

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26日 乙巳年十二月初八 总第10286期

在“软转型”与“硬升级”中寻新途

大市场一线寻访

江苏经济报记者 张韩虹

腊月的南京，年味渐浓。夫子庙的红灯笼沿街挂起，游船载着欢声笑语的游客在秦淮河上穿梭。曾经，大市场也是几代人离不开的“年味集散地”，杂乱的摊位、震耳的叫卖声和大爷大妈们讨价还价声则是其标配。因年代久远，综合设施陈旧，这些大市场一度被贴上“老破旧”的标签，如今再走进其中，扑面而来的已是更加“规整”的烟火气：通道宽敞，地面洁净，明亮的射灯将每一件商品照得格外亮眼。在这场转型浪潮中，从商户到市场都在努力摆脱旧印象，奔赴新光源。

商户“软转型”：把“大路货”做成“心头好”

在苏宁小商品市场，一家古色古香的文创店铺里，古筝曲悠扬萦绕，店主陶云正小心翼翼地为顾客打包云锦文创礼盒。“美女你放心，这礼盒防潮防震，过年送长辈、送朋友都体面，云锦是南京特色，比普通礼品更能体现心意。”陶云在大市场打拼了十几年，谈及过往，她表示，以前卖普通文具，纯粹走量，一件就赚几毛钱，利润薄得像纸，还得天天守着摊位等客来。陶云拿起身旁一套白瓷茶具向记者展示，杯身上的花纹清晰雅致，“你看这套，包装是我找设计师定制的，色系也是精挑细选的。现在顾客缺的就是有质感、有格调的商品。以前拼价格，现在拼品质、拼服务，生意反而比以前稳。”顾客接过礼盒，满意地点头：“就是看中这份独特，网上买不到这种带着烟火气的文创，实体店现场挑着也放心。”

环北大市场五楼的服装区，一扇厚重的丝绒门帘隔开了内外的喧嚣。推开帘子，柔和的

射灯映着复古落地镜，角落的绿植与艺术画相映成趣，淡淡的香薰驱散了市场的嘈杂，这里更像一家小众时尚买手店，店主白清正忙着给顾客搭配新年穿搭。

“这件红色羊绒大衣版型正，搭配这条丝绒长裙，再系上珍珠项链，喜庆又显气质，过年走亲戚、聚会都出彩。”白清一边帮顾客整理衣领，一边耐心讲解，手上还不忘递上一杯温水。顾客对着镜子转了一圈，眼里满是欢喜：“你搭配得真好看，比我自已挑的强多了，以前来市场都觉得自己瞎翻，太麻烦了。”谈及转型，白清感慨万千：“以前店里就是个‘仓库’，衣服堆积如山，我要拿着大喇叭喊‘走过路过不要错过’，嗓子都哑了，顾客体验感也差，挑半天也未必能找到合适的。”她指着店内分区陈列的服装，“现在我把店铺做了场景化设计，这边是通勤风，那边是休闲度假风，我不是卖衣服，是给顾客提供穿搭解决方案。”为了留住顾客，白清还组建了会员微信群，每天在群里分享穿搭技巧，晚上打烊后就在店里直播带货，“很多老顾客没时间来市场，就盯着我的直播间，因为信任我的眼光，复购率特别高。”她指着打包区堆积的快递说，“这些都是发往全国各地的，实体店是体验中心，线上是新增长点，这样两条腿走路才稳。”

市场“硬升级”：全方位谋转型求突破

商户们主动求变，大市场也在进行全方位的突破转型，通过硬件改造、品牌升级、数字化赋能，褪去旧貌，焕发新机。曾以中低端商品批发为主的玉桥市场，如今已焕然一新。走进市场三楼，便能看见鸿星尔克、361°等国民运动品牌的门店，店内明亮的装修、标准化的陈列，都与商场专柜别无二致。正在鸿星尔克门店挑选鞋款的市民李月说：“没想到玉桥也有这些品牌，价格比商场实惠，款式也不错，以后买运动装不用跑远了。”

转型遇瓶颈：系统发力成破局良方

商户们通过“软转型”，从低价走量的“大路货”模式，转向拼品质、拼服务、拼体验的经

营思路，用新经营理念打破了传统摊位的局限，让老市场焕发出新的消费活力；大市场则通过“硬升级”为转型提供了源源不断的动力，节假日里的人流高峰就是转型成功的最好印证。

