

江苏经济报



主管主办：新华报业传媒集团

今日4版 国内统一连续出版物号：CN 32-0016 代号：27-50 全国发行 星期一 2026年1月19日 乙巳年十二月初一 总第10281期

攀高向新，丹阳多维突破书写“镜”彩篇章

大市场一线寻访

江苏经济报记者 周凯航

搭乘高铁抵达镇江丹阳市，一迈出火车站，两标题为“中国丹阳眼镜城”的醒目招牌赫然映入眼帘。穿梭在眼镜批发市场内各销售店铺间，从南海北来此洽谈采购的客商络绎不绝。这幅忙碌的景象，正是这座小城用“小镜片”撑起“大市场”的缩影。集聚相关企业近2000家、从业人员5万余人；年产镜片超4亿副，全球每两副镜片中就有一副出自这里；单凭眼镜每年就创造出超过135亿元的产值……丹阳这个眼镜大市场，如何在国内外行业竞争中塑造出长久不衰的核心优势？又如何在新技术、新消费趋势下把握转型发展的新机遇？记者展开实地采访。

向“高”攀登 用技术与服务塑造品牌价值

丹阳眼镜产业的起点，可以追溯到20世纪60年代。一批从上海、苏州国营眼镜厂回到丹阳的技术工人，在家乡开启的眼镜制作探索。从最早的手磨老花镜、近视镜做起，历经五十余年，丹阳逐渐形成了集设计、生产、销售于一体的产业链条，建成了社会化分工、规模化配套、上下游衔接的产业体系，成为全球最大的镜片生产基地、亚洲最大的眼镜产品集散地。

产量大、价格极具竞争力，是丹阳眼镜过去长期领跑全球眼镜市场份额的关键因素。然而，与之相伴而生的还有激烈的价格厮杀和“内卷”式的竞争。拼价格、压数量，一度成为许多制造企业的生存法则。这也使得在很长一个时期，丹阳镜片产业一直处于价值链的低端。但如今，丹阳眼镜产业已奋力撕下了“廉价”标签，向高精度、高标准、高附加值领域全力突围。

智能车房研发中心内，镜片半成品在历经贴膜、上盘、车削、打标、下盘、质检、镀膜等层层工序后变为成品；镜片仓储中心内，400多个产品品类

覆盖各类客户需求，机器人可以根据不同货架前地面上的识别码精准地将成品眼镜运送到指定位置；物流中心内，自动包装机、人工包装线、零星操作专线三大板块根据订单数量差异，分别有序地处理着订单发货流程……在江苏鸿晨集团有限公司生产车间内，记者看到各条生产线均在满负荷运转。“最近，公司的生产有点忙。我们正在对车间进行升级，后续镜片产能预计能达到每天2.5万片，超过96%的订单能够在48小时内交付。”该公司培训部部长王高军向记者介绍。记者了解到，鸿晨AI智能车房研发中心斥资引入国际尖端生产装备，依托全链路深度数字化变革和自主研发的智能中枢系统，实现了生产效率与品质的飞跃。而正是坚持着“品牌价值引领”与“硬核科技驱动”双擎共振的发展路径，鸿晨集团近年来凭借多项自主知识产权与核心技术构建起竞争壁垒，镜片市场份额稳居全国前列。

选镜、验光、制镜、结账……中国丹阳眼镜城内，眼镜市场的第一家零售门店——东金宇眼镜店的总经理束宏明正忙着打理店内的日常事务。从父亲手中接过商铺的他，是个不折不扣的“镜二代”。在他的眼里，随着消费者需求日益多元化，眼镜市场正在经历着显著的迭代。“最初，消费者需要的仅仅是一副能够看清楚的眼镜。后来，他们对眼镜款式的要求越来越多，如今更有不少人将其当作了与日常穿衣相搭配的饰品，这就驱使我们将门店根据消费者反馈不断调整选品。”束宏明告诉记者，眼镜产品复购周期长、压货成本大，如果一味地“卷”低价，便难以保证产品质量。因此，多年来，门店一方面严格控制合作产品质量，另一方面根据验光标准变化不断升级设备，在把好品质和服务的关的基础上，持续擦亮品牌口碑。在丹阳，像束宏明这样用心深耕眼镜行业的大小商户，还有千千万万。

