

清明假期，长三角乐园各显神通

集聚密度与消费活力位居全国首位，乐园游客接待量不减反增



3月20日，上海迪士尼开启10周年庆典系列活动。 新华社发



4月1日，小朋友在淮安熊出没乐园内游玩。 视觉中国



数字长三角

本报记者 崔艺林

清明假期，长三角主题公园再度成为出游热门目的地。数据显示，长三角大型及特大型主题公园数量约占全国的四分之一，集聚密度与消费活力位居全国首位。面对全国主题公园客流量下滑、收入过度依赖门票的行业共性难题，长三角乐园游客接待量逆势上涨，非门票消费占比稳步提升，正逐步成长为全球最具影响力的主题公园集聚高地。

小投入撬动大市场

据记者不完全统计，2025年长三角又有一批主题乐园开园营业，其中上海乐高乐园和江苏淮安熊出没乐园满足大型主题公园条件，算下来长三角大型及特大型主题公园数量达25个。

长三角主题公园在数量密集的同时，还保持了出色的质量。研究显示，在投入规模、市场影响、经营绩效三大指标评判标准下，长三角地

区主题公园竞争力优势显著。其中，上海迪士尼乐园长期稳定在全国主题公园竞争力第一位，上海欢乐谷、上海海昌海洋公园分别全国第七和第十二。江苏中华恐龙园位居全国第八。南京欢乐谷、徐州方特乐园、合肥融创乐园等主题公园排名均位于前50%。

值得说明的是，长三角地区主题公园在投入规模上并不占优势。综合竞争力第一位的上海迪士尼，在投入规模上并不如排名第二的北京环球影城。综合排名全国第八的中华恐龙园，在投入规模排名上仅位于全国第四十。这说明长三角地区主题公园以更小的投入规模，创造了更大的市场影响力和更出色的经营绩效。

多元供给形成差异化发展

本土乐园如江苏常州中华恐龙园，以“东方侏罗纪”为标签，整合恐龙科普、刺激游乐、主题演艺、4D过山车等项目；浙江宁波方特东方神画聚

焦国风神话，通过AR/VR技术重现女娲补天、决战金山寺等故事；安徽合肥融创乐园融合徽派建筑与现代游乐，打造非遗体验、冰雪世界等业态。

这个清明假期，长三角主题公园各显神通。上海迪士尼正值十周年庆典，限定灯光秀、花车巡游等活动吸引了大批游客；上海海昌海洋公园则推出了原创戏剧演出和大型烟花秀，去哪儿旅行显示，清明期间上海海昌海洋公园门票预订量同比增长了177%；淮安西游乐园以“向春天出发”为主题，清明期间推出马拉松亲子欢乐跑等特色活动……

IP运营带动收入逆势上涨

当前，我国主题公园发展面临着游客量下滑和非门票收入收缩等问题。据统计，2024年全国主题公园入园游客数量下滑约1.76%，且人均消费支出低于前两年的水平，大部分主题公园收入的60%—80%依赖门票。

不过，以长三角为主的华东地区主题公园游客数量不减反增，同比增长4.69%；多个公园财报数据显示，门票收入占比正在优化，其中以上海迪士尼为典型，丰富业态拉高了游客的二次消费。

注重IP运营，是提升主题公园非门票收入的核心抓手。迪士尼集团2026年第一季度财报，其体验板块中的乐园项目营收有67%来自非门票收入，包括周边商品、餐饮、酒店等。

另外，长三角乐园加速推进“乐园+研学”“+夜游”“+度假”等融合业态，拓展盈利场景，延长游客停留时间。常州恐龙园打造恐龙科普基地，吸引亲子家庭付费参与；上海乐高乐园则以积木创意为核心，推出创意工坊主题课程，游客停留时间延长的同时，二次消费显著提升，非门票收入占比接近50%；南京欢乐谷推出国潮音乐舞台，打造夜晚游乐氛围，带动餐饮等消费增长。

