

不惧国际形势动荡，长三角一季度外贸强劲

本报记者 任俊猛

据海关统计，2026年一季度，我国货物贸易进出口11.84万亿元，同比增长15%。这一成绩，是在我国有效应对当前国际形势动荡、地缘冲突加剧的外部环境下取得的。

作为我国外贸的“压舱石”，今年一季度，长三角地区进出口总值达4.49万亿元，同比增长15.8%，占全国比重提升至37.9%。其中，上海、江苏、浙江进出口同比分别增长21.9%、17.2%、7.1%，安徽更是同比增长31.6%。

“朋友圈”多元化，是长三角外贸增长的有力支撑。数据显示，长三角地区对东盟、欧盟进出口同比分别增长20.8%、17.5%；对共建“一带一路”国家合计进出口2.26万亿元，同比增长17.3%。其中，上海对欧盟、日本、韩国等发达市场合计增长超三成，对东盟、拉美、非洲等新兴市场分别增长16.4%、16.9%和23.5%，抗风险能力显著增强。

具体来看，“十五五”开局首季，上海外贸开局稳健：进出口总值达1.23万亿元，同比增长21.9%，3月更是升至4310.4亿元。同时，上海的进出口连续14个月同比增长，出口连续18个月保持正增长。

外贸多元化布局之外，“上海智造”的硬核实力正领跑全球。一季度，上海的“新三样”产品出口565.2亿元，增幅超过1.2倍，其中电动汽车出口378.9亿元，增幅达135.4%，单季规模创下历史新高，相当于每天有2700辆电动汽车自上海发往全球。同时，高端装备出口399亿元，增长50.2%，船舶和海洋工程装备、船岸起重机分别增长54.7%、98.5%。此外，以AI算力为核心的集成电路、电脑零部件

等出口增长近七成，工业机器人、手术机器人等智能装备出口增长实现翻倍。

上海的一季度外贸成绩，延续了今年前两个月的良好态势。前两个月，上海外贸比去年同期增长23.1%，实现高基数上的高增速，且领先于同期的江苏、浙江两个外贸大省，两省分别同比增长19.7%、17.1%。

相比上海、江苏，浙江一季度外贸增速并不快。一季度，浙江外贸进出口超1.38万亿元，同比增长7.1%。其中，出口1.04万亿元，历史同期首破万亿元，同比增长6.8%；进口3473.1亿元，增长7.7%。相比前两个月，浙江一季度进出口、出口增速有所下降，进口增速实现回升。

不过，在浙江一季度外贸中，出口新动能成绩亮眼：全省机电产品出口4934.4亿元，同比增长7.1%。“新三样”产品实现爆发式增长，电动汽车、锂电池分别出口166.5亿元和125.7亿元，同比分别增长90.7%、124.2%，两者合计贡献浙江超两成的出口增量。

同时，民营经济依旧是浙江外贸的“主力军”。一季度，全省民营企业进出口1.14万亿元，同比增长8.6%，占全省进出口比重达82.4%，较2025年同期提升1.2个百分点。

细看浙江外贸，义乌所在的金华成绩尤为亮眼——一季度，金华进出口总值达2635.2亿元，同比增长21.5%。该市进出口占全省的19.0%，比重较去年同期提升2.2个百分点，规模居全省第2位。2025年，金华外贸进出口首次突破万亿元大关，达10508.6亿元，同比增长19.5%，成为全国第8座、浙江第2座“外贸万亿之城”，同期出口首破9000亿元，成为全国出口第六城。

江苏是外贸大省，苏州则是江苏省内乃至全国举足轻重的外贸大市。一季度，江苏外贸在高基数上实现高增长，

增速达17.2%；同期，苏州实现进出口总值7999.9亿元，同比增长26.5%，分别占全国、全省进出口总值的6.8%、50.3%，对全国、全省外贸增长的贡献度为10.9%、71.8%。