乘“数”而行 从世界工厂迈向全球市场

随着直播电商成为拉动消费增长和推动产业转型升级的重要引擎，丹阳眼镜产业与电子商务也迎来了深度融合。省商务厅数据显示，截至2025年12月，丹阳市眼镜线上商户已突破5000家。丹阳市

电子商务商会相关负责人告诉记者，2025年全年，丹阳全市眼镜行业实现电商销售额约28亿元，产业主体呈现出数量多、活跃度高的特点。从企业和品牌发展情况看，佐川眼镜、菲蔻眼镜、黎汐眼镜、明月镜片、大视野眼镜等一批本土企业在抖音、淘宝、京东等主流平台形成较强竞争力，多家企业年销售额突破千万，部分头部企业年销售额超亿元，带动丹阳眼镜产业在全国电商平台的集聚度和辨识度不断提升。电商的发展还带动了相关配套产业的繁荣。据不完全统计，丹阳地区专门服务眼镜电商的摄影工作室、视频制作公司已超过百家，直接从事眼镜电商相关工作的从业人员超过万人。

2016年，26岁的毛定鹏辞去干了3年的超市理货员工作，来到丹阳创立了丹阳雅格眼镜有限公司，做起了眼镜电商的生意。创业十年来，毛定鹏名下的电商店铺年营收已达4000万元—5000万元，业务既有为国内眼镜零售商提供配镜产品，也有为国内外眼镜电商提供配件及分销服务等。在他看来，随着电商进入存量时代，“有货卖”“拼价格”等逻辑已不再适用，从业者更需要的是找到消费者真正的需求。“我们借助AI对公司业务做全面升级，比如分析客户群体量、产品需求以及客户评价等，以此来根据客户需求精准优化产品属性。”他告诉记者，除此之外，公司还在制作图片视频、联系沟通客户以及公司内部管理等多个方面实行全面AI化，力争用极致的工作效率为客户带来极致的体验。

丹阳泽鹿光学科技有限公司则是丹阳精耕跨境电商赛道的企业代表。该公司不仅专业从事金属、板材、塑胶胶壳（全框、半框、无框、异形）成品眼镜加工及高端车房镜片生产，还可为客户提供个性化眼镜深加工服务。公司团队紧盯北美市场潮流，每一季推出数百款新眼镜，色彩大胆明快，款式紧贴年轻消费者需求，在北美市场已积累了500万粉丝。

“当前，数字经济与AI浪潮奔涌，重塑传统产业格局。对丹阳而言，挑战亦是机遇。”丹阳市副市长蒋敏表示，丹阳将实施“三年夯实基础、五年建成生态、十年确立创新引领地位”的“三步走”战略，全力推动眼镜产业向高端化、智能化、品牌化升级，并以优质服务和政策支持，助力丹阳眼镜产业深度链接全球市场。

为“融”蓄力 打造城市文旅消费新地标

眼镜之外，丹阳还在探索“借题”写出更大的文章。过去，丹阳眼镜城片区内一直缺乏一个涵盖多元业态的商业载体，不少外地专程前来配镜的游客，在购镜之余难以在周边找到一个休闲娱乐的好去处，这无疑不利于延长旅客停留时间、放大眼镜IP对促进区域文旅消费的价值。如何打破单一的配镜消费模式？以文商旅融合为突破口，是丹阳给出的解法。

