

趁热出圈 江苏外贸企业抢抓清凉经济

随着北半球国家和地区气温升高，进出口大省江苏的外贸企业趁“热”出圈，抢抓“清凉经济”。空调、冰箱、电风扇等制冷电器出口销量爆单，水上游艇、潜水装备、冲浪泳镜等持续走红海外市场。

在南京天加环境科技有限公司，前来参观商谈的海外客商一波接一波。公司2022年全系统营收103亿元人民币，同比增长21%。

“今年，公司向中东、东南亚出口的传统空调制冷机组订单量均同比增长了50%以上，随着气温攀升，6月以来销量涨幅明显。”南京天加环境科技有限公司海外产品总监吴志国8月9日介绍，进入夏季，全球大型

数据中心的冷却降温需求更为迫切，公司发往北欧、东欧的低能耗型数据中心冷却设备销量增长了一倍以上。

在海信容声（扬州）冰箱有限公司车间，冰箱在自动传送带上依次被预装、发泡、总装、检测、包装，最快每10秒就有一台冰箱自动下线，日前报关出口的4321台冰箱已装船发往了欧美市场。公司总经理于国强近日接受采访时说：“入夏后公司外贸出口势头良好，几乎每天都有货物报关，产线满负荷运转。”

开模、贴片、压胶、扎带……在昆山海纳川光学科技有限公司，生产设备飞速运转，工人忙得热火朝天。7月以来，该公司的泳镜在印度市场

持续走俏。

热销的还有防晒袖套等户外出行装备。市场数据显示，今夏高温天气持续时间长，人们对防晒的关注度高于以往。与防晒喷雾的“软防晒”不同，防晒袖套遮蔽式的物理“硬防晒”更加直接，爆款单品销量稳升。

凉席、凉垫等老家好物，也正“席卷”亚洲市场。在江苏和美家居有限公司车间，工人将烘干稻草放入半成品机器辊压成稻草板，放上蔴草席、缝上花边，蔴草席、榻榻米床垫逐渐成形。公司负责人表示，近期蔴草席、榻榻米等产品频繁打包发往日本，助力海外客户清凉一“夏”。

朱晓颖



Jiangsu China

联系电话：0086 - 25 - 83304121



8月13日，江苏南京，中外青年走进城南小西湖街区参观国家级非遗项目秦淮灯彩代表性传承人顾业亮工作室，了解秦淮花灯制作历史，体验舞龙。8月11日至18日，“同行中国·走进南京可持续发展训练营”中外实践活动在南京举办，20多名来自中国、德国等国家和地区一流高校的跨学科优秀青年学生围绕“城市文化品牌打造与国际传播”“青年和平行动”“城市生态系统”三个议题，在经济、社会、文化多个领域发展空间开展调研实践，探索研究城市文化形象及品牌建设如何助力城市可持续发展。

泱波摄



近日，航拍清晨的南京主城区，朝霞映满天。（无人机照片） 泱波摄

南京风尚文旅休闲全日游：Citywalker 乐享花式逛金陵

博物馆里上传统文化“小课堂”、古典园林中听越剧角清唱，人间烟火里品南京小吃，秦淮河桨声灯影里穿越五百年前的繁华盛都……8月以来，正值暑期旅游旺季，长三角历史文化名城南京准备了昼夜不休的文旅休闲全日游，供南来北往的Citywalker们花式逛金陵，尽享吃喝玩乐“慢”乐趣。

“同学们猜一猜这个甲骨文是什么汉字？”“这个字看起来像一只虫子。”“你说得没错，这个看起来像一只蟋蟀的字就是秋天的秋字”……在南京六朝博物馆内，一场场以中国传统节日民俗为主题的研学小课堂深受孩子和家长们的欢迎。

“大暑”“小暑”“立秋”“七夕”……每一个特别的日子前后，六朝博物馆“六朝青”志愿者团队的老师们都会以博物馆的精品文物结合中华传统文化、历史典故和民俗手作，为孩子们定制有趣有益又有新意的研学课程。

据六朝博物馆副馆长贺湘介绍，“博物馆的社教品牌‘小六学院’”目前已成为家长和孩子心中的必约暑期活动之一，“学院”的研学课程包括了传统茶礼、传统节日、六朝文化和中医药文化等分类，由专业团队进