长三角主题公园的优秀实践，为中国主题公园产业提供了范本。未来，随着IP本土化的持续深化、业态融合不断拓展，长三角主题公园将进一步发挥文旅引擎作用。

本周关注 · 长三角经济数据亮点分析

多地迎六天长假 2026苏超将揭幕

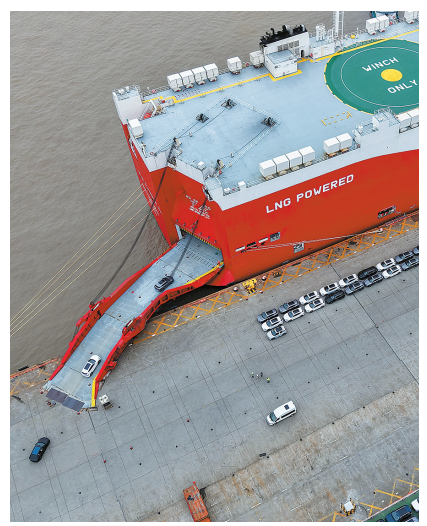
上海重回“消费第一城”

本报记者 任俊铭

长三角三省一市在外贸、消费方面的成绩，值得一剖析。

2026年1—2月，长三角地区进出口总值达3万亿元，规模创历史新高，同比增长20.3%，占全国进出口总值的比重提升至38.8%。

今年前两个月，上海外贸成绩尤为亮眼，进出口总额7965.73亿元人民币，比去年同期增长23.1%，增速高于全国整体水平4.8个百分点，实现高基数上的高增速，且领先江苏、浙江两个外贸大省。同期，江苏外贸进出口总额达1.03万亿元，同比增长19.7%，规模创历史新高；浙江外贸进出口总额为9890.1亿元，同比增长17.1%。



3月24日，新能源汽车驶入停靠在上海外高桥海通码头上的汽车滚装船。 新华社发

细看上海这份外贸成绩单，不难发现自去年2月以来，上海进出口已连续13个月实现同比增长，尤其今年2月同比增速高达28.7%，增速创2011年以来单月新高。

这样的高增速，得益于“上海智造”不断凸显的全球竞争力。比如，上海的机电产品出口2400.46亿元，比去年同期增长28.6%。其中，电动汽车、锂电池分别出口267.1亿元、75.7亿元，分别增长112.6%、94.9%，合计拉高上海出口整体增速5.9个百分点。此外，在全球制造业转型趋势下，上海工业机器人出口增长153.5%。

高增速也得益于上海外贸朋友圈的持续多元化。在对美国出口降幅收窄至0.7%的同时，上海对其他主要进出口市场均实现两位数增长：上海对第一大贸易伙伴欧盟进出口1325.7亿元，同比增长18.5%，出口更是比去年同期增长28.2%。同期，上海对东盟、中东、非洲等新兴市场分别增长21.8%、15.6%、30.4%。

近期，长三角各地陆续公布1—2月社会消费品零售总额。通过对比这项消费“晴雨表”数据，不难发现，上海已重夺中国“消费第一城”。

如今，为打造“中国入境消费第一城”，上海正在文商旅体展深度融合等方面系统发力，持续挖掘国际消费潜力。

江苏发力消费，同样值得期待。4月11日，2026苏超将揭幕揭幕，江苏消费也将迎来强力“助攻”。去年苏超的成功，实现将文旅“流量”转化为经济“增量”——95.9%的观众产生额外消费，1元门票撬动7.3元周边消费。今年的江苏省政府工作报告指出，“跟着苏超游江苏”等品牌活动彰显引流效应，接待游客人次、游客总花费分别增长10.4%、10.2%。

前两个月，浙江实现社会消费品零售总额6335亿元，同比增长4.9%；安徽则实现社会消费品零售总额4141.5亿元，同比增长2.3%。前者的增速比2025年全年加快0.9个百分点，其中品质类消费增势强劲；后者的“跟着春晚游安徽”、“超级皖”美食争霸赛等活动带动服务消费，前两个月安徽5A景区接待游客人次、门票收入分别增长16.7%、11.1%，文化娱乐、住宿餐饮业增值税开票收入分别增长15.3%、7.2%。

扬州社零增速连续第一

本报记者 朱凌君

春和景明，踏青正当时。今年春假与清明假期无缝衔接，长三角多地迎来6天小长假。携程《2026年春假旅游报告》显示，扬州是春假最热目的地之一，展现出强劲的旅游吸引力。