“我们在顶层设计阶段制定了‘产业核’和‘商旅核’双核驱动战略，规划了镜茂区（眼镜贸易）、光谷（总部研发）、运河湾（文商旅）、新视界（预留发展）、生活社区（居住及配套）五大功能板块，打造一座以眼镜产业为支撑，集产业、商贸、文旅等于一体的产业新城。”丹阳开发区管委会相关负责人告诉记者，以眼镜市场为核心，片区在项目业态上，重点策划了展览馆、少儿视觉中心、标准化验配示范点、光谷总部园、总部大厦等7个产业项目，高端商务酒店、运河1958商业街、运河1958文化园3个文旅项目，力争将丹阳眼镜城建设成为全周期体验、全域化旅游、全方位升级的城市新地标。

今年元旦假期，丹阳首个24小时“年轻力”中心——运河1958商业街在眼镜城片区盛大启幕，同步举办规模盛大的新年音乐嘉年华，吸引了不少市民和游客。活动以“潮起运河·镜彩丹阳”为主题，将眼镜这一城市IP与地方文化、现代艺术及科技元素融合，可谓精彩纷呈：次元嘉年华通过舞蹈、乐队Live、Cosplay巡游吸引年轻群体；潮流美食市集汇聚网红餐车与创意手作摊位，多家餐饮品牌门店开业即爆满，餐品几度售罄；多元乐队狂欢夜及顶级DJ表演则将节日氛围不断推向高潮……据介绍，运河1958商业街以“运河文化+眼镜产业+旅游度假”为核心，目前已吸引三十余家优质商户入驻，形成了集主题餐饮、潮流零售、休闲娱乐于一体的多元业态。“日间购物+夜间娱乐+全龄体验”的文商旅融合新模式，将有力推动丹阳文旅产业实现从单一的“配镜游”向多元的“城市游”跨越。

全国用电量首破3万亿千瓦时

据新华社电 国家能源局17日宣布，2025年我国全社会用电量历史性突破10万亿千瓦时，达到10.4万亿千瓦时，比上年增长5%。

这一数字在全球单一国家中尚属首次，相当于美国全年用电量的两倍多，超过欧盟、俄罗斯、印度、日本四个经济体的年用电量总和。

用电量突破的背后，是多重因素的共同驱动。中国电力企业联合会常务副理事长杨昆表示，宏观经济稳中向好的基本面，为用电增长筑牢了坚实基础，而持续高温天气叠加终端电气化水平的提升，则进一步拉动了生活用电需求的攀升。正是这两股力量的交织，让2025年7月、8月连续两个月全社会用电量突破万亿千瓦时，创下全球范围内的新纪录。

更值得关注的是，年用电量从5万亿千瓦时到10万亿千瓦时，我国仅用了十余年时间，这样的增长速度在全球主要经济体中绝无仅有，既印证了我国作为制造业大国的底气，也折射出能源保障能力的全面提升。

当前，随着新质生产力加速落地，高端制造业正成为拉动用电增长的核心引擎。2025年新能源车、风电设备制造领域用电量增速分别超过20%和30%；与此同时，数字经济与新兴技术的迅猛发展，催生了一批新的用电增长点，充电桩、5G基站等新型基础设施建设提速，带动互联网和相关服务业用电量同比增长超30%，充换电产业用电量增速更是接近50%。

这些数据背后，是我国产业结构向高技术、高附加值方向的加速转变，新兴产业释放的澎湃活力，正为经济高质量发展注入源源不断的动能。

面对总量攀升与结构升级带来的双重压力负荷考验，电力系统的平稳有序运行，成为守护这10万亿千瓦时“成绩单”的关键支撑。目前，我国已构建起“电源—电网—需求”三侧协同发力的保供体系：

在电源侧，煤电兜底保障作用持续稳固，水电、核电、火电协同出力筑牢基本盘，风光新能源则作为增量主力，依托抽水蓄能、新型储能快速部署，实现出力波动的有效平抑；



沭阳依托智慧农业模式，实现了高档花卉的规模化、智能化生产，满足了市场的旺盛需求，供应稳定充足，展现了现代花卉产业的蓬勃活力。图为1月18日，该县现代农业产业园红掌花产业温室大棚内，100多万株红掌整齐摆放，长势喜人，花农们正忙着进行日常管护，确保以最佳品质发往全国各地。丁华明 摄

