



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8版 国内统一连续出版物号:CN 32-0016 代号:27-50 全国发行

星期四 2026年10月8日 丙午年八月廿八 总第10452期

长三角黄金周消费新图景

编者按:金秋十月,丹桂飘香。国庆黄金周,长三角消费热潮涌动。车辆川流不息,皖南秋日盛景吸引长三角游客到访,阳澄湖、固城湖大闸蟹端上餐桌,南京、上海、杭州文博场馆人气高涨,长三角居民“互游、互访、互消费”渐成常态。本报推出“长三角黄金周消费新图景”专题,从交通、文旅、餐饮、文化四个切口,观察长三角一体化下的消费脉动。这既是人间烟火的升腾,也是区域融合的回响——“各美其美、美美与共”。

秋色为媒,“串门”赏秋正当时

□江苏经济报记者 洪姝翌

10月6日,安徽省黄山市徽州区呈坎镇呈坎村,永兴湖晒秋广场上,金黄的玉米、火红的辣椒铺满竹匾,与白墙黛瓦的徽派民居相映成趣。游客们或是举着手机定格秋日光影,或是凑近竹匾细数秋

收万物,或是靠着百年老墙尽享悠闲时光。“从南京坐高铁过来两个小时左右就到,白天看晒秋、晚上追鱼灯,行程不紧不慢,玩得特别充实。”来自南京的游客郑韵文手机拍个不停,不一会儿就存了上百张照片。这个国庆假期,秋色成了长三角最动人的请柬,苏浙沪皖互为客源地与目的地,一场“串门”式赏秋热潮正奔涌不息。

秋意最浓处,藏在徽州的古村落里。假期里,呈坎打造规模化连片晒秋景观,以玉米、辣椒、南瓜、稻谷等原生态农作物为素材,将徽州人千百年来“秋收冬藏”的生活方式场景化呈现,铺展成一幅沉浸式体验秋日丰收的乡村画卷。

天色渐暗,“徽州满地娇·呈坎社戏·一夜鱼龙舞”准时上演,婉转社戏穿巷而来,鱼化龙灯巡游移步换景,打铁花溅起漫天星火,引得游人层层围拢,跟着队伍一路走一路看。不止于呈坎,据悉,今年徽州区围绕“不

夜徽州 等你来嗨”主题,精心打造了四大篇章20项特色文旅活动,串联秋日风光、非遗文化、乡村休闲、亲子研学等多元业态,全方位适配各类游客出游需求,全域各地火热开展晒秋打卡、砖雕拓印、鱼灯手作、草龙展演等特色体验活动。仅假期前两天,全区呈坎、西溪南、大灵山等重点景区累计接待游客9.5万人次,同比增长14.38%;首日过夜游客达0.86万人次,同比增长21.13%。“往年从南京江宁区开到徽州区4个小时就够,今年开了7个多小时。拥堵时放眼望去,几乎全是苏浙沪的车牌。”在南京工作的胡先生对家乡旅游市场的火热深有感触,假期里,他还频繁收到当地文旅局推送的景区饱和和预警与出游建议,“细致的服务能让跨省出游的人更安心”。

秋色为媒,因地制宜的“特色文章”助推着长三角地区人们的互动愈发频繁。在江苏,从“看丰收”到“体验丰收”,各大乡村景点纷纷推出农耕体验项目,备受游客青睐。在淮安洪泽区老子山镇渔山村,“品蟹晒秋”主题活动热度不减,游客既可以在晒秋场景里拍照打卡,体验拾秋嬉秋

的农家乐趣,也能在码头湖畔听民谣、品湖鲜,感受水乡独有秋趣。南京江宁云水涧景区推出“秋日奇遇记”农耕体验营,有挖红薯、割稻子、手工制糖、扎稻草人等项目,营造出可看、可玩、可品的沉浸式赏秋场景。

值得一提的是,江南人文与湖山资源叠加,也带动江苏全省过夜游市场走强。同程旅行平台数据显示,无锡市文旅消费热度位居长三角地区前列,全市热门景点预订热度实现了两位数增长。苏州、南京两地夜间文旅业态丰富多彩,园林夜游、古运河实景演绎、江南文旅市集人气高涨。不少游客采用多城串游模式,串联金陵古都、姑苏水乡,平均停留时长有所拉长,带动酒店民宿、特色餐饮、租车自驾等配套消费同步上涨。

