

“走出教室,奔赴春光”之后——

首个春假解锁了谁的“成长密码”

江苏首个春假连上清明假期,孩子们走出教室,奔赴春光,收获一段“3+3”的愉快假期。回头看,这个6天假期质量如何?孩子们对秋假又有哪些新期待?记者进行了多方探访。

“我要把春天过成一个动词”

背起行囊、走出教室,在田野、林间、海边、茶园开启一场别开生面的“自然课堂”——这是很多孩子今年“打开”春假的方式,丰富的研学产品和服务供给为结伴出游提供了海量实践出新知的场景。

春假期间,江苏省淮阴中学新城校区的一批家长、学生和教师,开展了一场人人参与的出游行动。该校初二(20)班的家长们商量决定,由班级家委会牵头组织,班主任全程陪同管理,全班40名学生全体参与,就近来一场“说走就走”的春假研学。孩子们从学校出发,先后前往今世缘酒厂、涟水红窑云锦博物馆与淮扬菜博物馆。而这三处点位的选取,也是家委会探讨过程中“碰撞出来”的结果:参访酒厂可以让孩子了解家乡特色产业,体会匠心传承;走进云锦博物馆能够感受传统手工艺的魅力,增强文化自信;增加淮扬菜博物馆的点位则起到丰富研学内容的作用,强化乡土认同。“春假和寒暑假以及普通小长假感觉不同,周边感、参与感满满。”初二(20)班学生颜楚瑛“回味”了一番后如是说。

有教师欣喜地察觉,经历假期后,一些孩子的面貌有了更为积极的转变。南京90后初中教师许敏带着108名学生赴扬州游玩后感慨,孩子们在走向春天、接触社会、探索实践的过程中思维更加开阔、心理也更阳光。在扬州时,她曾抛出一个问题:“如果用一句话形容春天,你会说什么?”收到的答案不再单一刻板。有个学生告诉她“我要把春天过成一个动词”,还有人說“春风十里,荠菜青青的温柔”。许敏既惊喜又欣慰。在她看来,春假已在一定程度上改变了青少年触摸社会、实践习得的状态,这种改变使得

教育改革之门越敞越开。

是托管,也是“春日成长之约”

春假期间,江苏各地纷纷推出托管服务,但与以往不同,春假托管并不只是简单“看护”。

“纸上得来终觉浅,绝知此事要躬行。”4月1日,南京晓庄实验学校组织的春假研学活动开营仪式上,校长鲁照斌道出劳动教育的真谛。他告诉记者,研学活动的本质是托管服务,不过学校并未按部就班,而是开发校内资源、推出营地活动,将春日劳动教育实践创新融入春假托管全过程,给托管的孩子带来一场沉浸式的“春日成长之约”。

说起春假托管时的情景,鲁照斌依旧笑容满面:“那几天,学校‘生活教育’一日营基地里,托管的学生跟着老师‘识春菜’。老师带领大家认识马兰头、菊花脑这些时令野菜,孩子们围在老师身边观察叶片形态,还有好奇的学生俯下身去闻草木清香。”到了“巧手做春”的环节,孩子们又化身“小小美食家”,把上午认识的野菜变成美味佳肴……

据统计,南京市金陵河西学校小学部3天托管参与人数依次为120人、90人和50人。4月1日,该校的劳动体验课上,“小小农夫们”在楼顶“百味农场”里忙得不亦乐乎。孩子们挽起衣袖,给绿植细心浇水、施肥,弯腰清理豌豆苗间的杂草,亲手埋下芋头的种子。学生孙灵惠说:“在学校种菜的劳动实践比在家看书有意思多了!”小学班主任王莉告诉记者:“这样的农耕活动,让孩子们走出教室,亲近泥土,感受粮食的来之不易,体验农耕的乐趣。”

除了中小学,春假期间社会各界也积极行动,上马一批公益托管服务。据淮安市团市委青少年部部长朱顺航介绍,他们依托团属载体和阵地,推出一系列红色研学、非遗传承、科普宣传、公益托管等“寻春”主题活动,淮安市青少年宫还开设“童享春光”特色课程,引导青少年感受文化、拥抱科技,在春日里解锁喜悦与成长。

“大人的春天,也值得被认真对待”

“江苏春假刷屏全网,当孩子们奔赴春光,公司对并肩前行的伙伴说,大人的春天,也值得被认真对待。所以这个春天,全体同事将享有4月1日至4月6日共6天带薪春假。这6天,不被工作消息打扰,不被进度催促脚步。可以陪孩子追风筝、看花开,把错过的亲子时光补回来;可以和父母踏青漫步,聊聊家常,感受岁月静好;也可以做回自己,躺在草地上追云发呆,让身心沉浸在纯粹的春日美好里。”3月底,江苏昆山一公司发布放3天带薪春假的通知引发关注,评论区网友更是赞叹,“这是什么神仙公司!建议全国推广!”

