

宁马线成南京S线“客流之王”，长三角地铁为何爱跨省一张“地铁票”，双城变成同城

本报记者 任俊楠

11号线花桥段开通运营，上海地铁“伸”进江苏3站，共6公里。

上海地铁跨省市，最根本的原因还在于“沪苏同城化”发展带来的旺盛跨省客流需求：2019年7月17日，花桥段三站客流量突破1亿人次，用时不足6年；2023年，花桥三站每日进出客流约5.5万人次，其中仅始发站花桥站每日客流就接近2.5万人次，该站工作人员表示，“一度是整个苏州客流量最大的地铁站”。

2023年6月24日，苏州轨交11号线与上海轨交11号线在昆山花桥“牵手”，上海、苏州地铁网络连在了一起，这被誉之为“苏州上海人”翁国良称为“全世界最大的地铁网络”，他曾为沪苏两地绘制《沪苏地铁攻略》。

1944年出生在上海城隍庙附近的翁国良，于1973年定居苏州，他见证了沪苏两地的交通变迁。沪苏11号线连通，让他真正感觉沪苏两地“像是同一座城市”。自从沪苏11号线在花桥“牵手”，翁国良与生活在上海的弟弟时常相约花桥站会合，一早翁国良会带上苏州时令鲜食，他弟弟则带上油炸梭子蟹等美食，在花桥站交换品尝。“这就是地铁带来的同城化便利，在以前是不可能的。”翁国良感慨。

上海轨交喜欢跨省修的例证，不止于此。目前规划建设的就有连接江苏太仓的嘉闵线（含北延伸），连通浙江平湖的金山至平湖线等。今年的上海市政府工作报告明确提到，开工建设嘉闵线北延伸轨道交通线。嘉闵线是上海市域线规划中的南北向骨架线路，贯通嘉定、闵行两区。在太仓，贯穿常州、无锡、苏州的苏锡常城际铁路将借助嘉闵线北延伸段，与嘉闵线衔接，无缝接入上海轨道交通网，进一步缩短太仓与上海市中心的通勤时间，更好地服务两大都市圈的融合发展。

值得一提的是，沪苏浙正合力推动建设沪苏嘉城际铁路，这是长三角首条跨两省一市的快速通勤铁路。2022年7月13日，沪苏嘉城际铁路在沪苏浙同时开工，其由上海段（示范区线）、江苏段（水乡旅游线）与浙江段（嘉善至西塘线、嘉兴至枫南线）组成，线路全长170公里，设计时速160公里。该线路

预计2028年6月底全线通车，届时将实现公交化出行，青浦、吴江、嘉善等地居民可乘“地铁”直达上海虹桥。那时，这条城际铁路或许能收获“全国首条跨两省一市的地铁”称号。

相比之下，因南京坐拥“徽京”称号，“南京轨交喜欢往安徽修”无疑更受外界关注。就在“小马”（马鞍山）今年“五一”前畅想，坐着“跨省地铁”到南京，为“南哥”（即南京）今年苏超主场比赛加油助威的同时，南京隔壁的扬州稍显落寞——

随着宁马城际开通，2021年底与宁马城际同日宣布开工的宁扬城际却大幅延期。在外界看来，这或许坐实了“南京轨交喜欢往安徽修”的说法。

实际上，起于南京仙林湖站，终至扬州西站的宁扬城际，是国内首条跨市过江轨道交通。其过江段需穿越的长江天堑，是整条线路的控制性节点，安全风险高、技术难度大。去年10月，扬州仪征市交通运输局曾在答复网友提问时透露，宁扬城际（含过江段）预计2030年建成通车。

与宁扬城际类似，连接上海中心城区与崇明区的上海轨道交通22号线（崇明线）同样需穿越长江，实际情况也正如上述网友所说“自己的崇明区都还没通呢”。不过好消息是，在宁马城际开通前一天，4月21日上午，上海首条穿越长江的轨道交通工程——上海轨交22号线实现全线轨道贯通，将力争于2026年底建成，届时我国第三大岛崇明岛将告别“无轨交”时代，市民从崇明乘地铁前往人民广场仅需1小时。待正式开通，在长江口江底穿越近17公里的崇明线，作为国内穿越长江的最长轨道交通线路，又将在外界获得何种称号，值得期待。

一张“地铁票”，不仅让双城变成同城，也让“轨道上的长三角”、长三角一体化具象化。为了让“跨省地铁”运营更加顺畅，苏皖轨道交通运营有限公司于去年6月成立，将统一运营管理宁马、宁滁等跨省城际铁路，并还将与负责沪宁地区跨省线路运营管理工作的一环沪宁轨道交通运营有限公司，适时组建长三角轨道交通运营公司，为全国探索跨省轨交线路的一体化运营。



