

淮南日报

长三角新闻

HUAINAN RIBAO

淮南日报社出版

国内统一连续出版物号 CN34-0006
网址:Http://www.huainanet.com

2026年3月2日 星期一

丙午年正月十四

总第15796期 今日8版

A1



中国农业银行
HONGKONG BRANCH OF CHINA
淮南分行

政府消费券

1月22日至2月28日

2026 喜迎新春 乐购毛集

¥20 消费满100元使用一张

¥40 消费满200元使用一张

¥60 消费满300元使用一张

¥80 消费满400元使用一张

¥100 消费满500元使用一张

参与活动商户:

毛集实验区世纪缘酒店
毛集实验区惠家超市
夏集洪润联华超市
毛集实验区御泉湾酒店
毛集实验区聚丰楼饭店
毛集实验区新时代酒店
毛集实验区桃林居

领券方式:农业银行APP-城市专区-毛集区政府消费券
优惠券数量有限,先到先得。

上海春兰展启幕,非遗传承人现场传授技艺

助力长三角一体化发展在文化领域落地生根

新民晚报记者 金旻矣

孟春寻芳,赏兰吉时。旨在传承中华兰文化的第三届上海春兰展2月28日至3月18日在上海植物园举行,本届展览以“三春辉映冰雪姿”为主题,邀广大市民共赴一场“春日君子之约”,分会场上海曲水园和上海醉白池公园也同步启幕。

呈现四绝之美

本届春兰展主会场精品荟萃、匠心独具,从名品展示、非遗传承到文化惠民,全方位呈现春兰“色、香、姿、韵”四绝之美。

展览汇聚百余品种,300余盆春兰,不仅有上海植物园多年保有的国兰名

品,也有杭州西湖风景名胜景区花港管理处、苏州市拙政园管理处(苏州市园林博物馆)、留园管理处、泰州市兰花协会等长三角多家单位选送的春兰佳品。

通过活态保护与品种创新,兰文化在传承中焕发新生;同时,展览搭建起长三角兰艺创新交流平台,共探品种培育、文化展示与创新发展新路径,助力长三角一体化发展在文化领域落地生根。

本届春兰展的分会场位于上海曲水园和上海醉白池公园,那里的兰花与古典陈设相得益彰。在江南古典园林中,一方兰桌与几从幽兰演绎出各具风情的东方美学。

兰艺可感可学

兰文化如何走出小众圈层,走进寻常百姓家?展览通过科普展板、创新展陈、非遗跨界、活动体验等多元形式,激发群众参与热情,让传统技艺走近大众、焕发新生。专题科普展板系统梳理了兰花栽培非遗的传承脉络、核心技术与发展历程,并设置春兰科普、文化溯源、名品图鉴三大特色板块,让传统兰艺可感可学。

非遗传承人现场展示潜心创作的兰花栽培作品,实现“传技”与“展艺”有机融合。兰花栽培技艺与海派盆景技艺非遗传承人还跨界联手,融合传统兰艺

与盆景美学,结合“兰石图”“兰归图”的艺术精髓,创新打造场景化的展陈形式,让兰文化以更鲜活的态度融入生活。

值得一提的是,上海植物园一直致力于山茶属资源收集保存和创新利用。依托这一科研方向与特色优势,本届春兰展还同步推出专题山茶品种展示,展出国内外新优山茶品种近60个,共100余盆。其中,上海植物园自主培育的5个新品种与6个野生种尤为珍贵,既彰显本土育种实力,又尽显自然野趣。同时,还展出引进自澳大利亚、美国、日本等国的特色品种,各具风貌。展览创新探索海派盆景与山茶的融合模式,通过科研积累与园艺美学的结合带来独具匠心的观赏体验。

领跑电影春节档的长三角密码

解放日报记者 崔艺林

截至2月23日24时,2026年春节档放映场次达435.5万场,刷新中国影史春节档总场次纪录。长三角地区表现抢眼,江苏、上海分获省级与城市票房双第一,区域贡献全国超1/4的份额。

今年春节档以6部新片为主力,《飞驰人生3》《惊蛰无声》《镖人:风起大漠》《熊出没·年年有熊》位列票房前四。

根据猫眼专业版数据,从场次上看,春节档场次已达435.5万场,较去年348.7万场有大幅提升,刷新了中国影史春节档总场次纪录。相比之下,本届春节档票房57.52亿元,水平有所下降。

这两组数据为何呈现不同的走向?仔细分析,整体上座率有所下降,根据猫眼专业版,最热的《飞驰人生3》上座率为28.1%。“熊出没”新作上座率为26%左右。对比去年,《哪吒之魔童闹海》上座率超过50%,《熊出没·重启未来》上座率也超过了30%。