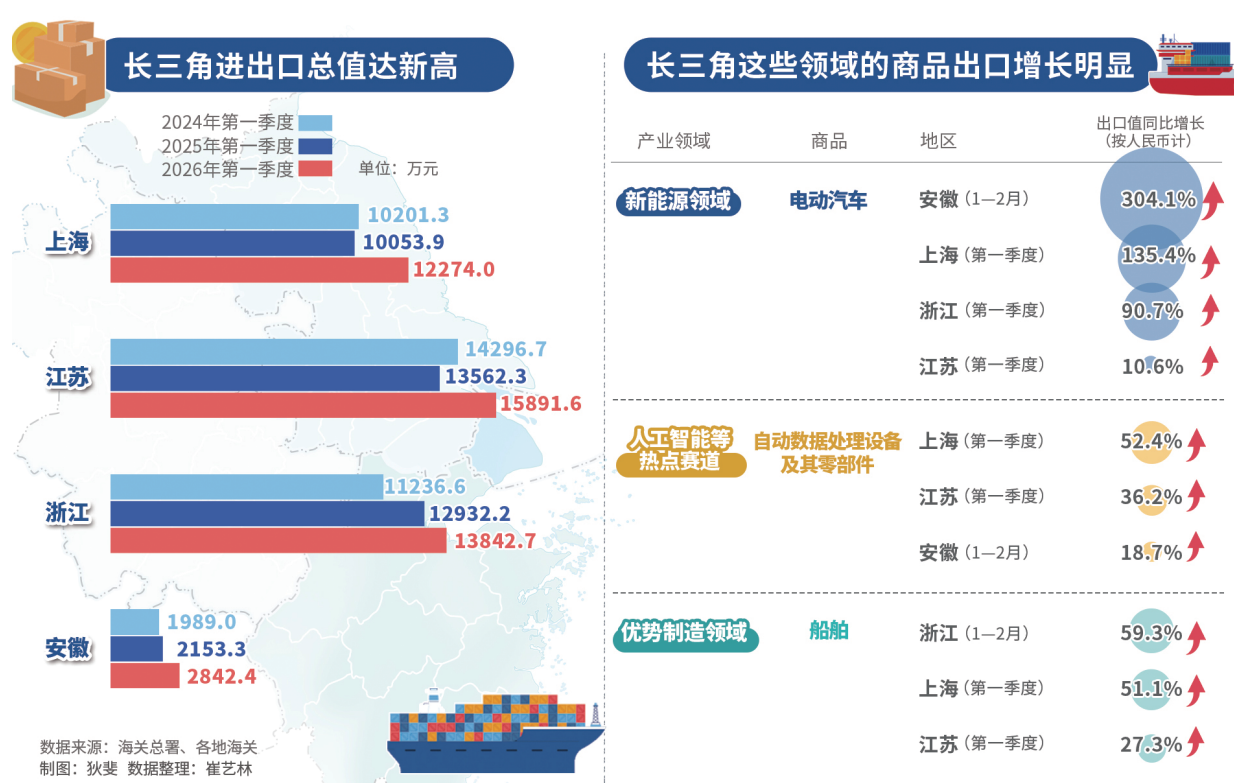
苏州的外贸，体现出强烈的“外向”特点：苏州外资企业进出口4818.8亿元，增长33.4%，占全市进出口总值的60.2%，贡献全省七成以上的外贸增量。从区域上看，一季度，苏州对共建“一带一路”国家进出口4033亿元，增长49.1%，占比提高7.6个百分点，升至50.4%；对欧盟进出口1012.2亿元，增长28%。

作为苏州外向型经济高地，一季度，苏州工业园区外贸进出口总值首次站上3000亿元台阶，达3286.7亿元，同比增长81.2%，连续10个季度同比增长。其中，医药品及医疗器械零部件68.5亿元，增长207.9%，拉动外贸增长2.6个百分点。