行课程编排。”

据统计，近年来，随着南京市对市内文博场馆更新的大力支持，目前，全市备案博物馆已达70座、等级博物馆15座，涵盖历史、人文、自然科技、艺术等多个门类，“南京正在积极打造‘博物馆之城’，让诸多类型的博物馆塑造南京更为丰富的城市魅力，为游客市民带来多姿多彩的文化服务和研学体验。”南京市文化和旅游局相关负责人介绍。

秦淮河观光船贯通夜航风光带、老门东激活夜消费、中华门瓮城变身光影剧场……深受各地游客喜爱的南京秦淮风光带，也开启了日夜不停歇的观光体验。

创新打造的秦淮“舟游”线路沿着秦淮河穿过夫子庙最为繁华的街市，一路伴随着河岸古色古香建筑群、灯光影像和真人表演的互动，展开一段“人在船中坐、船在画中游”的秦淮河穿越之旅，欣赏《金陵胜景图》《上元灯彩图》等经典画卷在眼前徐徐演绎。

在中国现存规模最大的城门——南京中华门的瓮城内，以六百多座明城墙为画布的大型沉浸式光影艺术演出《心印·中华门》惊艳了每一位走进其间的游客。浮凸于明城墙

上的3D古战场、“彩绘”于墙体的大好山河、“挥毫”于墙上的大诗人“李白”……短短数十分钟之间，观者穿过一道道厚重的城门，领略这座古城墙的建成、曲折、坚守、蜕变和活化重生。

除了众多历史遗迹和名胜古迹，南京的美食也吸引着游客流连忘返。

在南京老门东街区，新引进中华老字号“朱鸿兴”、江苏首店“小吊梨汤”、网红餐饮“活泼先生”等商户，为历史文化街区发展注入新的动能。

“南京小龙虾吃了吗？”“奶茶哪家最好？”各社交平台上，南京鸭血粉丝汤、小龙虾等特色美食的点评率居高不下，频频成为热搜词。

品牌餐饮更是以“食”为媒，留住海内外游客的身和心。金陵饭店今年夏季以来策划了多场美食节活动，不断打磨产品，创新研发：金陵盐水鸭、苏式焖肉面、扬州烫干丝……代表着江苏十三个城市的经典菜肴在舞台上——展现，让宾客们足不出南京，便能畅享江苏美食。

据南京市文化和旅游局统计数据，在游客爆发式增长之际，旅游收入也全面提升：2023年1月至7月，南京实现旅游总收入1975.09亿元人民币，比2022年增长65.8%，比2019年增长31.7%。

值得关注的是，江苏省外游客在南京平均停留时长较2019年增加了3.15小时，在全国重点关注的城市中，南京夜间消费金额排名第4，消费人次排名第5。

除游览景区，南京活跃的演出市场也成为拉动消费的重要因素。据统计，2023年上半年随着演出市场迅速回温、强劲复苏，南京剧场内营业性演出达到535场，吸引超过16.5万人次走进剧场。

“截至目前，南京保利大剧院已经上演超71部剧目109场演出，几乎每个月都有大制作、高品质、高口碑的重磅剧目上演。该剧院已接待和服务观众44万人次，人群囊括游客、戏剧爱好者、大学生群体，亲子家庭等。”南京保利大剧院运营中心总监于鹏亮说。 申冉 杨颜慈



“舟游”线路沿着秦淮河穿过夫子庙最为繁华的街市，展开一段“人在船中坐、船在画中游”的穿越之旅。 泱波摄



8月8日，江苏南京，年轻人参与飞盘运动。当日是中国第15个“全民健身日”，以“全民健身 绘就幸福生活”为主题的2023年江苏省“全民健身日”主题活动在南京金地体育公园启动，现场开展花式空竹、街舞、三人篮球赛等运动项目，引导民众主动健身，让运动健身为高品质生活赋能增色。

泱波摄



8月9日，江苏南京，观众在南京古生物博物馆内参观合川马门溪化石标本。正值暑期，众多家长带着孩子在此参观恐龙标本、5.18亿年前的澄江生物化石、奇特昆虫标本等，了解地球历史印记。 泱波摄