与文旅市场的火热相映衬，扬州的消费数据同样亮眼。春假开始以来，当地商业综合体客流量同比上涨超15%。数据显示，2025年，扬州全市实现社会消费品零售总额1961.7亿元，同比增长5.5%，高于省均2.2个百分点，增速连续4年排名江苏省第一。

在整体消费承压的背景下，扬州何以持续跑出高增速？

扬州市商务局市场运行与消费促进处处长周登昌认为，扬州消费增长亮眼的原因之一，就是聚焦活动牵引来拉动商品消费。他指着自已的外套，连连向记者推荐：“我这个衣服就是做外贸优品那时候买的，很划算。”

去年，扬州承办2025年全国网上年货节江苏专场，开展外贸优品惠扬州、“悦购扬州·年货优品”暨“我是厨神”县区地标美食荟等一系列活动。数据显示，2025年，扬州组织全市商贸企业举办各类促销活动超500场，全面激活消费市场热度。用扬州本地人的话讲：“几乎天天都有各种活动。”

回过头看，扬州一系列促消费活动，几乎涵盖了每个重要节点。例如，当地最新的活动就是为了抢抓学生春假消费窗口期，商务、文旅等多部门联动，于3月下旬至4月上旬推出学生春假促消费系列活动，全面激活春日消费市场。

在扬州的消费版图中，山姆会员店的开业值得提一提。扬州市商务局相关负责人告诉记者，山姆会员店满足了市民高端化、多元化的消费需求，有效推动了扬州业态升级与场景创新。

去年11月，扬州山姆会员店开业当天，客流量突破3.1万人次，其中约40%来自泰州、镇江、南京等周边城市。开业仅一周，客流量已突破18万人次，多个单日客流量突破3万人次，现场新办会员卡超过1.3万张，客单价高居江苏省山姆门店首位，销售额稳居全省前列。

这样的场面其实早有预兆。2023年4月，大润发在扬州开出全国第一家“M会员商店”，开业后一度火爆。而在大润发M会员商店落地扬州后不久，山姆会员店就发布通知，开放扬州生鲜直配，涵盖海鲜、鲜肉、面包等多个品类，该配