在杭州,西溪湿地“火柿节”上,7000余株柿树挂满橙红硕果,游客乘着摇橹船穿行“火柿映波”;在温州,雁荡山层林初染、楠溪江碧水蜿蜒,“温州很美 并不遥远”登上热搜;在上海,环球港创意打造“城隅闲浪漫漫时光”秋日主题美陈,稻粒全部自江苏如皋运抵上海,通过“农业+商业”的跨界融合,探索出文旅深度融合的新路径。……长三角游客踩着秋风串门,循着秋光驻足,在连片的秋色里串起了区域文旅协同的生动脉路。



顾婷婷摄

□江苏经济报记者 沈玉青

国庆假期首日,南京南站内人流如织,行李箱滚轮声、检票播报声、旅客的说笑声此起彼伏。“我们提前十来天就买好了车票,带着孩子去黄山看看,假期就该出门走走。”旅客刘女士告诉记者。今年国庆假期,旅游流、探亲流、观赛流交织碰撞,长三角铁路、航空、城市公交等迎来滚滚人潮。繁忙流动的交通脉络里,满是烟火气息,直观映照出黄金周出行消费的蓬勃活力。

铁路作为跨省出行的主力军,客流持续处在高位。“今年10月1日,长三角铁路发送旅客442.7万人次,超过2025年10月1日单日发送旅客420.5万人次的国庆假期运输纪录,再创国庆假期运输单日客发量历史新高。”中国铁路上海局集团有限公司相关负责人表示。记者了解到,为提升旅客假期出行体验,长三角铁路部门开展了丰富多彩的活动。合肥南站以长征精神、红色记忆和家国情怀为主线,打造沉浸式出行体验,并设置“国庆趣驿站”,开展趣味问答、手工制作等互动活动;上海站开展“反礼物盒”亲子共读活动,现场发放手持小国旗、文创礼品;苏州站举办“翰墨颂华诞 百廿铺锦绣”书画展,书画家们向旅客赠送团扇、书签,车站派发手持小国旗;杭州客运段在列车上开展“高铁颂山河 同心贺华诞”国庆主题活动,通过舞蹈、转盘问答、快板表演等与旅客互动。

国庆期间,各大机场也充满了节日氛围感:南京机场上演中外同庆快闪,AI机器人挥毫送“福”,穿梭于旅客之中与大家互动;淮安机场“鸢娃”携手淮师一附小少儿管弦乐团奏响《我的祖国》,乐声悠扬,国旗飘扬,家国情怀在航站楼里流淌;扬州机场布置“致敬国之栋梁”主题展陈,讲述榜样故事,更有国风打卡、书签寄语、投壶等体验项目,让旅客们在国风里过国庆。10月5日,记者来到南京禄口国际机场,看到航站楼内人头攒动,值机柜台前排起长队,不少家庭推着婴儿车、拎着旅行包等候办理手续。“整个国庆假期集团机场预计保障客运航班起降7920架次,旅客吞吐量115.6万人次,南京机场预计保障客运航班起降4790架次、运送旅客73.3万人次。”东部机场集团有限公司相关负责人表示。一批特色小众航点市场需求快速攀升,成为出行新热点,多机场热门航线客座率超过90%。

国庆假期,南京的特色主题公交也备受追捧。祥云、流纹纹样的G5路文博专线主题公交穿行在南京城中,车窗上印着古典诗词,车厢里文博讲解员娓娓讲述六朝故事,古风NPC和乘客打卡互动,一车串联南京博物院、六朝博物馆等五大文博场馆,不少家长带着孩子乘车打卡博物馆集群、解锁文博新玩法。“不用来回转地铁,坐一趟公交就能逛好几个博物馆,孩子一路听得津津有味。”市民陈女士带着儿子专程前来体验。夜幕降临,霓虹闪烁,流光溢彩的“唱享巴士”缓缓行驶,车内环绕立体音响响起,歌手领唱,乘客跟着哼唱,窗外秦淮河夜景缓缓向后掠过,这辆“移动Livehouse”每晚18时至23时循环发车,串联起新街口、夫子庙等消费核心区,把出行变成沉浸式夜游体验。“坐着巴士一边吹晚风、唱歌,一边看夜景,氛围感直接拉满。”游客小何体验后连连点赞。

跨省品蟹,激活黄金周餐桌经济

□江苏经济报记者 周凯航

“抱歉,我们不接受预订了,中午店里的位置已经订满了,如前来就餐需等位一小时以上。”10月5日上午,记者拨通南京高淳多家土菜馆电话时,电话那头的商家均已忙活得热火朝天。记者随后驱车来到高淳老街,只见老街周围狭长的街道被来自苏浙皖等地的车辆围得水泄不通。大批游客跨省而来,只为品尝固城湖时令秋蟹。

