

長三角首店首發經濟拉動消費熱

從首發、首店、首秀，到首展、首演、首創，“五一”假期迎來傳統消費旺季，長三角各地解鎖首店首發經濟密碼，得“新”應“首”持續激發消費市場新動能。

新店近期在長三角紮堆開業。5月1日，京東在南京的首家超大型沉浸式綜合購物中心京東 MALL 開業，涵蓋 200 多家海內外品牌、20 余萬種商品。4月30日，江蘇首家蘇寧易購 Max 店在南京開業。4月19日，國際連鎖零售巨頭奧樂齊（ALDI）在蘇州、無錫同時開出江蘇省內的雙首店，同日南京首家“盒馬 NB”開門迎客。4月15日，作

為安徽首店的合肥山姆會員商店啟動營業。

“網紅”奶茶的首家門店、動漫“穀子”的首發新品、熱門 IP 的首個展覽、時尚潮牌的首個秀場……首發場景正成為當前消費市場的流量通道，消費新場景、新模式受到年輕人關注。以南京的首店為例，京東 MALL 融入了電競娛樂、咖啡烘焙、個護美妝等超過 30 個體驗場景，從 3 月試營業至 4 月 29 日成交額突破 1.5 億元（人民幣，下同），建店以來累計銷售額突破 3.3 億元；蘇寧易購 Max 店集合“科技＋生活＋社交”零售空間，

以烘焙課堂、電競賽事、親子智教等吸引年輕人線下社交等。

在業內人士看來，首發經濟形成了涵蓋新品發佈、首店落地、總部經濟的全鏈條產業生態，是地區商業活力、消費實力、創新能力、國際競爭力、品牌形象和開放度的注腳，是消費升級、產業革新的重要抓手。

從上海國際消費中心的首店，到南京、杭州的全球首展首秀，到安徽科創高地的首發場景，作為中國消費能級最高的區域之一，長三角地區正以首發經濟為抓手重塑產業格局。各地以首店、首發經濟為引擎，融合本地特色

產業加速產城融合，構建“首發經濟－商圈迭代－服務升級”的生態閉環，為拉動消費持續蓄力。

上海市商務委員會副主任劉敏介紹，隨著今年“首發上海”活動啟動，將推動細分行業的消費新品在上海首發首展，推動潮流活動提質升級，讓首發經濟成為上海城市的“新名片”。江蘇省商務廳流通處相關負責人表示，該省將大力發展首發、首店經濟，支持開展新產品新業態新場景的展覽、展示、展演，同步推出夜宴、夜飲等消費服務。

朱曉穎

第五屆淮河華商大會在江蘇淮安開幕

第五屆淮河華商大會 5 月 13 日在江蘇淮安開幕。近 300 名僑領、華商齊聚淮水之濱，圍繞“鏈通江淮 智贏未來”，聚焦產業發展和項目合作，共敘情誼、共話未來。

“我們將本著資源共享、優勢互補、業務協同、互利共贏原則，強化合作共識，聚焦抱團發展，以淮河華商大會為平臺，尋求具體項目及合作機會，促進信息互通、設施聯通、貿易暢通、資本融通，著力構建淮河生態經濟帶華商合作網路，向著‘中國領先、世界一流’的目標穩步邁進。”歐洲華僑華人社團聯合會主席曹燕靈說。

中宏科創聯合創始人兼首席技術官林玉春稱，淮安是一座兼

具歷史底蘊與現代活力的城市，獨特的區位優勢、完善的產業配套和優越的營商環境，為企業發展提供了強有力的支撐。從項目簽約到落地開工，政府專班全程提供“一對一”精準服務，審批流程高效順暢。淮安在人才引進、政策扶持、基礎設施配套等方面也給予了極大幫助。

2021 年至今，淮安連續舉辦五屆淮河華商大會，海內外僑領、華商走進淮安，為推動區域經濟融合發展、協調發展注入強勁動能。淮安市委書記史志軍說，真誠期盼各位新老朋友以此次大會為契機，碰撞思想火花、分享產業資訊、深化對接合作，共同“鏈”出廣闊天地、“通”向合作新路、“贏”得精彩未來。

徐珊珊



南京紫金山燕雀湖睡蓮初開

▲ 5 月 14 日，江蘇南京紫金山燕雀湖水面上生長的睡蓮初開。

決波 攝

截至2024年底 江蘇每23.6萬人擁有1座博物館

5 月 7 日，江蘇省文旅廳召開 2025 國際博物館日江蘇主會場活動新聞發佈會，通報相關活動安排並發佈江蘇省 2024 年博物館事業發展報告。會上公佈，截至 2024 年底，江蘇共有備案博物館 362 家，每 23.6 萬人擁有 1 座博物館。

報告顯示，2024 年，江蘇新增備案博物館有南京市手語博物館、江蘇海事職業技術學院海事教育博物館、無錫慈善博物館、崑山戲曲百戲博物館、揚中市陳履生竹器博物館、茅以升紀念館、宿北大戰紀念館 7 家。揚州中國大運河博物館等 13 家博物館晉級國家一級博物館，泰州市博物館等 43 家博物館晉級國家二、三級博

物館。

截至 2024 年底，江蘇 362 家博物館中，歷史文化類博物館最多，占比為 30.3%；320 家免費開放，占比達 88.4%。江蘇每 23.6 萬人擁有 1 座博物館，設區市中人均擁有博物館數最多的為無錫市，每 11.7 萬人口擁有 1 座博物館。