“2026全国网上年货节”将举办 推出一系列特色活动促消费

本报讯 1月19日至3月4日，商务部将会同相关单位共同指导举办“2026全国网上年货节”。作为“购在中国”今年首场线上重点活动，本届年货节将围绕弘扬传统文化、丰富品质供给、焕新消费场景、联通内外市场四大主题，组织各地各平台推出一系列群众喜闻乐见的特色活动，进一步激发消费潜力，提升消费品质、丰富消费内涵。

今年的年货节将采用“1+N”形式，“1”是指举办全国启动仪式，西北五省份、电商平台将进行配套活动集中发布，打造融合丝路古韵与电商活力的年货盛宴。“N”是各地各平台围绕春节“吃住行游购娱”需求，推出丰富多彩、形式多样的配套活动，打造“年味地图”“年货榜单”，

开展非遗展演、文创展销，让春节消费兼具“烟火气”更有“文化味”。

同时，商务部将融合“丝路电商过大年”，指导电商平台、各大商圈、“丝路电商”伙伴国国家馆、直播电商基地等，开展年货出海、丝路好年货集市等活动，放大春节非遗效应，推动中国年货全球共享，营造春节欢乐喜庆氛围。（王珂）

开展非遗展演、文创展销，让春节消费兼具“烟火气”更有“文化味”。

同时，商务部将融合“丝路电商过大年”，指导电商平台、各大商圈、“丝路电商”伙伴国国家馆、直播电商基地等，开展年货出海、丝路好年货集市等活动，放大春节非遗效应，推动中国年货全球共享，营造春节欢乐喜庆氛围。（王珂）

开展非遗展演、文创展销，让春节消费兼具“烟火气”更有“文化味”。

同时，商务部将融合“丝路电商过大年”，指导电商平台、各大商圈、“丝路电商”伙伴国国家馆、直播电商基地等，开展年货出海、丝路好年货集市等活动，放大春节非遗效应，推动中国年货全球共享，营造春节欢乐喜庆氛围。（王珂）

专家建议：建立公共空间广告发布负面清单制度

是小区公共收益的一部分”。

小区住宅电梯该不该投放成人用品广告？对此，中国传媒大学文化管理管理学院法律系主任郑宁认为，电梯作为不特定多数居民日常高频使用的公共空间，投放成人用品广告必须严守广告法和民法典的相关规定。

郑宁介绍，广告法明确规定，禁止广告含有淫秽、色情、赌博、迷信、恐怖、暴力等内容；民法典规定的公序良俗原则是对公共空间广告内容的基本约束，广告内容必须与公共空间的属性和居民的普遍接受度相适应，避免对公众，特别是未成年人造成不良影响或心理不适。

在她看来，如果成人用品广告中出现带有性诱导的文案，不仅违背公序良俗，还会对未成年人的身心健康造成潜在危害，不符合公共空间广告的投放要求。

针对目前执法中判定此类广告是否“违背公序良俗”“低俗”标准较为主观的问题，郑宁认为，要厘清法律刚性与实践可操作性，首先应建立对于“低俗”的分级评判体系，明确禁止性清单，让执法有章可循。

“不能简单地用‘低俗’这一模糊概念来判定，而应结合投放时段、受众群体、区域文化特点等因

是小区公共收益的一部分”。

小区住宅电梯该不该投放成人用品广告？对此，中国传媒大学文化管理管理学院法律系主任郑宁认为，电梯作为不特定多数居民日常高频使用的公共空间，投放成人用品广告必须严守广告法和民法典的相关规定。

郑宁介绍，广告法明确规定，禁止广告含有淫秽、色情、赌博、迷信、恐怖、暴力等内容；民法典规定的公序良俗原则是对公共空间广告内容的基本约束，广告内容必须与公共空间的属性和居民的普遍接受度相适应，避免对公众，特别是未成年人造成不良影响或心理不适。