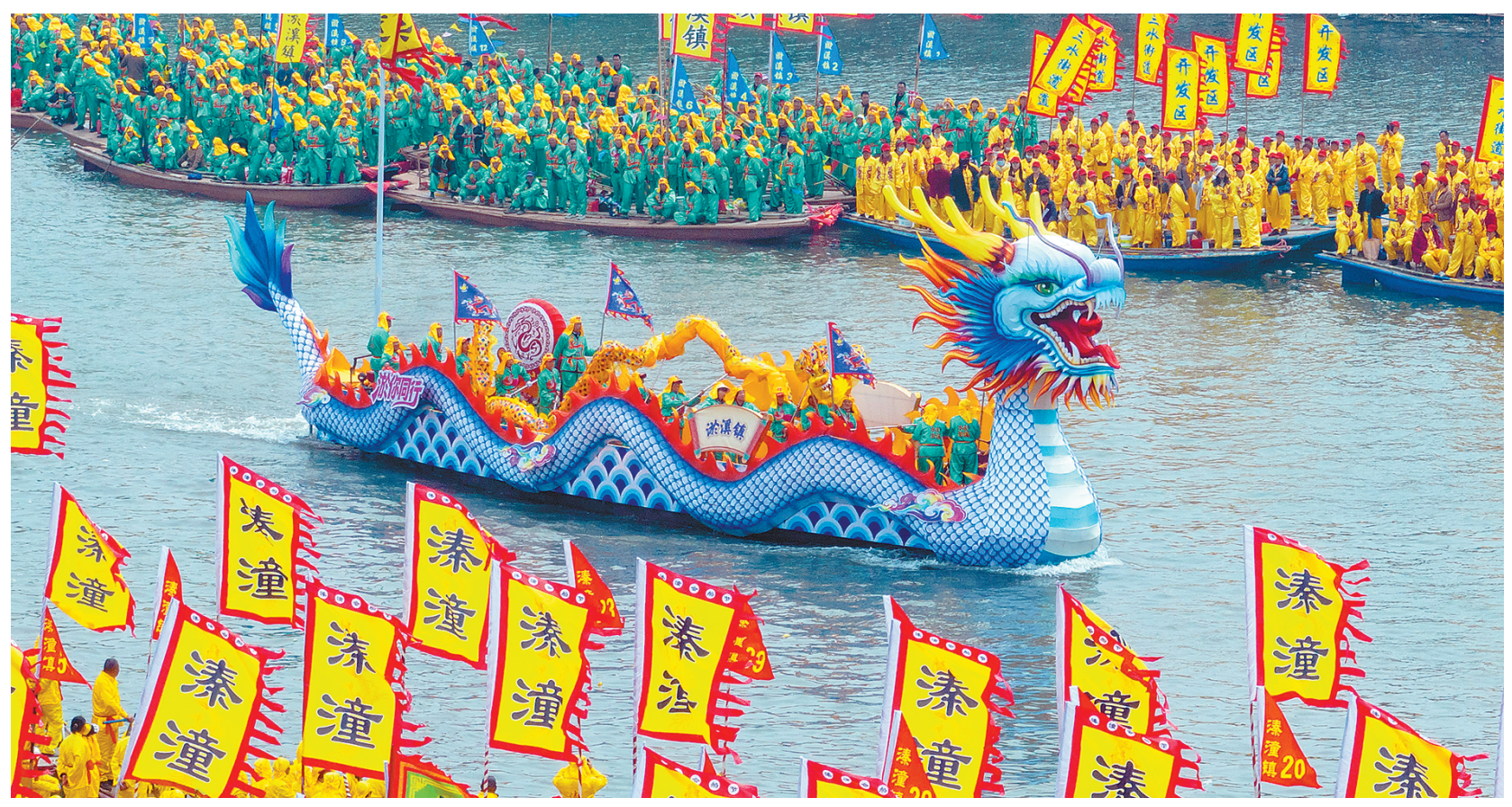
2025年12月10日，顾客在扬州山姆会员店选购商品。 视觉中国

送服务由距离扬州一个半小时车程的常州山姆门店提供，足见竞争之激烈。

竞争不只发生在仓储会员店之间，即便扬州几家重点商业综合体近年来客流量屡创新高，但仍有入担心，在当前的城市体量下，扬州的商圈数量可能已相对饱和。有质疑者指出，当前商圈面临同质化竞争，商家的生存压力非常大，很多新开的综合体难以维系。另一方面，部分扬州本地的高端消费尚有短板，如在购买奢侈品时，很多扬州人更倾向于跑到南京、上海等城市消费。

对扬州来说，促消费不仅要办活动造氛围，更要补短板。尤其在重点商业项目引育方面，扬州引进了多个标杆商业项目。除山姆会员店外，银泰百货江苏首店于2024年签约，将打造线上线下融合消费场景，预计将于近期开业。三湾天地商业综合体二期正在建设，德基集团计划在此设艺术馆与博物馆，打造超区域文旅地标。

今年2月，扬州爱奇艺乐园开门迎客，该项目由当地国企扬州城控集团与爱奇艺合作开发，完善了当地在主题乐园等领域的布局。扬州城控集团副总经理吴键对项目信心满满。在他看来，乐园将IP内容、数字技术与中国传统元素、扬州本土文化有机结合，将吸引大量剧迷及游客来到扬州，成为扬州全新的文旅场景。根据爱奇艺的预估，扬州爱奇艺乐园的年客流量为30万—40万人次。



天下会船数溱潼

4月6日，参加会船表演的选手在龙舟上舞龙。4月6日，2026年泰州姜堰溱潼会船节在泰州市姜堰区溱湖国家湿地公园开幕，数百条各式船只和上万名会船选手飞篙走棹，奋勇争先，演绎历久弥新的民俗画卷。“天下会船数溱潼，溱潼会船甲天下。”溱潼会船又名清明会，由南宋相沿至今，被列入国家级非物质文化遗产名录。

新华社发