全国百强报刊　江苏十强报刊

主管主办：新华报业传媒集团

江苏经济报

江苏经济网　江苏经济报官方微信

A　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6月22日　丙午年五月初八　总第10380期

端午假期烟火升腾

编者按：

粽叶飘香过端午，烟火升腾启盛夏。端午假期，传统文化与多元消费深度交融，绘就了江苏活力满满的夏日消费图景。

今年端午，多重消费场景同步升温：多家商场推出端午主题套餐、国风好物，线下客流持续走高；全省文旅市场热度不减，龙舟竞渡、水乡微度假吸引各地游客；品“五红”、制香囊等民俗活动遍地开花，沉浸式体验激发消费新活力。本期报道聚焦端午假期餐饮购物、文旅出行、民俗体验等多元消费场景，定格市场火热态势，解读夏日经济活力密码，展现全省消费市场稳中向好、暖意充盈的生动图景。

端午市场火热　奏响夏日消费大戏序曲

□江苏经济报记者 **周凯航**

夏季是促消费、扩内需的重要节点。端午假期前，江苏正式启动“‘夏’一站，‘趣’江苏”主题促消费系列活动，围绕购物、旅游、研学三大板块，叠加海量补贴、优惠活动、特色体验，覆盖全省各地，不管是本地市民还是外来游客，都能在江苏“一站式”解锁夏日精彩。政策红利持续释放，这个端午假期，江苏消费市场活力迸发，各地纷纷端出精彩纷呈的端午活动“大餐”，在传统佳节浓厚氛围中掀起夏日消费热潮。

“抽签陪跑了好几次，这次终于幸运中签，说什么也要好好感受一下‘苏超’的氛围，再顺带游览一下南京！”6月20日下午，在南京奥体中心体育场外场，从无锡赶来的球迷房女士兴奋地对记者说。端午期间，2026江苏省城市足球联赛（以下简称“苏超”）在南京、常州、扬州、苏州四地火热开赛。各赛事主场城市持续放大赛事经济、票根经济，将观赛流量有效转化为文旅消费流量，为假日经济注入新动能。常州多家景区推出球迷专属“大礼包”，游客凭当周赛事票根可免费兑换一张淹城春秋乐园门票，天目湖山水园、南山竹海针对盐城新老市民推出大门票买一送一福利；扬州推出2026扬州早茶文化周，联动市内外近200家早茶门店，串联端午假期及“苏超”主场赛事，打造沉浸式消费体验……记者了解到，为深挖“苏超”赛事经济，今年，江苏各地纷纷联动景区、餐饮、住宿推出专属优惠，打造“跟着苏超游江苏”特色品牌。结合端午民俗和暑假特点，全省持续开展“苏·超级夜”系列活动，特色市集、夜游节、啤酒节火热开启，各大商圈、街区延长营业时间，文博场馆、热门景区延时开放，演唱会、音乐节密集上演，逛夜市、品美食、看演出、赏文创，沉浸式玩转江苏夏夜。

随着高考、中考的陆续结束，端午数码市场也掀起消费热潮。6月18日，省商务厅发布通告启动“苏新消费·品质数码”专项促消费活动，发放数码专项补贴，定向惠及高端手机消费。根据活动安排，消费者在省内活动商户选购单件成交价6000元及以上的手机，按照商品最终售价的10%给予消费补贴，单台手机补贴封顶1000元。电商平台同步开启“苏品苏货·金榜题名升学季”主题活动。其中，即日起到9月，上京东平台搜索栏里输入“苏品苏货”，即可参加活动，覆盖3C数码全品类，多重补贴叠加以旧换新低至5折，教育优惠最高立省2000元起；应届高考生、大学生在淘宝天猫搜索栏里输入“苏品苏货”，完成资格认证后，购买手机电脑等数码产品立减2000元，再叠加国补最高减3500元，另外买6000元以上手机，可享受10%补贴。

端午市场的火热奏响的只是江苏夏日消费这场大戏的序曲。记者获悉，这个夏天，江苏还将不断放大消费福利，在汽车、家电、餐饮、零售等多领域让利，真金白银送实惠。其中，全省将持续加码汽车促消费活动，各地对购车市民实施最高6000元的分档补贴，选购新能源汽车还能额外再增加1000元补贴。在家电方面，全省将投入超35亿元开展家电（3C）以旧换新及地方补贴。全省还将投入超4亿元升级有奖发票活动，联动汽车、家电、智能产品等大宗消费，开启即时开奖模式，提高中奖频次与中奖概率，市民日常消费也能收获意外惊喜。此外，第二届“我是厨神”、江苏“超”有味等餐饮活动轮番上演，“百县千味”美食品牌全面推广，数字美食地图上线，端午特色套餐、烧烤大会、烟火小店活动接连亮相。即时零售、直播电商、机器人零售等新业态也全面发力，打造端午礼赠、毕业聚餐、出游补给等多元消费场景，全方位激发夏日消费活力。

