



“双减”后首个长假，游玩代替了补课

研学游路线吸引了众多南京娃；亲子游成黄金周消费主流

小小的身影，大大的书包……过往节假日里忙着上培训班的孩子们，在这个国庆假期里，背着零食和装备出现在了各个景区里。在“双减”政策落地后迎来的首个七天长假内，现代快报记者探访南京各个景点，和家长们聊起来，一个共同的感受是，周边游、亲子游、研学游代替了补课和写作业。

现代快报+/ZAKER南京记者 徐梦云

►小朋友们在南京红山森林动物园大象馆内参观

现代快报+/ZAKER南京记者 徐梦云 于露 摄



边玩边学，双倍快乐

国庆假期，南京不少热门景区都推出研学游路线，想要遛娃的市民不出南京，就能玩出新花样。

10月6日上午，南京红山森林动物园大象馆外，围了不少家长和孩子们。大象馆内，两头大象扇动着耳朵踱步。“这两头都是成年象，大象的智商很高，它们不停地扇自己的耳朵是在驱蚊……”一旁的老师耐心地向小朋友们讲解着关于大象的知识，孩子们时不时地提出自己的问题。这是一场昼夜营，有14组家庭参与。活动中，家长和孩子可以夜探动物，能看到老虎“上班”，还会进行一些手工制作。

同样是在10月6日，南京博物院的研学游活动也吸引了不少小朋友，今年刚上三年级的张智轶告诉记者，这个假期没有背着书包去培训班，来博物院参观展览就像是上了一堂特别的历史课，既获得了知识还交到了新朋友，达成双倍快乐。

“以前假期要去培训班，每天

说的最多的话就是好困起不来，现在说带她出去玩，早上7点半就自己起床了。”周女士的女儿今年上三年级，这个假期她带着女儿在南京周边玩了四天，“玩得很开心，也很充实。”

周女士告诉记者，在假期前她就和孩子商量好，白天出去玩，晚上回去要线上学习美术考级的课程。她说：“这几天去了紫金山探险公园、金牛湖野生动物王国，我印象最深的是在紫金山探险公园，她平时比较胆小，一开始都不敢玩，后来在我的鼓励下她挑战了最高难度并顺利通过，增强了她的勇气。”

这七天时间，周女士和孩子度过了快乐的亲子时光，她也在朋友圈记录了这些暖心时刻。

农家乐成新选择

假期内，10岁的童童和家人一起去了浦口的万成生态园。“在这里住了两天，早晨就让他写作业，下午时间可以玩玩，喂喂小动物，再和小伙伴一起玩游戏。”童童爸爸李先生告诉记者。

李先生事先约了朋友一起带孩子玩，“我们3个家庭，5个孩子，小朋友之前都找不到玩伴，这两天就像在度假了，玩得很开心。”他觉得，“双减”政策推行后，孩子和家长的压力都小了。“对低年级的孩子来说，家人的陪伴和照顾很有必要，没有必要给孩子太大的学习压力。”

浦口区一家农家乐的工作人员魏先生告诉记者，这里可以住宿、吃饭、垂钓。“像丛林穿越、飞越荷塘、萌宠乐园这些新项目，可以玩玩滑索也可以喂喂小动物，小孩子都很喜欢。”魏先生说，来农家乐玩的游客多是一家家的，“在这边小孩子玩的项目多，也可以休息吃饭，很受家长欢迎。”

亲子游成消费主流

今年国庆是“双减”政策实施之后首个黄金周，加上不少家庭选择短途游，本来就比较重要的亲子消费更成为假日消费市场不容小觑的力量。

有不少家长像李先生一样，一

家人带着孩子去到城市郊区“微度假”，享受放松的假期。美团发布的《2021年国庆黄金周消费趋势报告》显示，今年国庆期间，“遛娃”与“农家乐”的搜索量环比节前增长了352.7%与180.2%，另外全国商场订单量环比上涨77.9%，其中亲子玩乐商户的平均访问量环比去年同期上涨了36%。

携程发布的《2021年国庆假期出游总结报告》显示，省内游和跨省游出行占比各半，一地深度探索更受欢迎。由于部分地区出行限制，短途周边和省内外长线游热度提升最快，红色旅游、乡村游、亲子休闲、赏秋风光游等主题最受欢迎。携程门票、租车、主题游较2019年同期增长分别为19%、43%、47%。

同时，研学类产品也在长假期间受到家长喜爱。

携程数据显示，国庆期间，携程平台游学产品中亲子户外类的活动更受消费者青睐，玩法包括露营、农事活动和骑行，销量占整体游学产品60%以上。

数据

国庆假期全省旅游总收入424.26亿

快报讯（记者 胡玉梅）10月7日，江苏省文化和旅游厅公布，国庆七天假期内，江苏全省共接待游客总人数3896.58万人次，实现旅游总收入424.26亿元，按可比口径分别恢复到去年同期的95.5%、94.6%。