为打造长三角跨区域通关便利化标杆项目，沪苏合作在苏州工业园区打造了上海机场—苏州前置货站。去年4月以来，前置货站操作货物646票、出口货值约7.05亿元，服务苏州79家企业，货物通达全球47个国家和地区。苏州三星电子有限公司副总经理吴高明表示，货物从前置货站到浦东机场装机，全程约12小时，运输时间节省60%以上，企业地面物流成本降低10%至30%。

一季度，安徽以31.6%的外贸增速，高居长三角首位。外贸体量尚小是其高增速的重要原因，同时，安徽外贸发展新亮点更加值得关注。以今年前两个月为例，安徽汽车、集成电路出口额分别增长1.2倍、3.2倍，对全部出口增长的贡献率达73%，其中汽车（含底盘）出口27.5万辆，稳居全国第1位，出口额增长1.2倍，新能源汽车出口额增长3倍。

从三大增长点看外贸开门红



数字长三角

本报记者 崔艺林

一季度长三角外贸“开门红”的背后，哪些变化值得关注？

新能源汽车出口13.8万辆，同比大增176%；外高桥港区出口车辆中新能源汽车占比已达68.5%。安徽风力发电机组及零件出口同比增长50.6%，绿色能源产品成为出海增长“主力军”。

以人工智能为代表的前沿产业，也成为长三角外贸布局的新增长极。一季度，自动数据处理设备及其零部件出口在长三角地区增速明显，上海口岸同比增长超50%。存储、CPU等出口迅速增长，浙江存储部件

出口增长58.2%，江苏一季度中央处理部件增长13.9%。

同时，长三角的传统优势——制造领域同样表现亮眼，构成外贸增长的坚实基础。

船舶制造一季度出口增势强劲，长三角船企高附加值船型占比不断提升。3月，沪东中华出口了一艘全球最大的2.4万标准箱双燃料动力集装箱船，价值超17亿元，创下我国同类出口产品最高纪录。

水乡客厅大V齐聚 挖掘“最江南”内核

本报记者 巩持平

“水乡客厅好看是毋庸置疑的，如何在好看的同时好玩？”同济大学特聘教授、可持续发展与管理研究所所长诸大建在方厅水院1288步走完跨越沪苏浙三地的连廊，追问，“有什么内容能让普通市民一来再来？”

过去几年，方厅水院等空间载体已经建起来，接下来的关键，是思考这些平台装什么内容、形成什么吸引力、塑造什么话语权。

4月16日至17日，“发现长三角一体化‘诗画江南·梦里水乡’——‘大V看示范区’”主题活动在长三角生态绿色一体化发展示范区举行。来自文旅、财经、文化、科技等领域的14位网络大V和内容创作者，走进示范区规划展示馆、方厅水院、元荡湖、美帆基地等点位，通过实地探访、主题沙龙、交流分享等形式，沉浸式感受长三角一体化发展的现实图景。

活动现场，示范区执委会还向参会大V颁发了“长三角一体化示范区推荐官暨‘长三角示范声’内容创作者”聘书。此次活动由长三角生态绿色一体化发展示范区执行委员会、解放日报社、“学习强国”上海学习平台联合主办。



长三角水乡客厅充满浓郁江南风情。 本报记者 李茂君 摄

“我们在国外说起中国，不大会想到‘大自然’，没想到在上海近郊就有一个生态环境这么好的地方。”

Alex来自意大利西西里岛，关注文化、旅行以及跨国生活方式。他在上海市区开了一家冰淇淋店。“在上海做餐饮非常卷，不仅要提供美味的食物，还要提供好看的场景，提供能拍照的、能分享到网络的内容。”到了示范区，他乐意把意大利冰淇淋带过来。他建议，示范区可进一步以更符合海外受众认知习惯的表达方式，讲好江南文化与长三角一体化故事。