品“五红”赏非遗　端午民俗激发假日消费活力

□江苏经济报记者 **沈玉青**

“帮我称3斤龙虾，要个头大的”“我要5斤，有没有冰块和保温袋”……6月19日上午，在南京市秦淮区的秦虹农贸市场海鲜档口前，大批周边居民正在排队抢购新鲜的小龙虾。

端午历来有吃“五红”的传统，桌上摆出五种红色菜肴，象征着驱邪避疫、祛暑纳福，这一民俗带动了不少红色食材的热销。记者看到，在秦虹农贸市场内，除了小龙虾，苋菜也大受欢迎，买一两斤苋菜再挑些大蒜，几乎成了标配；而在农贸市场不远处的一家鸭子店门前，许多顾客在购买色泽红润的烤鸭，为当天的聚餐再添上一抹“红”。“买了红苋菜、咸鸭蛋、小龙虾，又做了红烧肉，还差一个菜，就想到了我们南京人最爱吃的鸭子。”前来买烤鸭的李女士说。

在端午传统佳节，民俗无疑是激发消费市场活力的重要引擎。6月20日下午的南京熙南里街区，端午节主题活动吸引了不少游客前来打卡、购物。景区入口，孩子们拉着龙舟气球来回奔跑；“非遗宋锦”摊位前，摊主正拿着手电把光打在葫芦形状的宋锦饰品上，向顾客展示熠熠生辉的金线；几名女生聚集在“非遗缠花”摊位前，试戴着花、竹等各类形象的发簪；在“非遗扇面书画”摊位，书法师陶立明伏案提笔，在书签上为顾客挥毫书写“逢考必过”“金榜题名”等吉祥寄语，不少游客排队等候求取专属祝福……

在南京银杏里文化艺术街区内，2026“非遗生活荟”请来80多位非遗代表性传承人，共同打造了一场文化盛宴。记者在现场看到，市集上既有淮安茶馓、常州虾饼等种类繁多的非遗美食，也有徐州香包、苏州核雕等传统文创，还有许多融合了潮流与传统的创新产品，如徐州面塑展位展出的防水面塑系列，让面塑突破摆件属性，具备更多的日常实用性，内容既有传统精致的金陵十二钗系列，也有Q版可爱的冰箱贴、“苏超”系列；随着夜幕降临，气势恢宏的高淳板龙、铿锵响亮的六合留左大鼓、光影璀璨的太仓滚灯等民俗演出穿梭街区，锣鼓声声、光影流转，吸引了不少市民、游客驻足观赏、拍照打卡。

在文化与民俗的魅力加持下，梅雨也浇不灭市民游客的出游兴致。端午期间，“文博之夏”系列活动在南京市博物馆（朝天宫）举办，一堆国宝来南京“出差”。端午首日，雨中的朝天宫就迎来了观展小高峰。南京博物院的金蝉玉叶、扬州中国大运河博物馆的紫檀掐丝珐琅宝相花纹盖盒、南京市博物总馆的明代嵌宝石双龙首金镯、连云港市博物馆的隋唐镇墓兽、淮安市博物馆的战国青铜龙首鼎……据悉，此次展览集齐了江苏13个设区市15家博物馆的“顶流”国宝。展厅内，全世界现存最大规格的阿育王塔——鎏金七宝阿育王塔吸引一批批观众驻足端详。

记者了解到，这个端午，不少博物馆还推出民俗体验和研学内容，如南京市江宁区博物馆推出的沉浸式传统民俗体验，包含仿古礼、嬉民俗、制艾束、观甲骨，其中特展“刻骨铭心——甲骨文化展”，让孩子们跟随讲解品读殷商文字，溯源端午驱毒祈福的古老起源，在三千年前的刻辞里，感受中华大地生生不息的文字底蕴与厚重历史。非遗手作、沉浸式文旅……当前，江苏正把端午民俗转化为可体验、可消费、可传播的特色供给，以传统民俗持续点燃假日经济增长活力。

夏日消费“粽”情绽放

读懂端午消费的“新烟火主义”

○**蔡　逸**

这个被雨水浸润的端午，一种被称为“新烟火主义”的消费美学正在悄然生长。人们不再蜂拥至标志性景点打卡，而是撑一把伞走进老街的粽叶市集，或全家在商场中庭体验一回龙舟模型拼装。

何为“新烟火主义”？它不是粗放喧闹的“人挤人”，也非脱离日常的奢华，而是一种精致的、沉浸式的在地生活体验。其核心在于：消费者不再甘心做举着镜头的旁观者，而渴望成为“故事”里的一员。