另外,今年春节档平均票价为47.8元,落到了近5年的最低水平。上座率的下降加之平均票价的下滑,都导致了今年场次高而票房低的局面。

不过,2026年春节全国日均排片量提升显著,尤其三四线城市新增影院数和银幕数持续扩张,使得单位时间内的放映密度提升。虽然单场收益降低,但通过“薄利多销”模式,成功拉动人次增长。这种“以量补价”的策略,在短期虽压低总票房,却有效激活了下沉市场潜力。

票房占比超1/4,长三角地区成为春节档最亮眼的区域。总量上来看,长三角合计贡献票房超14亿元,占全国比重超过1/4,远高于其人口占比。其中,上海稳居城市票房收入第一位。江苏稍落后于广东,位于省级地区票房第二位。

长三角的表现强劲,源于三大核心优势:一是影院基础设施高度密集。截至2025年底,江苏全省共有影院1305家、银幕8167块;截至去年6月,上海全市16个区共有358家影院、2217块银幕,规模体量居全球城市首位。头部影院的密集也带来了更大的市场增量。

二是下沉影院的爆发式增长。数据显示,三四线城市贡献了今年春节档总票房超过50%。截至2月22日24时,江苏盐城票房收入位于长三角城市第9位,全国城市第23位,成为三线城市中的佼佼者。从2025年全年数据看,昆山电影票房超1.74亿元,稳居全国县域“头把交椅”。而在安徽阜阳颍州的一家万达影城则成为春节档安徽全省票房收入最高的影院,可见三四线城市的蓬勃消费力。

三是本土元素IP赋能。《飞驰人生3》作为上海出品,韩寒执导、沈腾主演的作品,深度融入长三角元素,并在上海、浙江等地取景拍摄,引发本地观众自发打卡。F1中国大奖赛将在上海开赛,作为顶级赛事与上海这座城市深度融合,让不少人与电影中的赛车元素深感共鸣,进而购票观影。

国家电影局发布的数据显示,中国电影2025年全年产业链产值达到8172.59亿元,票房拉动系数约为1:15.77,这意味着,每1元的票房收入,能带动近16元的相关消费。

“隔壁就是客户”,行业巨头将全球研发总部落地闵行

今日闵行

2月28日,上海市人民政府举行新闻发布会,会上透露,2026上海全球投资促进大会暨“投资上海”活动周将于3月14日正式开幕,主会场设在上海东方枢纽国际商务合作区。闵行区将于3月16日召开“2026闵行区投资促进大会暨商业航天产业推介会”。同时,推出商业航天、低空经济等特色考察路线,让参会者深入产业园区、龙头企业实地考察。

旁听了本次发布会的人本集团有限公司党委书记、副总裁龙绍生在接受澎湃新闻记者采访时表示,这是该集团首次受邀参加上海全球投资促进大会,“参加这样的大会,对于我们集团以及全球的上下游合作伙伴,相关的高校科研机构都是一个非常好的交流平台,可以给我们的客户提供更多的研发支撑、产品迭代升级服务。客户也可以把他们需求转化成我们的设计输入,这是一种双向奔赴。”

人本集团是目前国内规模最大、品类最全的综合性轴承制造集团,同时也是全球轴承行业前十中唯一的中国企业。龙绍生表示,上海是一个非常独特的城市,产业集群非常丰富,轴承产品所配套的装备、所需要的应用场景在上海几乎都有,人才对于高端轴承研发至关重要,而上海近悦远来的人才政策也是众所周知的。经过综合考量,人本集团决定将全球研发总部落地闵行区浦江镇,并于2026年1月7日正式开工建设。

“我们选择闵行区浦江镇,一方面,离上海交大、华东师大等高校很近,人才资源比较丰富的;另一方面,对于高端轴承所需要的应用场景,比如机器人、工业母机、低空飞行器、节能与新能源汽车等都有。不夸张地说,我们的隔壁就是客户,就是人才供给。”龙绍生说,“再加上近些年与当地业务主管部门、服务部门打交道非常畅通,各方协同和行政效率也是非常高的。”龙绍生举例说,人本集团全球研发总部项目开工之前,市、区、镇相关部门就来到该地块提前筛查影响开工的可能因素并很快解决了问题,让项目得以准时开工。

根据规划,该集团全球研发总部及智能制造项目规划用地300多亩,将分两期建设,一期项目计划2029年建成。(据2月28日今日闵行官方微信)



寻梅问春

2月28日,盐城市大丰区梅花湾内万株梅花争芳吐蕊,吸引了众多游客前来赏梅观景、打卡留影。朱小龙 摄 视觉江苏网供图

春风送岗 公益招聘

2月28日上午,淮南体育馆内外人头攒动、气氛热烈,2026年淮南市退役军人“建功新时代”暨“春风送岗”大型公益招聘会举行。这场由淮南市、上海市闵行区、南通市、泰州市三省(市)四地退役军人事务局及淮南市人力资源和社会保障部门、市总工会、田家庵区政府联合主办的招聘活动,汇聚了300余家企业、提供7000多个岗位。