记者注意到,这是一家专注于泵阀销售与服务的专业化供应链公司,有职工31人,其中20多人的子女在念中小学,带薪春假是在职工年休假之外新设的,前后不调休。同时,该公司也制定了春假期间应急方案。

当孩子们拥抱春天的时候,不少家长却因工作牵绊而无法同行,“孩子放假家长上班”成为不少家庭的现实痛点。开启春假模式,不仅是一次文旅消费的创新尝试,更成为一场联动家庭需求、企业担当、公共服务的多方协同实践。

“百姓的呼声反映了影响春假开行质量的主要因素。”回顾今年春假,南京晓庄学院教师教育学院院长张济洲认为,春假从“放了”到“放好”,还需要进一步升级。在张济洲看来,除教育、文旅等部门外,社会面应当形成更有力的机制,兼顾企业生产运营和职工带薪休假,进一步卸下家长身上的包袱,让他们有更多可支配时间陪伴子女,真正让春假成为生活教育、美育、劳动教育的综合载体,实现家庭教育的提升和子女知行行的统一。

南京市中山小学校校长庄永洲期待10月至11月各地秋假期间,更多家庭能够更从容地安排时间,孩子可以在老师的建议和父母的指导下,更多参与假期攻略的制定,家校社在对青少年的呵护中,与他们一同“成长”。

(来源:《新华日报》)

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

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。

大型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列全国第七和第十二。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位均位于前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。

中国主题公园研究院院长林焕杰对记者表示,长三角地区经济发达,常住人口多,未来有望成为世界最具影响力的主题公园集聚地。

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,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……

国际与本土IP的互补格局,多元的旅游体验供给,避免了同质化内卷,让长三角成为全国主题公园产业最具韧性与创新活力的区域。

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电音舞台,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。

(来源:《解放日报》)

融“长”所长

RONG CHANG SUO CHANG

助力发展

ZHU LI FA ZHAN

存款余额达6.57万亿元,仅次于杭州和上海 南京“金融家底”跻身长三角TOP3

南京的金融实力,在长三角城市群中愈发亮眼。记者昨天获悉,截至2025年12月末,长三角地区本外币各项存款余额86.98万亿元。其中,南京以6.57万亿元的存款余额成为资金规模第三大城市,仅次于杭州和上海。

长三角地区,全称为长江三角洲地区,是中国经济发展最活跃、开放程度最高、创新能力最强的经济板块之一,涵盖上海市、江苏省、浙江省和安徽省共计41个城市。

此前央行上海总部发布的2025年长三角地区货币信贷运行情况显示,截至2025年12月末,长三角地区本外币各项存款余额86.98万亿元,同比增长9.3%。其中,南京“金融家底”表现优异,2025年末存款余额达6.57万亿元,仅次于杭州的8.35万亿元和上海的24.5万亿元。在江苏省内,苏州、无锡2025年末本外币存款余额分别为5.73万亿元和3.08万亿元。此外,宁波、合肥本外币存款余额分别为4.03万亿元和3.33万亿元。

记者进一步梳理发现,在长三角地区2025年末存款余额超万亿元城市中,南京存款余额同比15.27%的增幅位居首位。与此同时,南京2025年末6.32万亿元的贷款余额同样位居江苏省首位,金融支持南京经济高质量发展的力度持续加大。

“以15.27%的增速稳居长三角资金规模第三,我觉得是南京近年

来在新质生产力培育、金融供给侧结构性改革与区域协同发展中的一种综合体现,也是南京深厚实体经济底蕴与前瞻性金融布局双轮驱动下的必然结果。”长三角科技产业金融研究联盟秘书长陆岷峰在接受记者采访时表示,作为长三角北翼的“硬核”增长极,2025年南京GDP总量突破1.94万亿元,且高技术制造业、生物医药等新兴产业持续发力,为金融资本快速集聚提供了坚实的产业基础和现金流支撑。