据调查统计，南京在国庆出游意愿榜单中排名第二，并成功入选国庆假期游客过夜热门城市前十。红色旅游、夜间旅游、乡村旅游……今年国庆，南京举办了各种各样的惠民活动。南京市文化和旅游局的相关统计显示，今年国庆，南京在全市文旅场所限流50%的条件下，全市接待国内外游客仍然达到803.01万人次，恢复至2019年的73.4%；实现旅游收入83.55亿元，恢复至2019年的75%。其中，中山陵、夫子庙、玄武湖、总统府、雨花台、牛首山、大报恩寺景区累计接待游客289.04万人次，实现旅游收入2931.17万元；江苏园博园、华侨城欢乐谷、红山森林动物园景区累计接待游客29.02万人次，营业收入3221.57万元。

六合金牛湖野生动物园、浦口华昌龙之谷、溧水无想水镇、江宁金陵小城、幕燕五马渡“长江传奇”号游长江等新晋景区项目投入运营，为黄金周出游市民游客增加了许多新的游玩好去处。南京纳入监测统计的62个乡村旅游区累计接待游客126.5万人次。其中，江宁黄龙岬、浦口不老村、高淳慢享大山等全市八大五星级乡村旅游区累计接待游客29.3万人次，较2019年增长23.1%。

国庆黄金周江苏累计发放消费券1.9亿元

预期撬动社会消费13亿元

2021年国庆黄金周期间，江苏省消费市场红红火火，商品消费快速增长。10月7日，现代快报记者从江苏省商务厅获悉，据省商务厅对全省重点商贸流通企业的监测和初步统计，国庆黄金周期间（10月1日至10月7日），全省消费品市场累计实现销售额131.4亿元，日均销售同比增长14.9%（注：去年中秋国庆黄金周假期为8天），比2019年增长18.7%，两年平均增长9%。

现代快报+/ZAKER南京记者 张瑜

品牌活动加消费券，打造消费市场“烟火气”

国庆黄金周期间，全省商务系统以“品质生活·苏新消费”为主题，突出省市县、政银企、线上线下、内外贸“四个联动”，聚焦汽车、家电、家具、餐饮等重点领域，累计组织开展



句容市宝华山国家森林公园内的腰鼓表演 新华社发

107场消费促进系列活动，参与企业近10万家。据不完全统计，全省各地累计发放消费券1.9亿元，预期撬动社会消费13亿元。

品牌活动叠加消费券，进一步营造消费市场的“烟火气”。南京市正式启动国际消费节，在支付宝、微信、银联、美团、抖音五大平台向南京和南京都市圈市民发放5000万元

的商超和餐饮消费券。苏州市正式开启“金秋购物嘉年华”促销活动，重点监测的100家商贸流通企业实现销售额18.3亿元，同比增长26.9%。无锡市在“2021无锡太湖（金秋）购物节”期间，面向全市消费者派发3000万元的政府惠民消费券，预计撬动线下百货、商超、餐饮消费超5亿元。南通市成立南大街促

消费联盟并联动开展购物节，投放百货、餐饮、汽车、文旅等2000万元消费券，预计拉动社会消费2亿元。镇江市金秋旅游消费节发放8000万元文旅消费券，涵盖休闲娱乐、门票住宿、健身疗养等多种类近80个产品项目。

这个假期，电影票房持续火爆。10月1-6日，全省电影票房累计约4.19亿元，苏州、南京、无锡位居全省票房前三，电影消费成为拉动节日消费的强劲引擎。

新模式叠加新业态，开拓载体消费新蓝海

这个假期，江苏各地的首店经济强势引流。南京市龙湖河西天街、建邺吾悦广场先后重磅亮相，首店荟萃，前来“尝鲜”消费的市民络绎不绝。

“云端”消费持续发力。汇尔康徐州馆采取线上平台直播引流互动，国庆黄金周期间，徐州馆内新增消费者4.6万人次，实现销售额较2020年、2019年同期分别增长15%

和28%。此外，夜间消费快速增长。国庆黄金周期间，苏州市“夜ZUI苏州”夜经济盛大启幕，万企延时经营，51条美轮美奂的精彩夜市人气爆棚。据美团、大众点评数据显示，苏州市夜间消费增长31.3%，其中购物增长51.9%。

婚宴、家庭聚餐需求大释放，宴席预订超去年

这个假期，大众餐饮消费快速复苏。婚庆喜宴和家庭聚餐需求在国庆假期迎来报复性释放，国庆期间的宴席预订率远高于去年同期，门店经营恢复势头强劲。南通市重点监测的餐饮企业实现营业收入3250万元，同比增长19.8%。

此外，智能家电销售火爆。苏宁易购在国庆假期推出家电特惠活动，向全市发放亿元家电消费券，国庆首日全城门店客流量破10万人次，达今年单日客流之最。五星电器开展“京彩十一、潮趣焕新”等系列活动，假期销售额同比增长近两成。