这种趋势，给假日经济提出了更细腻的考题——一束搭配菖蒲与黄金球的艾草花束，一只在非遗市集亲手捆扎的粽子，为何比豪华礼盒更打动人？正因其提供了参与感，在仪式中重建了人与节日的精神纽带。这给市场的信号很清晰：千篇一律的小商品和缺乏根基的速成业态，需要加快向深挖在地文化转型，把文化基因转化为可体验、可带走的“故事”。

更值得关注的是，这股“烟火气”还巧妙地打开了“身边的发现之旅”。受天气影响，人们把脚步从远方收回到近处，反而更专注地钻进了本地的“毛细血管”。以南京为例，部分市民消费向室内文化体验倾斜，餐饮消费则通过外卖延续了时令河鲜的尝鲜需求。当远方的“风景”暂不可及时，本地的“生活”便成了最美的风景。

一个节日的消费成色，不该仅由数字来定义。当越来越多的人愿意为一把艾草的清香买单，为一次手作的温度驻留，这背后闪烁的，正是文化自信的回暖与消费品质的升级。端午的雨终会停歇，而这股充满人情味的新烟火，值得被悉心守护，让它长燃不熄。

焕新玩法　复合型亲水度假成休闲新选择

□江苏经济报记者 **洪姝翌**

暑气渐浓，玩水成为这个时节最“降燥”的清凉标配。端午假期，尽管省内一些地方偶有雨水造访，却丝毫未能浇灭人们逐水嬉戏的热情。龙舟、漂流、溯溪等持续出圈，主打沉浸式纳凉、全龄互动玩乐、多元场景融合的复合型亲水度假广受游客追捧，为即将到来的暑期传统旺季积蓄了动能。

作为传承千年的传统节庆，以“千帆竞发、百舸争流”场面著称的龙舟竞赛，一直是端午假期当之无愧的“C位”，也是领跑假期亲水活动的主力。从“围观”到“上船”，从“竞技”到“体验”，如今，龙舟不再是遥不可及的水上竞技，而成了人人可触的民俗课堂。在南京玄武湖景区，水上运动项目人气爆棚，全民龙舟体验活动格外受宠，不少亲子家庭、年轻游客纷纷组队登船，在碧波荡漾的湖面上沉浸式感受一把“划手”的豪情。新手们在教练的悉心指导下，逐渐掌握桨姿势及发力技巧，水面上呐喊声此起彼伏。玄武湖景区赛艇俱乐部工作人员告诉记者，端午期间，每天都有几十组家庭前来预约体验。为了让参与者在玩的过程中既安心又尽兴，在下水前和水上操作时都会有专门的教练进行培训，划龙舟的过程中也会有安全船陪同。

如果说龙舟代表了亲水度假的“传统基因”，那么溯溪与漂流则是近年来备受青睐的“新潮力量”。在常州，茅山森林世界凭借其独特的丛林漂流和溯溪体验，成为假期里游客们争相打卡的亲水目的地。丛林漂流河道被原始森林覆盖，树荫覆盖率超过80%，全程不用担心暴晒。沿途还设有水帘洞隧道和恐龙主题喷水装置，多处温和小落差设计刺激却不惊险，1米以上儿童即可参与。今年景区全新升级游玩权益，至6月30日，漂流可支持当日无限次畅玩；自6月13日起，景区专门开放宠物漂流项目，解锁独特伴游体验；6月19日，“星河落日漂”夜间漂流模式也正式开启。漂流结束，游客还能领取趣味“躺平大师”纪念证书，仪式感十足。

距离景区漂流终点不远处的丛林溯溪区域同样热闹非凡。今年这里的河道面积扩容翻倍，浅滩溪流清澈见底，水上秋千、冲浪板等一应俱全，游客或是赤脚踩水，或是泼水嬉闹，或是纳凉放空，尽享悠闲时光。来自上海的年轻游客周琳和闺蜜结伴而来，脚泡在清透山泉里直呼“惬意”。“往年只知道去水上乐园人挤人，今年刷到山野漂流、溯溪直接种草。我们提前一周就预约了住宿游玩套票，连住两晚深度体验。”

放眼全省，多元化亲水新玩法遍地开花。南京汤山矿坑公园推出“矿野溯溪泼水派对”活动，游客可在山野溪流中尽情“撒欢”；南京龙乡双范景区正式推出“放粽山野·乐享端午奇妙游”之龙乡双范溯溪狂欢游活动，亲水嬉戏、泡泡秀轮番上演，入夜还有露营、民谣与露天电影；苏州乐园水世界以“音乐+社交+游乐”多元融合的创新业态，构建白天休闲度假、夜间潮玩蹦迪的全时段游玩体系……业内人士分析，今年端午亲水游的火热，既得益于各大景区在产品创新上的持续发力，也折射出消费升级背景下，游客对沉浸式、互动式、全龄化亲水度假方式的旺盛需求。随着暑期传统旺季的临近，这股“亲水热”有望持续升温，为江苏夏日文旅市场注入源源不断的清凉活力。