江南文化之心

更多普通游客为什么会到水乡客厅？在一场名为“示范区水乡客厅的‘出圈’与‘破圈’之道”的主题沙龙上，答案逐渐浮现。

各位网络优质内容创作者认为，水乡客厅要成为独具吸引力的旅游目的地，一定要有支撑的内容，而内容塑造的最核心部分仍在于对江南文化的挖掘和发现。

长三角生态绿色一体化发展示范区地处吴根越角，国家级的历史文化名镇便有7个。不过，在人们的感受中，以往传统的古镇就是“老三样”，如今，要通过新颖的策划把古镇的文化特色体现出来。

“行者小墨墨”说，他10年前就在想，如果有一艘船能把这些地方连起来该有多好。

在长三角生态绿色一体化发展示范区，这样的旅行路线已经呼之欲出了，打破古镇之间的孤立和闭环，让人们流动起来，古镇也就活了。

博主“冰清世界”经常分享上海及周边好吃、好玩、好看的地方，他建议，应该将示范区的旅游目的地串联起来，形成更为成熟的线路，“尤其在亲子游市场，家长更倾向于选择省心省力的产品，可以规划科技路线、露营路线、休闲路线、文化路线等”。

萧大业是一位深耕商业洞察、擅长IP打造的博主，他认为，普通游客到水乡客厅的理由，可能是一个人、一段故事或一种文化。当古镇被赋予人文和历史，“这个地方马上就不一样了”。

诸大建提出，示范区下一步应深度挖掘“最江南”的文化内核，打造长三角文化制高点：一是在理论上回答江南文化的根本性问题，形成独特文化阐释体系；二是通过国际论坛、相关展会等平台，把江南文化的深度可视化展现出来；三是策划江南文化活动周等大众性活动，形成持续热度和公众感知度。

当前，示范区已经触及长三角一体化更深层次的命题——

一体化不仅是基础设施互联、规则标准互通，更是文化认同、价值认同、情感认同的持续形成。当跨区域协同从“通”走向“融”，从“项目合作”走向“共同体建构”，一体化才真正具有可持续性生命力。

大别山里的宝藏小城 怎么吸引更多上海人

本报记者 朱凌君

今年30岁的王博是六安人，长期在上海工作。前两年，有朋友找他打听大别山的徒步路线时，他觉得还挺意外。现在，随着越来越多六安文旅项目持续出圈，反而陆续有人给他推荐家乡美食和景色。今年以来，六安霍山县、金寨县先后入选安徽“皖美宝藏小城”，这些原本小众的目的地正在为更多人所熟知。

这些变化的背后，更重要的是发展思路的转变。

水库、漂流和夏夜温泉

“宝藏小城”的名头，霍山和金寨都不是凭空得来的。

金寨是红军摇篮、将军故乡，走出了59位开国将军，目前仍保存革命遗址269处。层峦叠嶂的天堂寨藏着“华东最后一片原始森林”，碧波荡漾的梅山湖畔，梅山水库1956年建成时曾是世界最高的连拱坝之一，至今仍是壮观的水利奇观。同时，金寨还是六安瓜片的原产地和核心产区，山野珍品享誉四方。

千里大别山，主峰在霍山。坐落在大别山主峰白马尖脚下的霍山，在康养的圈子里早就颇有声望，还流传出一句朗朗上口的口号：“要想身体好，就往霍山跑”。毕竟，“霍山石斛”早已名声在外，而当地的山水也得到了官方盖章认定，享有“中国天然氧吧”和“中国好水秀水源地”双认证。

但若只着眼于康养，难免“把路走窄了”。这两年，霍山找到了一个挺有意思的方向：反季温泉。按常理，温泉是冬天的生意，但霍山却把夏季做成了旺季。当地打出的招牌是，白天去大峡谷漂流，晚上泡药草汤池，再配上篝火晚会，让静享温泉的老年人、体验中医疗的的中年人、在水上乐园畅玩的小孩子，都能各得其乐。

