)API平台实现ARR(会计收益率)17亿元(约2.5亿美元),同比提升60倍。MiniMax营收7903.8万美元,同比增长158.9%,超过70%收入

从“房东”转身成为创新创业项目“合伙人”

金鹰能否借孵化新生态，重拾商业话语权？

5月30日,金鹰OPC战略发布会在南京金鹰世界举行,宣告企业从传统商业空间的“房东”,正式转身为创新创业项目的“合伙人”,金鹰国际集团董事长王恒亲临站台。

这场雄心勃勃的战略首肯背后,金鹰正面临市接连闭店、销售规模被“后起之秀”反超的内外压力。从“收租”到“投资”,金鹰能否借孵化新生态,重拾商业话语权?

金鹰从“收租”走向“投资”

OPC,即“一人公司”(One Person Company),是AI时代下的创新创业形态,即不依赖大团队与重资产,凭借AI工具、商业场景与平台赋能,一人即可创业、一人即可成事、一人即可成就品牌。

金鹰在官方表述中给出了这样一个判断:“本次活动是金鹰国际集团2026年度核心战略首肯,标志着金鹰从传统商业空间运营商,向创新创业孵化平台、城市生活综合服务商的跨越式升级。”这句话被业内人士解读为可落地的路径。

以发布会上落地的全国商业领域首个“OPC+入股权”创新模式为例,金鹰打破商业地产业行传统的固定租金、业绩分成合作模式,将依托500万平方米自持商业体量及超万家品牌产业资源,跳出场地“房东”的身份,通过资源赋能、运营扶持、股权加持等方式,

金鹰超市两年关停百家门店

要理解金鹰为何在这个时间节点上推出OPC战略,还得从该集团30余年的发展轨迹和近年来实体商业的困局说起。

1992年,王恒带着3000万美元进入南京商业地产领域,创办了金鹰国际集团,这也是南京市批准的第一家外资企业。四年后,新街口的金鹰国际商场开门迎客,迅速奠定了金鹰集团在南京乃至全国零售业标杆的地位。

此后,金鹰一路扩张到南京、苏州、上海、西安、长春等20余座城市。如今,集团累计开发面积达1500万平方米,待开发面积达600万平方米,持续经营面积达500万平方米,引入全球品牌资源10000+,头项“中国服务业500强”“中国最大500家企业集团”等光环。

但光环之下,危机暗涌。电商冲击、同质化内卷,整个实体零售业都在经历前所未有的冲击,金鹰也未能独善其身。一个更现

南京市溧水区东屏街道：“四维发力”锻造高素质干部队伍

评、群众评议“三位一体”选拔机制,严把政治关、能力关、口碑关,2025年,分两批次选拔任用中层干部,持续优化队伍结构,真正把想干事、能干事、干成事的第一选出来、用起来。充分发挥驻村干部“书记”的纽带作用,助力基层发展、破解民生难题,为干部队伍注入源头活水。

精心“育”才,靶向赋能强本领。东屏街道聚焦干部能力短板与发展需求,推行“精准滴灌”培育模式。搭建理论学习与实践锻炼双平台,常态化开展党的创新理论学习、乡村振兴专题研讨,组织赴先进地区对标学习;深入实施“导师帮带”行动,由经验丰富的老干部与年轻干部结对指导,面对面传经验、

手把手教方法。围绕中心工作设立乡村振兴、项目攻坚等一线锻炼岗位,让干部在急难险重任务中经风雨、见世面、壮筋骨,全面提升解决实际问题的能力。建立“问题清单—整改台账—成效评估”工作闭环,推动作风建设抓在日常、严在经常,营造风清气正、干事创业的良好政治生态。

精明“用”才,人岗相适促担当。

东屏街道坚守人岗相适、人事相宜原则,科学配置干部资源,根据专业特长、能力素质、工作经历合理安排岗位,有序推进中层干部轮岗交流。出台村(社区)志愿者及后备干部管理规范,健全选聘、培养、管理全流程机制;选派40岁以下优秀后备人员下沉村社历练,拓宽基层用人渠道。大胆起用年轻干部到项目建设、招商引资等关键岗位挑大梁、当主角,为干部成长搭建广阔舞台。

如今,东屏街道干部队伍精神面貌焕然一新,干事创业热情持续高涨,正以昂扬姿态、务实作风,在推动街道高质量发展新征程上勇毅前行、争创佳绩。

唐瑶 宋天娇

南京市雨花台区道路养护单位全力护航高考中考

随着高考、中考的临近,为了给广大考生营造一份安静、舒适的备考和应考环境,南京市雨花台区道路养护单位南京宇振市政工程有限公司积极响应,自6月1日起全面启动“静音模式”作业,以实际行动助力学子圆梦。

南京宇振市政工程有限公司科学调整作业计划,所有临近考点、居民区及重点路段的养护施工将严格避开夜间及考试时段,白天易产生较大噪声的铣刨、破碎等作业一律暂停,改用低噪声设备或人工方式进行精细化维修,最大程度减少对考生的干扰。

道路养护施工队负责人表示,将加强巡查与应急响应,确保快速处置道路突发状况,为考生铺就一条安全、畅通、宁静的“绿色通道”。

孙强



在“六一”国际儿童节到来之际,南京市建邺区小石横幼儿园开展“民族歌舞亮 六一喜气扬”主题活动。现场机器人与小朋友一起表演民族服装秀、歌舞等,让孩子们在活动中拓展眼界、增长见识。

赵玲燕 摄