游客在连云港市赣榆区琴岛天籁景区乘坐游船。**司　伟** 摄

人潮涌动　商圈消费热力全开

□江苏经济报记者 **张韩虹**

端午仲夏，金陵升温。与往年端午平稳的市场氛围不同，今年南京各大商场迎来消费热潮，彻底开启“人从众”的假日模式。新街口、仙林、百家湖、桥北等全城核心商圈商场全面走红，客流节节攀升、业态全面热销、活动精彩纷呈，高涨的人气、火热的交易场景，让各大商场烟火气与消费力双向迸发，成为端午假日城市经济最鲜活的注脚。

端午假期，南京各大商场一改平日的从容节奏，从早到晚客流不断、热度不减。上午十点起，新街口各大购物中心入口处便陆续迎来客流高峰，往来的市民游客络绎不绝，商场中庭、主次通道、扶梯口随处可见往来穿梭的人群，热闹景象扑面而来。不同于平日以通勤、休闲散客为主的客流结构，端午假期的商场汇聚了亲子家庭、结伴青年、出游游客等多元群体，步履从容、人气鼎盛，彻底盘活了假日商业氛围。不少商场停车场早早满位，入口安检、导购问询处客流不断。“今年端午商场明显比往年热闹，一早过来就已经人挤人了，带着孩子逛逛、买买东西，节日氛围特别足。”带着孩子前来逛街的市民李女士感慨道，满满的烟火气，直观展现出今年端午商场消费的强劲势头。

在新街口商圈，不少商场的美妆专区客流不断，端午限定礼盒、防晒护肤套装、彩妆套盒备受青睐，成为市民节日送礼、自我犒劳的首选；服饰终端借力假日优惠活动，夏装上新、换季折扣叠加端午福利，吸引大批消费者进店选购，成交率大幅提升。“趁着端午商场有活动，囤几套护肤品，再给家人挑几件夏装，优惠力度很划算。”正在美妆柜台挑选礼盒的市民王先生说道。各大商场针对亲子家庭推出的童趣游乐、手工体验、儿童服饰特惠等活动，牢牢锁定家庭客群，亲子游乐区欢声笑语不断，人气持续高涨。与此同时，文创家居、运动户外、生活好物等业态消费稳步回暖，全品类热销态势凸显。

节日消费红利全面释放，带动商场全业态热销出圈，消费场景多点开花。作为假日消费主力，商场内餐饮业态持续领跑、热度爆棚，各大连锁餐饮、特色风味餐厅、网红轻食门店前排起长队，午晚用餐高峰一座难求，翻台率持续走高。“端午这两天客流量直接翻倍，午市基本全程满座，有时候顾客还要排队等半小时以上，茶饮、简餐、正餐订单都爆单了。”商场某连锁餐饮店长介绍。记者了解到，无论是家庭聚餐的正餐门店，还是年轻人偏爱的小吃茶饮，均迎来订单峰值，成为拉动商场客流与销售额的核心动力。

为抢抓端午假日消费契机，南京各大商场纷纷打造特色场景、推出专属活动，以沉浸式体验激发消费活力。除端午民俗外，各大商场顺势借力“苏超”赛事热潮，全域布局赛事第二现场，解锁“传统端午+热血赛事”的新潮消费玩法，成为假日商圈最大亮点。江宁金鹰、江宁万达、建邺吾悦、新百商厦等多家核心商场纷纷在户外广场、中庭大屏搭建专属观赛区域，实时直播“苏超”南京主场赛事，高清大屏、沉浸式观赛氛围吸引大批球迷市民驻足打卡。

夜幕降临后，各大商圈商场热度不降反升，观赛人群、逛街购物市民、聚餐休闲游客集中涌现，迎来又一波客流高峰。各大商场的“苏超”第二现场人气沸腾，赛事进球瞬间的欢呼呐喊此起彼伏，热血氛围裹挟着浓浓端午烟火气，彻底点燃商圈夜经济。记者发现，今年端午，南京各大商场均跳出单一购物模式，借助传统端午民俗体验沉淀文化底蕴，在“苏超”赛事第二现场引爆新潮流量，让端午假日消费真正实现了人气、商气、财气的全面丰收，为城市假日消费市场持续升温注入了新动能。

南京珠江路商圈1号大屏，直播南京主场对淮安的比赛，众多大朋友和小朋友观看。　**宋　宁** 摄

值班编委/叶小力　责任编辑/沈玉青　版面编辑/孙　敏　校对/章　立