在她看来，如果成人用品广告中出现带有性诱导的文案，不仅违背公序良俗，还会对未成年人的身心健康造成潜在危害，不符合公共空间广告的投放要求。

针对目前执法中判定此类广告是否“违背公序良俗”“低俗”标准较为主观的问题，郑宁认为，要厘清法律刚性与实践可操作性，首先应建立对于“低俗”的分级评判体系，明确禁止性清单，让执法有章可循。

“不能简单地用‘低俗’这一模糊概念来判定，而应结合投放时段、受众群体、区域文化特点等因

是小区公共收益的一部分”。

小区住宅电梯该不该投放成人用品广告？对此，中国传媒大学文化管理管理学院法律系主任郑宁认为，电梯作为不特定多数居民日常高频使用的公共空间，投放成人用品广告必须严守广告法和民法典的相关规定。

郑宁介绍，广告法明确规定，禁止广告含有淫秽、色情、赌博、迷信、恐怖、暴力等内容；民法典规定的公序良俗原则是对公共空间广告内容的基本约束，广告内容必须与公共空间的属性和居民的普遍接受度相适应，避免对公众，特别是未成年人造成不良影响或心理不适。

在她看来，如果成人用品广告中出现带有性诱导的文案，不仅违背公序良俗，还会对未成年人的身心健康造成潜在危害，不符合公共空间广告

针对目前执法中判定此类广告是否“违背公序良俗”“低俗”标准较为主观的问题，郑宁认为，要厘清法律刚性与实践可操作性，首先应建立对于“低俗”的分级评判体系，明确禁止性清单，让执法有章可循。

“不能简单地用‘低俗’这一模糊概念来判定，而应结合投放时段、受众群体、区域文化特点等因

虎踞财评 培育乡村特色新业态

李冬梅

据报道，截至2025年底，由中国供销社电子商务有限公司建设和运营的脱贫地区农副产品网络销售平台，累计成交额已超600亿元。新的销售方式改变了不少地区的乡村特色产业发展态势，激发了乡村特色产业的活力。

创新施策、精准发力，推动乡村特色产业发展，是推进乡村全面振兴、加快农业农村现代化的重要内容。当前，乡村特色产业发展还存在不少现实问题。诸如，有的乡村特色产业仍处于小规模、分散化经营状态，产品附加值不高，市场竞争力不强；有的产业链条短，配套发展程度低，一些乡村特色产业缺乏精深加工和延伸产业链，与乡村旅游、文化创意等产业融合不够；有的要素保障不足，发展基础薄弱，基础设施和公共服务配套不足，制约了产业转型升级和可持续发展；有的品牌建设滞后，市场开拓能力弱，缺乏有效的品牌培育和推广机制，产品知名度和市场占有率不高；等等。上述这些问题都需要有针对性地找到解决办法。

培育壮大龙头企业，提升产业竞争力。立足资源禀赋和产业基础，制定科学合理的产业发展规划，明确发展目标和重点任务，优化产业布局，引导产业向优势区域集聚，打造一批特色鲜明、优势突出、竞争力强的乡村特色产业集群。鼓励支持龙头企业通过兼并重组、品牌联盟等方式做大做强，发挥示范带动作用。引导龙头企业与上下游企业建立战略合作关系，形成产业链协同发展格局，引导龙头企业与农户建立紧密的利益联结机制，带动小农户融入现代农业发展轨道。通过龙头企业与农户签订订单合同，建立稳定的产销关系，降低农户市场风险。

强化要素保障，延伸产业链条。加大财政、金融、土地等政策支持力度，引导社会资本参与乡村特色产业发展。加强乡村人才队伍建设，培养一批懂农业、爱农村、爱农民的乡村特色产业带头人。加强科技创新和成果转化，建设一批乡村特色产业科技成果转化平台，促进科技成果与产业需求对接，提升乡村特色产业科技含量和竞争力。鼓励发展农产品精深加工，开发特色食品、保健品等高附加值产品。建设农产品冷链物流设施，保障生鲜农产品质量安全。推动乡村特色产业与乡村旅游、文化创意等产业深度融合，发展休闲农业、体验农业等新业态，拓展产业增值空间。