从金融维度看,2025年南京金融业增加值实现9.4%的增幅,金融机构本外币存款余额达6.57万亿元,显示出极强的产业“供血”能力。“这种增长不仅是存量的积累,更是增量的爆发,反映了南京在科创金融改革、产业基金引导方面的制度优势。特别是建邺区作为重要金融中心核心集聚区,去年金融业增加值高达460亿元,连续5年保持全市第一,为南京资本增速贡献了核心动能。”陆岷峰说。

在陆岷峰看来,15.27%的增速背后,更是南京“金融+科技+产业”三位一体生态日趋成熟的重要体现,“不同于单纯依靠土地财政或房地产驱动的模式,南京通过打造金鹰嘴基金街区、发展数据资产证券等创新工具等模式,让金融资本深度嵌入产业链和创新链,从而实现资本的高效配置与增值。”

(来源:《南京日报》)

全省重点商贸流通企业实现销售额55.3亿元

江苏六天“春假”拉动消费增长7.9%

今年江苏首次将学生春假与清明假期相连,形成长达6天的“春日小长假”,休闲购物、踏青赏花、亲子研学等消费需求集中释放,消费市场供需两旺、活力迸发。省商务厅监测数据显示,4月1日至6日,全省重点商贸流通企业实现销售额55.3亿元,同比增长7.9%;省外来苏商品消费金额、消费人次分别同比增长20.6%、27.7%。

节日期间,全省以“苏新消费·春惠江苏”为主题,省市县累计开展710余场消费促进活动,发放超8600万元惠民消费券,联动超1.4万家商贸企业掀起消费热潮。省级层面重点开展票根经济促消费活动,累计发放10.6万份票根权益包,拉动消费1.3亿元;在南京、苏州、无锡3个试点城市开展有奖发票即时开奖活动,185.7万人次参与,发放即时奖金2142万元。各地同步开展“一市一主题”活动,苏州设立地铁“学生春假友好通道”,连云港赶海研学带动相关营收增长超150%,镇江重点商圈客流量同比增长22%。

“苏品苏货”在假期持续热销出圈。节日期间,“苏品苏货”线上线下专区销售额超5亿元,无锡打造线下消费专区,淮安、盐城、镇江分别通过演唱会展示、赛场展位、基层

海选等形式,助力本地好物拓宽销售渠道。

即时零售体验持续升级,全省商务部门联合盒马、叮咚买菜等平台开展多项促销活动,提供春菜生鲜、踏青用品极速配送服务;联动淘天、京东等平台推出网络促消费活动,聚焦多品类推出优惠。8家重点平台发放优惠券和红包5000万元,实现销售额近32亿元,同比增长30%。

商品消费活力充分迸发,汽车购新、消费品以旧换新等政策落地见效。数据显示,节日期间全省汽车购新和以旧换新分别申请补贴0.4亿元、1.4亿元,分别拉动销售19.7亿元、20.5亿元;家电(GC)以旧换新发放补贴1.1亿元,拉动销售8亿元。

服务消费全面升温,美团数据显示,全省餐饮、住宿消费交易额分别增长10%、20.2%。亲子研学、品质民宿受热捧,南京推出亲子研学体验营,重点监测酒店入住率同比增长20.6%;扬州品质民宿平均入住率超95%。餐饮市场同步发力,南通推出“学生家庭餐”“踏青外卖套餐”,泰州早茶人气高涨,门店日均翻台四五次。

(来源:《新华日报》)

2025年度全国十大考古新发现初评结果揭晓

繁昌神墩头遗址入围终评

4月7日,2025年度全国十大考古新发现初评结果揭晓,安徽繁昌神墩头遗址与吉林东部长白山旧石器时代遗址群、湖北荆州纪南城遗址、陕西西安阿房宫遗址等共计21个项目入围终评。

繁昌神墩头遗址位于芜湖市繁昌区平铺镇,占地面积约8万平方米,遗址平面略呈“凹”字形。2024年、2025年,在安徽省文物局的组织指导下,南京师范大学联合安徽省文物考古研究所、芜湖市文物考古研究所、芜湖市繁昌区文物保护中心对该遗址先后进行两次考古发掘,揭露面积1640平方米。考古发现土墙、门道、壕沟、道路等遗迹186处,出土陶器、豆、罐、斧、铤、箭镞等