“南哥”地铁修到了“小马”

随着宁马城际铁路建成运营，“马鞍山球迷坐着地铁到南京看苏超”，有望成为新的热梗。这是国内首条跨省共建共管运营的市域（郊）铁路。其自南京地铁7号线西善桥站起始，终至马鞍山市太白站，共设站16座，南京段与马鞍山段各8站。有了宁马城际铁路的加持，“南哥”与“小马”无疑将越走越近。



扫码浏览 华东局公众号

进入人工智能时代 更要坚持民生为大

专家观点

倪睿梦 杨美凤

近日，OpenAI推出 ChatGPT Images 2.0，并将 gpt-image-2 作为最新图像模型对外提供。官方展示来看，这一轮图像能力的提升，已不只是“生成图片”，而是进一步逼近海报、宣传页、漫画页、信息图等可直接交付的视觉生产环节，多语种文字渲染和复杂版式输出也明显增强。对设计、插画、广告、电商视觉、出版排版等领域来说，这意味着智能技术正以更低的成本、更高生产效率重塑内容供给方式。

这再次把一个老问题推到我们面前：当生产率快速提高而劳动者收入、岗位稳定性和发展预期一时跟不上时，社会如何避免陷入“效率增长、获得感下降”的矛盾局面？

经济史上，类似现象被概括为“恩格斯停滞”。罗伯特·艾伦等学者研究英国工业革命指出，19世纪上半叶曾出现产出扩张而实际工资长期停滞、利润率和利润率上升的阶段。更重要的是，这种历史张力并没有随着时代远去而彻底消失。经济合作与发展组织（OECD）研究显示，过去二十多年，多数成员经济体都出现了过去生产率增长与真实中位工资增长脱钩的现象；国际货币基金组织（IMF）则提醒，人工智能将影响全球近40%的就业，一部分岗位会被增强，另一部分则可能面临替代和收入承压。“技术进步不自动等于多数人同步受益”，是今天必须正视的现实议题。

马克思、恩格斯对这一问题的洞察，至今仍具有穿透力。他们指出，随着机器广泛使用和分工深化，劳动容易失去个性，工人会被压缩为机器体系中的附属环节；恩格斯在《英国工人阶级状况》中也记录到，英国工人普遍感受到机器改良会压低工资，而失业工人不断涌入简单劳动部门，又会加剧彼此竞争，进一步拉低劳动报酬。马克思、恩格斯揭示了资本逻辑支配下技术进步可能带来的分配失衡：机器越先进，若制度调整滞后，劳动者反而可能在一段时期内处于更不利的位置。

放到今天看，人工智能带来的挑战并不只是就业数量问题，更是就业质量、收入分配和社会预期问题。观察AI冲击，不能只看模型能力、产业估值和企业降本增效，更要看人民群众的获得感、幸福感、安全感是否同步提

升。脱离人民立场谈技术进步，方向就容易发生偏差。

扩大内需、稳定预期、增强居民消费能力，对经济持续健康发展至关重要。若人工智能红利主要沉淀为少数企业和资本收益，而劳动者一侧表现为岗位入口收缩、议价能力下降、收入预期走弱，那么供给能力越强，需求约束反而可能越突出，形成“新恩格斯停滞”风险：东西越来越能生产，群众却未必敢消费、更有能力消费。

也正因此，新时代中国面对人工智能，不能走“技术先行、制度滞后、代价外溢”的老路，而要坚持把制度创新放在更加突出的位置。“十五五”规划纲要提出，把高质量充分就业作为经济社会发展的优先目标，健全重大政策、重大项目、重大生产力布局就业影响评估机制，综合应对人工智能等新技术发展对就业的影响。这意味着，今天讨论AI，不应停留在“会不会替代人”的被动追问，而应转向“如何通过制度安排把技术红利更多转化为人民福祉”的主动谋划。

从这个意义上说，防止AI时代的“新恩格斯停滞”，本质上是坚持以人民为中心的发展思想，处理好效率与公平、创新与秩序、技术跃升与人的全面发展之间的关系。要把就业优先导向更深嵌入产业政策、科技政策和区域布局，不能只看产值和估值，不看吸纳就业和收入带动；要加快完善新就业形态劳动者权益保障制度，规范企业工资收入分配秩序，让平台经济和智能经济在法治轨道上运行；还要把职业培训、终身学习支持和公共服务托底做得更扎实，使劳动者在技术变迁中不是被动坠落，而是有序转型。

技术革命不应以人的贬值为代价，现代化建设也不能让劳动者尊严在算法和资本的双重挤压中被削弱。我国将出台新就业形态劳动者权益保障办法，这正是把制度之手前移的积极信号。