加强品牌建设，提升市场开拓能力。实施乡村特色产业品牌培育工程，打造一批具有地域特色、文化内涵和区域影响力的区域公用品牌、企业品牌和产品品牌。加强品牌宣传推广，利用电商平台、直播带货等新型营销方式，拓宽产品销售渠道，发展农村电商，建设农村电商服务站，完善物流配送体系，促进农产品上行，拓展线下渠道，与大型商超、餐饮企业、旅游景区等合作，建立稳定的销售渠道。发展订单农业，与农产品加工企业、餐饮企业等签订订单合同，实现产销对接，不断提升市场占有率。鼓励发展多种形式的适度规模经营，加强农民技能培训，提升农民就业创业能力，让更多农民参与乡村特色产业发展，实现增收致富。

“十五五”时期 我国将适度扩大进口

据新华社电 海关总署署长孙梅君17日在2026年全国海关工作会议上表示，“十五五”时期，全国海关将在工作中更加注重统筹协调，既要扩大出口，也要适度扩大进口，拓展国际循环。

最新数据显示，过去一年，我国外贸顶压前行、逆势增长，进出口45.47万亿元，比上年增长3.8%，规模再创历史新高。

孙梅君表示，2025年是很不平凡的一年，海关以开放破围堵，以便利拓市场，促进外贸稳定增长，贸易大国地位更加巩固，连续9年保持全球货物贸易第一大国地位。

回顾过去五年，孙梅君说，全国海关有效应对风险挑战，年均监管进出口货物52亿吨、42.3万亿元，体量全球最大，安全总体可控，为实现“十四五”圆满收官提供了有力支撑。

“党中央大政方针已定，我们的任务就是抓落实。”孙梅君说，“十五五”时期，全国海关在工作中要更加注重统筹协调。

2026年是“十五五”开局之年，开局关乎全局。孙梅君表示，新的一年，全国海关将围绕更好统筹国内经济工作和国际经贸斗争，更好统筹发展和安全的部署要求，着力在维护国门安全、促进贸易创新发展、扩大开放增进合作、深化改革和制度创新等方面更大下功夫，进一步提升监管效能和服务水平，以更优监管、更高安全、更大便利、更严打私新成效，为“十五五”开好局起好步贡献海关力量。

连云港口岸 2025年韩国籍旅客大幅增长

本报讯 1月15日，载有244名旅客的“和谐云港”轮缓缓靠泊连云港海港客运口岸，“执勤现场已准备就绪，旅客可以通过。”在入境边检查验大厅，6条人工查验通道、3条快捷查验通道全部打开。

中韩双向免签政策叠加国家移民管理局外国人入境卡网上填报政策，推动韩国游客入境旅游热度攀升。作为江苏省唯一的中韩海上客运通道，连云港至仁川航线成为两国人员往来的重要海上桥梁。2025年，连云港边检站共查验出入境旅客6万余人次，其中韩国籍旅客比上年同期增长86.32%，占外籍旅客总量的98.3%。

多重利好政策叠加，让韩国游客跨境游更加便捷。我经常和朋友们一起来连云港，通关手续非常方便，还可以自由地规划行程，体验感非常棒。”韩国籍旅客金智慧笑着说。

“面对持续增长的客流，我们创新实施‘一团一策’预检机制，提前与旅行社对接，预审旅客信息。在客流集中时段高峰时段，灵活增开专用通道，做到动态削峰，保障大型旅行团快速查验、高效通关。”连云港边检站执勤一队教导员俞洋介绍。

政策“组合拳”不仅简化了出行流程，也降低了跨境旅游门槛，民间往来日益频繁，让更多外国游客有意愿、有机会走进中国。“银发游”也正成为中韩跨境旅游市场增长的重要动力。据统计，2025年以来，连云港海港客运口岸出入境旅客中，60岁以上老年人占比超65%，构成跨境消费的新兴主力。（陈必祥 樊华鑫）