遗物923件。

以繁昌、铜陵为中心的皖南铜区铜矿资源丰富,为中国早期青铜冶铸三大中心之一,区域内虽已发现众多商周时期矿采、冶炼遗址,但经过较大规模发掘的铸铜遗址不多。据了解,神墩头遗址是长江下游地区迄今发现的面积最大、文化内涵丰富、具有典型代表意义的周代铸铜遗址,也是一处西周至春秋时期的重要聚落遗址,对探讨长江流域商周时期青铜冶铸工业面貌、区域聚落形态、乃至长江流域文明进程、国家形成发展等学术问题均具有十分重要的意义,是近年长江流域商周时期冶金考古的重大发现。(来源:《安徽日报》)

大运河畔、高铁站旁、油菜花田边——

扬州首个泛宠物主题街区来了

预计今年“五一”前亮相

最近,扬州养宠圈里悄悄在传一个消息:高铁站附近,一片油菜花田旁边,正在建一个能带宠物游泳、吃饭、开派对的街区。记者近日从生态科技新城了解到,这片街区名叫“晴天里”,是扬州首个泛宠物主题商业街区,由上海麦稷团队运营,预计今年“五一”前亮相。

抢抓风口,新城率先布局宠物经济新赛道

2025年底,扬州出台《关于促进宠物经济高质量发展的实施意见》,明确提出到2027年宠物产业规模力争突破30亿元。生态科技新城作为扬州融入长三角的“门面”,敏锐捕捉到这一产业机遇,率先引入“晴天里”项目,打造宠物主题商业标杆。

“晴天里”的区位有其独特优势,项目位于高铁站附近,拥有开阔的户外空间、大运河畔的风景、大片的生态绿地,这些在城市中心稀缺的资源,恰恰是养宠家庭最需要的。“年轻人养宠,要的不只是遛宠,而是社交,是同类人群的聚集、是情绪疗愈。”项目负责人吴计瑜说。

项目没有局限在传统猫狗业态,而是提出“泛宠物”概念,将蜥蜴、蛇、兔子、金鱼、鸟类、蝴蝶等纳入其中。例如,蝴蝶茶馆以蝴蝶为主题,将下午茶、融合

餐、手作体验、艺术展陈融为一体,打造“体验型经济”的样板。

创新运营,打造“人宠共乐”的生活方式

在业态规划上,“晴天里”采取“宠物垂直”+“泛宠周边”双线布局。约4500平方米的“宠物垂直区”聚焦宠物服务:宠物乐园、人宠餐厅、寄养酒店、宠物烘焙、手作服饰、宠物摄影等,形成完整的服务链条。“我们正在做一个室内恒温宠物游泳池,整个扬州目前还没有。”吴计瑜介绍。

在服务设计上,项目力求差异化。人宠餐厅推出“亲宠餐”,传递“宠物是家庭一员”的理念。团队核心成员还有动物行为学老师,能从宠物情绪出发设计服务,让专业成为项目的独特壁垒。

更值得关注的是项目的运营机制。“晴天里”推出“青春合伙人”计划,不把商户当租户,而是当“合伙人”,共同参与内容共创、利益共享。“我们会有很多联名产品,一起对外输出,所有人是一个家庭。”吴计瑜说。

据悉,“五一”期间,“晴天里·千宠遛遛大会”将举办,猫、狗、蜥蜴、鸟、兔子都可以参与巡游,还有大富翁游戏、猫选美大赛等活动。吴计瑜介绍,后续还将

引入飞盘赛、宠物时尚节、兔子展、IP赛事等,保持“月月有活动”。

政企合力,共绘宠物经济新蓝图

“晴天里”的探索,恰逢扬州宠物经济政策东风,不仅填补了扬州宠物主题商业的空白,更为全市宠物经济发展提供了鲜活的实践样本。

“希望看到更多宠物赛事、行业交流、展会在扬州落地,形成集聚效应。”吴计瑜表示,也期待更多宠物友好单位联动,共同打造长三角宠物旅游目的地,让宠物经济真正走向“概念”走向“落地”。

“我们将继续优化营商环境,为宠物经济项目提供有力支撑,让更多‘探路者’成为‘同行者’。”生态科技新城相关负责人表示。

“晴天里”的春天,才刚刚开始。而对于生态科技新城乃至整个扬州的宠物经济来说,这样的探路者,正是走向30亿元目标的第一步。(来源:《扬州日报》)