江蘇堅持推動優質文化資源直達基層，充分發揮南京博物院、揚州中國大運河博物館、蘇州博物館等熱門博物館資源優勢，以“數字展＋珍貴文物＋文創藝術”相結合形式，創新舉辦“數見蘇韻·家門口看大展”環省行活動，讓江蘇頭部博物館的優質文化資源與老百姓“直接見面”。徐珊珊



Jiangsu China

联系电话：0086-25-83304121



崇啟公鐵長江大橋建設加速 總體進度完成三分之二

▲ 5 月 15 日，在長江入海口北支航道上，由中鐵大橋局承建的崇啟公鐵長江大橋南、北主塔進入施工沖刺階段，現場 500 余名建設者全速推進主塔上橫樑模板和鋼筋綁紮作業。崇啟公鐵長江大橋是上海至南京至合肥高鐵控制性節點工程，全長 4.09 公里，是江蘇啟東與上海崇明的主要連接通道。目前，大橋總體施工進度完成三分之二。圖為建設者在現場施工。（無人機照片）

決波 攝

2025 年前四月江蘇省外貿進出口同比增長 5.7%

南京海關 5 月 15 日發佈數據，2025 年前 4 個月，江蘇省貨物貿易進出口總值 1.85 萬億元（人民幣，下同），同比增長 5.7%，占同期中國進出口總值的 13.1%。

2024 年江蘇進出口規模居中國第二，今年以來江蘇省外貿開局平穩。

南京海關統計，今年前 4 個月，江蘇省外商投資企業進出口 8642.5 億元，同比增長 7.2%，外資企業進出口比重提升；江蘇省對共建“一帶一路”國家進出口 9033.7 億元，同比增長 9.6%，拉動該省進出口增速 4.5 個百分點。其中，今年前 4 個月，江蘇對東盟進出口 3365.6 億元，同比增長 23.4%。

作為江蘇的產業強項，裝備製造業進出口也實現了增長。今年前 4 個月，江蘇省機電產品出口 8480.1 億元，同比增長 11.1%，占該省出口總值的 68.9%，其中電腦及其零部件、船舶分別出口 767.4 億元、392.2 億元，分別同比增長 4.3%、12.6%；進口機電產品 3507.1 億元，增長 3.1%，占同期全省進口的 57%。

朱曉穎



前 4 個月中國汽車產銷量首次突破千萬輛

▲ 5 月 12 日，中國汽車工業協會公佈的資料顯示，2025 年 1 至 4 月，中國汽車產銷量分別為 1017.5 萬輛和 1006 萬輛，同比分別增長 12.9% 和 10.8%。前 4 個月產銷量首次突破千萬輛。資料圖為江蘇常州一家汽車製造企業內的生產景象。

決波 攝

嶺南盆景遇上江南園林：移步異景賞一盆一世界

“素心觀止 枝間悟道”嶺南盆景拙政園特展 4 月 30 日在世界文化遺產蘇州拙政園啟幕。此次特展是嶺南盆景首次大規模亮相蘇州古典園林，150 餘盆（組）嶺南盆景佳作“嵌入”拙政園的亭臺樓閣，令觀者在江南園林的移步異景中欣賞嶺南盆景的一盆一世界。

嶺南盆景是中國盆景的五大傳統流派之一，以“自然野趣、蒼勁雄奇”著稱。本次展覽以拙政園為天然畫布，巧妙地將嶺南盆景佳作融入拙政園的肌理中。盆景作品既有百年樹齡的古樸盆景，也有融合現代審美的創新之作，全面展現嶺南盆景“師法自然、因材施藝”的藝術精髓。

蘇州市拙政園管理處主任、蘇州園林博物館館長薛志堅表示，嶺南盆景的“素仁格”清奇古雅，蘇派盆景的“雲林意”飄逸空靈。雙方雖流派迥異，卻同樣體現出對自然的敬畏、對生命的禮贊、對天人合一的永恆追尋。這場南北交融的盆景盛宴讓嶺南的虬枝鐵幹與蘇州的曲徑漏窗相映成趣，令“雖由人作，宛自天開”的園林智慧在盆景的枝丫交錯間煥發新的生機。

據廣東省盆景協會秘書長梁

寶華介紹，這是嶺南盆景第一次以獨立的主題走出廣東省。本次展覽主要選取由廣州海幢寺原住持素仁和尚開創的“素仁”盆景藝術，風格素雅而簡潔，與蘇州園林中的樓閣廳堂頗為契合，期望這次嶺南與江南的文化碰撞，能產生新的藝術火花。

穿梭於拙政園的曲徑回廊、漏窗匾額，不經意回眸，精巧雅致的蘇式傢俱、匾額楹聯間，嶺南盆景於方寸世界中展現著蒼勁風骨，恰似一幅立體的畫卷。武漢遊客汪瓊恰好帶著孩子到拙政園遊覽，嶺南盆景與江南園林的“混搭”令她大感驚豔。嶺南盆景名家現場的剪枝展示也吸引了大批盆景愛好者前來交流取經。

在廣東省盆景協會會長黃遠穎看來，盆景雖有地域特色、派別之分，但是傳承、振興盆景文化，是中國盆景人的共同責任。嶺南盆景在發展中不斷學習其他流派的技藝，並借鑒其他地區在盆景品種改良、電子商務化等方面的成功經驗，不斷精進自身。他希望嶺南盆景與其他盆景流派今後能打破藩籬、共榮共生、攜手發展，助力傳統文化的活態傳承與創造性轉化。

鐘升