归根到底，我们发展人工智能，不是为了让更多人更高效地淘汰一部分人，而是为了更好解放和发展社会生产力，更好促进共同富裕，更好维护人民权益、捍卫人的尊严。今天重提“恩格斯停滞”，不是为了复述历史悲观，而是为了增强制度自觉；越是面对深刻技术变革，越要坚持党的领导，越要坚持人民至上，越要把“民生为大”落实到科技创新、产业发展和社会治理全过程中。

只有这样，人工智能带来的巨大生产力，才能真正转化为全体人民共享的现代化成果，而不是少数人的技术盈余。（作者供职于中共温州市委党校）

长三角“五一”文旅热度爆表

文旅市场正在被“内容”和“人群”重新定义

数字长三角

本报记者 崔艺林

今年“五一”，长三角文旅市场交出了一份亮眼的成绩单：5月1日当天，铁路发送旅客473.8万人次，创下单日历史新高；上海、南京、杭州跻身全国热门目的地前十。

在破纪录的客流数字之外，更深层的变化正在发生——市场正在被“内容”和“人群”重新定义。

文旅供给“花样”更多

这个“五一”，国内游火爆。多家OTA平台数据显示，上海、南京、杭州进入全国热门目的地前十。

大流量背后，长三角拿出了赛事经济、赏花经济、非遗经济等一系列丰富多彩的文旅产品。

“为一场赛事赴一座城”，跟着苏超游江苏”成为新潮流。数据显示，“五一”期间江苏酒店预订同比增长超50%，省内各景区门票预订同比增长33%。

不少人把“赏花”作为“五一”出游的新选择。据携程研究院数据，“五一”期间，上海、黄山、扬州都入围全国赏花前十热门城市；黄山、瘦西湖位列全国赏花前十景区。

非遗发展为沉浸式体验。昆山戏曲百戏博物馆推出名角现场演出，同时设计“百戏游园会”，皮影拓印、锦上云肩手作等非遗手作活动。

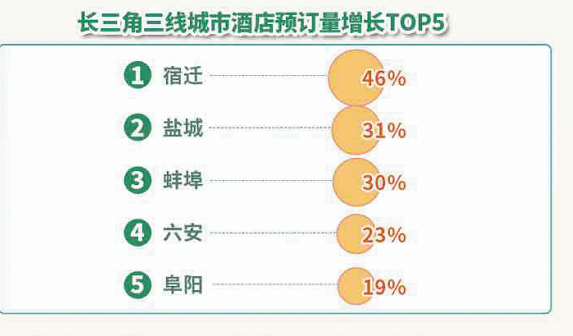
长三角旅游呈现出更加明显的“内容驱动”特征。特色活动不仅丰富了假日旅游产品供给，也增强了游客出行的参与感。

多城串游、小城爆火

旅游平台数据显示，“五一”期间，自驾游订单增长近六成，异地



“多城游”带动长三角三线城市酒店预订增长118%，“五一”期间预订2个及以上城市酒店的“多城串游”订单量增长118%



租还车订单量增超1倍，不少游客选择一次体验多个城市，而这种趋势在长三角更为明显。

长三角“多城串游”的趋势，让不少小城流量暴增。去哪儿旅行数据显示，长三角三线城市中，宿迁酒店预订增速最高，达46%；盐城、蚌埠、六安、阜阳酒店增长明显。同程旅行数据显示，浙江的安吉县和桐庐县均位于全国热门县域目的地前十。靠“三件套”火出圈的顺德，登上“五一”首日宝藏小城第二位。

去哪儿旅行数据显示，沪苏浙皖“五一”期间热度最高的景区TOP10，除了黄山风景区、苏州拙政园、扬州瘦西湖、上海迪士尼度假区这些传统强势景点外，金华横店影视城、台州神仙居、南京西花园乐园也冲进前十。安徽文

旅市场表现尤其亮眼，黄山热度登顶，顺德、蚌埠、六安等城市热度上涨明显。据安徽省旅游协会分析，传统大景区和宝藏小城正在“分层共舞”。

当下，游客愿意为一条精心设计的串联路线、一座有温度的小城、一段可重复的深度体验多次消费，越来越多宝藏小城正被发掘。

新人群重塑市场逻辑

飞猪旅行数据显示，“五一”假期，“05后”消费者预订人次同比大增130%，增速领跑所有年龄段，成为未来增长的“潜力股”。这群“社会新生代”，正用独特的偏好重塑旅游市场。大学生橙子分享了她的旅游攻略：门票用足学生优惠政策，省下的