一套组合拳下来，陡沙河温泉小镇2024年暑期客房平均入住率超过90%，累计接待超过40万人次。到了冬天，当地也没闲着，大别山滑雪度假区联动温泉和周边酒店、民宿等，联合销售“滑雪+温泉”套票。霍山一家温泉度假酒店负责人表示：“以前客群主要在六安、合肥周边，现在多了很多上海、南京的游客，冬季营收占到全年近三分之一”。

为了把人留下来，金寨下了不少功夫。其中一个颇具代表性的节点，莫过于携度假农庄落地花石乡大湾村。花石乡有关负责人表示，农庄落地证明了“大湾村不仅有200元一间的民宿，也配得上千元的高端品牌”。以此为契机，当地的民宿和农家乐迎来一波快速发展。目前，仅大湾村就发展民宿60多家，金寨全县运营民宿近200家，其中精品民宿超过50家。

光住下来还不够，金寨的民宿还在积极拓展“+农业”“+研学”“+文化”等融合体验。例如，花石乡党委副书记、乡长刘丽娟就在琢磨，准备招募组建村民文化团，加入更多民俗文化的表演，甚至更进一步，由村民

扮演NPC，开发乡村剧本杀等活动。

今年清明假期，王博和家人一起去了金寨短途游。在西茶谷主题公园，一家人不仅感受了摘茶的乐趣，还上手体验了六安瓜片制作技艺中的“杀青”等环节。此外，他们品茶、坐游船，一整趟行程下来，非遗展演、茶艺品鉴等丰富多彩的活动，令他们印象深刻。

清明假期三天，六安市共接待194.59万人次，收入10.7亿元。同时，携程数据显示，2025年到2026年间，六安旅游人次同比增长5.0%，消费金额增长8.5%。这是一个明确的信号，消费增速高于人次增速，说明游客愿意为更高质量的体验支付溢价。

从被发现到主动推荐

近年来，“县城游”跃升为文旅消费新热点。在这样的背景下，“皖美宝藏小城”计划应运而生。今年春节前夕，首批名单发布，包括广德、霍山在内的11座城市入选，并以超200项文旅活动与惠民举措，迎接四方游客。前不久，第二批名单再上新，金寨携手宣城宁国、泾县等10座小城亮相。安徽的计划，是希望为这些宝藏小城搭建一套体系，通过多城联动，推动其从“单点发力”迈向“集群出圈”。

相关方案显示，这些宝藏小城将对标“广德三件套”的路径——先做超级单品，再铺渠道，把流量变成销量。例如，各城将选出100位本土达人做“家乡推荐官”，还要梳理100个网红打卡点，目标是全网话题点击量过千亿。按照计划，今年安徽的“皖美宝藏小城”将增加至30个，形成梯队培育、滚动发展的良性机制，同时还要设计并推广更多跨区域主题旅游线路，加速形成全省文旅“一盘棋”的全域旅游新格局。

对六安来说，霍山和金寨相继入选“皖美宝藏小城”名单，无疑是个不错的契机。但更重要的，其实是这背后更深层次的变化，与其被动等待被发现，不如主动争取流量。

目前，六安目标打造长三角高品质休闲度假康养旅居目的地和上海“最美后花园”，特别是在深化与上海及周边地区的文旅协同等方面，动作频频。此前，上海已与六安签署“山海相约共建共享”文旅对口合作机制。去年，六安接待上海游客278.8万人次，同比增长4.62%。

今年3月，全国千家旅行社走进霍山踩线四天，4月1日，六安在上海举办政企恳谈会推荐研学和入境游。前不久，六安文旅嘉年华之“邀春山”专场推介在沪举行，发布“春染大别山，赴约六安”精品线路暨“十五五”文旅融合消费场景。此外，霍山还做了一件有意思的事，《我在霍山当茶农》开机拍摄。该县有关负责人表示，今年将持续依托微短剧等新兴平台，全方位推介霍山茶文化与产业魅力。