本报记者 张越 摄



“人从众”!今年过年期间南京路步行街客流爆发式增长 “中华商业第一街”的“留量”密码

新民晚报记者 张钰芸

长三角观察

一条百年老街如何进化为一座“没有围栏的超级购物中心”?南京路步行街用IP化的统筹运营、空间维度的立体重构以及生态系统的共生融合,交出了一张答卷:马年春节,南京路步行街客流迎来爆发式增长,大年初一瞬时客流峰值直逼4.8万人,同比激增47%;假期前三日累计客流持续高位运行,同比增幅均超25%。这并非偶然的节庆狂欢,而是“南京路和你一起迎新年”这一超级商业IP历经五年长线深耕后,迎来的全面收获期。

以情感为纽带 破解流量转化难题

传统步行街的核心痛点是,海量过境客流难以转化为有效消费,泛流量繁荣背后是转化率与客单价双低的尴尬。“南京路和你一起迎新年”以情感为纽带,实现从“流量聚集”到“全域消费”的突破。

跨年消费券持续发放,将单纯促销升维为全街“造节运动”。2026年是IP活动推出的第五年,消费券首次实现线上线下联动,抖音首轮大额券25

秒售罄、小额券28秒售罄,支付宝线下领券点排起长队,平均核销率超92%。连续五年的“跨年不打烊”,推动30余家商户延长营业至凌晨,全业态联动激活夜间经济。元旦期间,沿线24家商户同比增长5.6%,两家核心百货销售额超1.7亿,酒店营收涨幅显著,印证了“造节”模式的实效。

老字号底蕴则成为留住人心的核心支撑。作为全国首屈一指的老字号聚集地,南京路50余家老字号承载着上海人的集体记忆。五年间,三阳南货、邵万生等老字号重装升级,化身“新国潮”;今年春节前夕,云南南路老字号美食街以“春启新巷”之名重聚南京路支马路,十余家老字号的集体入驻,将“城市烟火”转化为消费升级资产,让南京路成为市民与游客寻觅年味的核心场景。新春期间,美食街上客流涌动,一座难求,销售屡创新高。

文旅融合展合则进一步提升情感共鸣。马年春节,“骑马遇禧”禧市集融合潮玩、美食、体育与非遗体验;“票根经济2.0”联动剧场群落与老字号消费,新世界城“十二楼音乐剧之城”驻场剧目场场爆满,密集剧场群让南京路从“购物街”升级为“文旅聚合场”,实现商业与文化价值双向提升。

构建立体消费 延长客群停留时间

露天步行街的线性结构,易导致动线冗长、客流疲劳,制约消费转化。“南京路和你一起迎新年”以IP为支点,联动街区商户,从时间、空间、次元三个维度发力,构建立体多元的消费场景,延长客群停留时间,提升转化效率。

时间轴上,“跨年不打烊”持续升级,通过夜间券发放与商户延时营业,打破传统商街“人夜即冷”的瓶颈,激活夜间经济增量,让商街消费时间实现全天候延伸。

空间轴上,以“向上生长”破解商业冷区难题;悦荟广场引入酒店化解高层客流真空,打造“恰恰恰”主题空间集聚潮玩与餐饮;新世界新丸中心高区打造“外滩之眼”观景平台,低区构建“赛博朋克”主题场景,沿街立面开放实现街面与商场客流互通,让线性商街变得立体鲜活。

次元轴上,精准捕获Z世代年轻力。百联ZX创意市集集结头部二次元品牌,即将迎来MAPPA全球首家旗舰店,助力街区升级为“全球次元消费目的地”;宏伊国际广场潮流旗舰店、世茂广场“东西分治”精细化运营,结合马年春节“财神脉(卡皮巴拉)”快闪活动,精准对接年轻客群需

求,为百年商街注入青春活力。

整体生态协同 打造没有穹顶的超级Mall

商业街区的长期韧性,不在于单个商业体的强势,而在于整体生态的协同。“南京路和你一起迎新年”IP扮演“超级大脑”角色,打破商户“单打独斗”格局,将南京路打造成“没有穹顶的超级Mall”。

除了千万级消费券联动全街全业态,打破新旧业态客流壁垒,南京路正在以“全龄友好”的姿态拓宽受众基础。在发力年轻化转型的同时,第一百货打造“银铃聚乐部”“百联繁花里”等场景,提供适老服务与情感陪伴,兼顾年轻群体与老年群体需求,实现全龄客群覆盖。

此外,东拓战略实施五年,主街延伸带动江西中路、山西南路等支马路复苏,“春启新巷”、外滩·中央广场等节点升级,推动“主马路+支马路+后街”立体商业矩阵成型,实现从“一条街”到“一个商圈生态”的跨越。

未来,随着南京路步行街“海派之心、经典永恒、时尚荟萃、国际多元”四大功能分区推进,这条“中华商业第一街”将继续以IP为引擎,为上海国际消费中心城市城市建设提供更多实操启示。