钱大多花在“吃”上，本地老店、特色小吃、网红店铺统统不落。还有些“05后”倾向于“兴趣导向型出行”。电竞酒店、汉服写真馆、二次元店铺……都成为旅游新目的地。年纪更小的“10后”们则以独特的方式参与文旅市场。浙江大部分地区中小学生的暑假，与“五一”连休形成8天长假，直接拉动了家庭亲子游的爆发。携程数据显示，浙江亲子游客流同比增长31.1%。为此，浙江迅速响应，整合超100家景区及博物馆资源，推出中小学生免费、半价优惠政策。这种可逛、可看、可品的沉浸式体验。这种充满故事性、话题性、观赏性、吸引力、体验感的设计，恰恰是吸引客流的关键变量，也是当下零售业的核心竞争力。与此形成鲜明对照的是，现在5A

长三角消费动态观察

有较好收入的消费者队伍，才能支撑有品质的消费

专家观点

徐根兴

消费拉动经济正在成为当下长三角的现实。这些年，所谓新型消费不断进入民众生活，发展型消费、享受型消费正在成为长三角百姓的主要消费形态。长三角消费拉动经济的潜力是巨大的，因为超越了人的生理需要，满足人民美好生活的精神消费可以被无限延长和延伸。

体验消费成为重要形态

除了购物，体验逐渐成为消费的主体之一。有人形象地比喻，体验消费的外在表现是在消费过程中，“把钱留下来，但什么也没有带走”。

现实中长三角地区包含体验场景的商业综合体越来越多，商店业态在数字时代重新出发。消费场景的氛围大大胜于个体网购的独乐乐。大型商业中心和商圈所提供的美感、享受、热度都不是网购可以替代的，想买东西就网购，想生动有趣的消费和社交以及体验文化氛围感就逛街，由此可以推论，实体经济空间不但不会消失，还会越来越繁荣。

美丽街区、温情的公共空间让消费成为自然而然，让购物情不自禁。“苏超”的爆火已经证明了体验消费的强大魅力，看足球比赛只是一个载体、一个理由，开心才是消费的场景，是为情绪价值买单。去年6月上海揭幕全新概念地标“路易号”，迅速引爆社交媒体，成为最热打卡点，周边重点商场客流同比增长50%，销售额普遍实现翻倍增长。这一现象级消费场景将品牌的探索文化与现代前沿科技、沉浸式艺术演绎、商业零售进行有机融合，创造出可逛、可看、可品的沉浸式体验。这种充满故事性、话题性、观赏性、吸引力、体验感的设计，恰恰是吸引客流的关键变量，也是当下零售业的核心竞争力。

与此形成鲜明对照的是，现在5A级景区不香了，年轻一代游客更追求个性化、体验感，那些又贵又挤的传统5A级景区，正在逐渐失去其在假期出游中的首选地位。可见，资源型景区如果不向创意型景区转型，是很难欣欣向荣的。这几年国潮、国货、中国品牌主要借助新媒体平台，更多地走进了消费者的生活。中国品牌打破了国际名牌通过掌控时尚杂志和电视媒体的品牌通道，开辟了数字时代以“去中心化”和低成本塑造品牌的新路径，使得众多的中国优质产品和优良品牌得以传播并获得消费者的信任，最终实现线上线下既打卡又刷卡的境界。中国强大的制造能力生产的高质量国货，持续提升了对消费者的信心和信任。

专家观点

徐根兴

消费拉动经济正在成为当下长三角的现实。这些年，所谓新型消费不断进入民众生活，发展型消费、享受型消费正在成为长三角百姓的主要消费形态。长三角消费拉动经济的潜力是巨大的，因为超越了人的生理需要，满足人民美好生活的精神消费可以被无限延长和延伸。

构建促消费社会生态

有较好收入的消费者队伍，才能支撑有品质的消费。国家提振消费的有关举措中也特别强调增加民众的收入。上世纪前期，随着流水线在工厂普及，某汽车公司将工人日薪从2.3美元提升到5美元，一方面是工人在流水线上作业更辛苦，另一方面企业认为，如果自己生产的汽车自己的工人买不起，那社会将无法接受这个产品，工厂只能关门。这一举动也影响了行业中的其他厂商，从而催生了一个购买经济型汽车的群体，带来了汽车业的繁荣。这是企业推动消费的行业责任。

同时，必须明确，提高劳动者收入，不等于仅仅直接支付报酬。工资的组成部分包括钱、假期、工作环境 and 幸福感。因此，带薪假期也是收入的重要组成部分，好的精神状态才能体验好的消费，制定切实可行的带薪休假制度已经是促进消费的迫在眉睫的问题，长三角必须破解现实中较为普遍存在的有假不能休、不敢休的问题。

另外，需要特别清醒的是，当下鼓励消费不是鼓励浪费，鼓励花钱不是鼓励消费者超越能力地负债。特别要预防年轻人在引领消费新时尚的时候，成为这种“引领”的受害者。（作者系中共上海市委党校教授）