作为秋日餐饮消费的顶流,大闸蟹成为串联苏沪浙皖的美食纽带。南京高淳固城湖、苏州阳澄湖两大特色蟹产区热度爆棚,大批来自上海、杭州、合肥等地的游客跨省寻鲜、打卡品蟹、囤货购蟹,掀起长三角跨区域餐饮消费热潮。依托特色水产IP,长三角打破地域消费壁垒,形成“跨城寻味、共享美味、联动热销”的一体化消费新格局,让秋日餐桌经济活力持续迸发。

记者了解到,今年螃蟹上市时间较往年提早约半个月,国庆假期恰逢尝鲜好时机,为假日餐饮市场筑牢供给基础。走进南京高淳固城湖螃蟹交易市场,一派繁忙热闹的丰收景象扑面而来。连片摊位整齐排列,青壳白肚、金爪黄毛的大闸蟹鲜活饱满,商户们忙着分拣、捆扎、打包,前来询价、选购、邮寄的游客络绎不绝,热闹的场景尽显火爆的消费态势。

跨省寻鲜、同城共享,成为今年国庆蟹宴消费的鲜明特色。来自长三角各地的游客组团奔赴高淳,沉浸式体验秋日食俗乐

趣。“早就听闻固城湖螃蟹名气大,国庆专门带着家人从杭州自驾过来,现抓现吃最地道!”杭州游客李女士告诉记者,一家人不仅在当地餐馆品尝了清蒸大闸蟹、蟹粉豆腐等特色菜品,还挑选了数十只精品螃蟹打包带回家,与亲友分享。不少上海游客更是开启“美食短途游”模式,白天畅游高淳老街,打卡农耕文旅项目,晚上围坐品蟹宴,将文旅打卡与特色餐饮深度融合。

这样的跨省“品蟹游”并非个例。从上海赶来高淳的游客陈先生一家,已经是第三年国庆来高淳吃蟹。“从上海开车过来两个多小时,到了先逛老街,中午吃一顿全蟹宴,下午带孩子去水慢城玩,晚上再看看焰火。”陈先生说,今年他还特意多买了两箱固城湖螃蟹,通过冷链寄给杭州的朋友。权威数据显示,当前固城湖3两、3.5两母蟹成为市场交易主力,价格平稳走俏,4两以上精品大闸蟹供不应求、行情亮眼,假期市场单日交易量稳定突破10万斤,优质蟹品广受长三角消费者青睐。市场商户介绍,国庆客流以上海、杭州、合肥等周边城市游客为主,散客现场品鉴、批量采购、快递寄单已成常态,游客大额采购持续带动零售、礼盒、寄递消费同步攀升。

文旅联动,让一桌蟹宴延伸至一场跨省“微度假”。10月5日至6日,高淳固城湖水慢城推出“慢城焰火·虾兵蟹将——八城同欢万人品蟹嘉年华”,万人蟹宴、湖畔音乐派对、无人机焰火秀、房车露营轮番登场,被主办方定位为“长三角标志性品蟹文旅盛会”。在高淳老

街南广场,南京优质农产品暨固城湖螃蟹美食市集从9月24日一直延续至10月7日,蒸蟹、醉蟹、香辣蟹、蟹黄羹一字排开,游客还能领取官方手绘“慢城吃蟹地图”,打卡特色餐馆兑换餐饮折扣。

一水同源,一味相融,苏州阳澄湖大闸蟹同样迎来消费高峰,与高淳固城湖螃蟹消费热度双向呼应,共同撑起长三角秋日餐饮消费主力。依托成熟的品牌影响力和文旅配套,阳澄湖周边的蟹庄、农家乐国庆期间座无虚席,沪浙皖游客跨省奔赴苏州品蟹打卡,民宿、餐饮、采摘体验等业态全线爆满。两大特色蟹产区错位发展、优势互补,高淳侧重亲民大众化消费,礼盒流通消费,阳澄湖主打精品体验式餐饮消费,形成覆盖大众尝鲜、高端品鉴、礼品馈赠的全品类消费矩阵。一只“小”螃蟹,已经不只是秋天的时令美味,更是一条串联起交通、文旅、餐饮的区域消费链。



视觉江苏网供图

博物馆“破圈”,拉动城市文化消费

营壁垒,通过延时开放、联票互通、夜间文旅活动等多元化创新形式,将文化流量转化为城市消费增量,奏响了长三角文化一体化发展的假日乐章。

夜幕降临,南京长江路华灯璀璨。这条1800米的城市主干道,串联起南京博物院、六朝博物馆、江宁织造博物馆等十余家优质文博场馆,形成集聚式文旅资源矩阵。国庆假期,大行宫广场的文博市集热闹非凡,非遗手作、馆藏文创等特色摊位琳琅满目,吸引大批市民游客驻足体验。不少游客结束日间行程后,专程夜游展馆,沉浸式体悟六朝古都的文化底蕴。来自杭州的游客周女士购买了长江路文博一票通,带着家人白天沉浸式观展研学,夜晚逛市集、看文艺演出,一日之内深度领略金陵千年文脉。完整的文博体验,也顺势带动了街区餐饮、周边住宿、休闲购物等消费,形成“文博引流、全域消费”的完整场景。

今年国庆假期,南京多家文博场馆实行延时开放政策,集中推出夜游、夜演、夜市集系列特色

激活城市文旅消费潜力。当地依托深厚的历史文化底蕴,整合全球文博、文旅资源,精心打造多条城市文旅精品游览线路,串联起西湖博物馆、清河坊历史街区等多个文旅地标。游客循着文脉路线沉浸式游览,在观展品韵的同时,解锁一站式城市文旅体验。

便捷的高铁交通网络,更让长三角跨城文博游成为常态,不少游客开启“跨省看展”模式:清晨在南京探寻六朝文脉,午后奔赴上海打卡国际特展,隔日前往杭州体悟宋韵风雅,跨城文博游持续带动区域文旅消费升温。

“以往逛博物馆只是单纯看文物、长知识,现在展览、市集、夜演、文创、餐饮业态全面打通,逛博物馆已然成为一套完整的城市沉浸式文化体验。”一位文旅行业从业者如是说。长三角文博消费持续火热,并非单座城市、单个场馆的孤立发力,而是区域文旅资源协同融合、联动发展的生动成果。

当前,长三角各地持续深化文博领域合作,通过资源共享、展览互巡、票务联动等举措,稳步构建区域“文博共同体”,让文化流量切实转化为城市发展的消费增量。文博产业发展的效益,早已突破单一的门票收入范畴,全方位带动周边酒店入住率提升、餐饮营收增长、文创产品热销。

长三角黄金周消费的『美美与共』

○蔡逸

长三角黄金周消费,正在呈现一种新的气象。

这个国庆,长三角铁路单日发送旅客442.7万人次,再创国庆假期运输历史新高。10月1日当天,上海、南京、杭州、合肥往返苏州、扬州、徐州、黄山、芜湖等周边城市的管内列车加开357对。这些数字背后,是一个越来越清晰的事实:长三角居民消费场景不再局限于本土城市,而是把整个区域当成了一个“大市场”来逛,跨城消费、全城游玩成为新风尚。

流动创造价值。携程数据显示,来上海的游客客源地前十中,长三角城市占半数以上,苏州居首。同程旅行数据报告显示,“多城串联游”群体平均停留城市数量较去年同期增加1.2个。一个人从南京出发,去杭州看展、到苏州吃蟹、顺道在乌镇住一晚,正在成为长三角黄金周的“标准行程”。

场景正在打破边界。苏州阳澄湖畔的“味觉公路”上,上海游客连续第五年带全家来品蟹,农家乐一天翻台三次;南京高淳固城湖万人品蟹嘉年华,八城车友同赴一湖蟹香,把苏皖交界的区位优势变成了实实在在的消费增量;江苏74家博物馆延时开放,南京博物院推出主题夜游,苏州博物馆与拙政园联合打造“拙政同雅·夜苏博”。交通的便捷让跨城消费的门槛大幅降低,而各城市差异化的文旅供给,恰好形成了互补而非竞争。

“美美与共”的关键,不在于每个城市都做到最好,而在于每个城市都拿出自己最独特的那一面。上海有主题乐园和演出市场,苏州有阳澄湖和大闸蟹,皖南有秋色和晒秋,南京有博物馆和古都底蕴,杭州有西湖和数字经济,合肥有科创和巢湖风光。这些“各自的美”,因为高铁、因为消费券、因为跨城联动活动,被编织进同一张消费网络。

长三角一体化的深层逻辑,不是把城市变成一样,而是让不一样的城市更好地连接。当上海客人到安徽赏秋,安徽游客到南京逛博物馆、杭州人到苏州吃蟹成为常态,消费就从一个城市的“独角戏”,变成了整个区域“的大合唱”。这正是长三角黄金周消费最值得书写的新图景——“各美其美、美美与共”。



叶倩倩摄

□江苏经济报记者 张韩虹

告别走马观花式的景点打卡,逛博物馆、观主题特展、体验沉浸式文旅项目,成为今年国庆假期长三角地区的出游新风尚。从南京长江路的“无围墙博物馆集群”,到上海重磅上线的国际文博大展,再到杭州独具韵味的江南文脉主题活动,长三角各地文博场馆纷纷打破物理边界与运