然而，即使在逐步转型，非节假日期间的大市场依然经常面对“门可罗雀”的冷清，多数商户仍面临转型瓶颈，尚未形成可持续的增长动能。陶云坦言，线上直播虽有尝试，但缺乏专业运营技巧，单场直播成交量寥寥，线上营收占比不足15%，仍依赖线下散客。白清也表示，虽然市场里部分服装商户同样做了场景化陈列，却因没有精准客群定位，客流并未明显提升，反而增加了装修成本。这些现象，本质上是因为部分大市场及其商户数字化运营能力薄弱、品牌差异化不足、客群来源单一造成的，所以转型难以走深走实。

有专家指出，想要打破瓶颈、破解“节假日热闹，平日冷清”的困局，需从“单点突破”转向“系统发力”，让转型真正落地见效。深化数字化赋能要“精准滴灌”，而非“大水漫灌”。市场可牵头搭建统一的线上运营矩阵，整合文创、服装等商户的资源，开展联合直播，邀请专业团队指导脚本创作、流量投放；依托“校商结对”模式，让电商专业学生一对一帮扶老商户，手把手教商户如何维护粉丝社群，让商户真正会用、用好数字化工具。同时，互联网时代，流量为王，制造“爆点”十分重要。专家建议，可以通过品牌与业态融合，打造差异化竞争力，借助品牌的力量，打造特色主题街区，通过增设沉浸式体验场景，打造特色打卡点，吸引年轻客群联动消费，让顾客从“买完就走”变成“逛够半天”，实现从“单一购物”到“综合消费”的转变，让新老客变常客，常客变忠实客。

夕阳西下，南京各处大市场依旧人流涌动，拎着年货的顾客脸上满是欢欣。或许这场“软转型”与“硬升级”的变革还有很长的路要走，但那些细微的变化，以及商户的坚守与市场的探索，都在为这些老牌市场注入新的生命力。

盐城港新年汽车出口高效启航 助力“中国制造”出海提速

本报讯（记者 张青峰 通讯员 肖春成）1月24日，新造汽车滚装船“格罗春号”轮从盐城港滨海港区平稳驶离，满载2532辆国产汽车，即将远航中东、欧洲、东南亚等多个国际市场，标志着盐城港2026年汽车出口业务实现高效开局。

面对此次载量最大、时效要求高的首航任务，盐城出入境边防检查站主动靠前，实施定制化通关保障方案，通过提前对接港口、代理及出口企业，精准掌握船舶动态与作业计划，优化手续办理流程，实现了船舶到港“零等待”、手续办理“零延时”，确保装船作业高效无缝衔接。此外，盐城边检站通过科学部署警力，加强口岸区域巡查，实行“24小时不间断远程监控”等措施，构建起立体化管控体系，保障了整车装船全过程安全、封闭、有序。

作为长三角地区重要的汽车出口枢纽，盐城港近年来业务量持续增长。2025年，该港累计完成12批次汽车出口订单，航线网络已覆盖中东、非洲、东亚等多个地区，出口规模稳居江苏沿海港口前列。盐城边检站执勤四队副队长夏浩表示：“我们聚焦盐城港作为长三角重要汽车出口口岸的功能定位，持续优化申报查验流程，实行‘一船一策’保障机制，依托‘即到即检、即检即装’模式，将平均通关时间压缩至30分钟以内，效率提升超60%，累计为企业节约待港时间500小时以上。”



1月24日晚上，很多市民和游客前往南京夫子庙景区观赏已经亮灯的第40届中国·秦淮灯会，欢度周末时光。 刘建华 摄

一件羽绒服，穿出校园文创新热度

江苏经济报记者 洪慧婕

寒冬腊月，三三两两身着高校定制羽绒服的学子们漫步街头，成了一道别样的风景。一件小小的羽绒服，既包裹着御寒的暖意，更彰显着鲜明的身份认同。它以温暖为纽带，串联起校园内外的情感共鸣，更撬动着高校文创产业的“破圈”变革。

一件冬衣串起校园记忆“同心圆”

在“南大记忆”纪念品专卖店服装展示区，经典款黑色长款羽绒服、利落的短款派克服、轻便的无袖羽绒背心等整齐陈列，吸引不少师生驻足选购。南京大学后勤服务集团商贸中心运营部副经理王梦林介绍：“这些羽绒服可覆盖上课、出行、户外运动等多种场景需求，深受师生欢迎。无袖背心、冲锋衣等我们还选用了南大的紫色标准色，更具识别性。”

这个冬天，江苏高校定制羽绒服频频“出圈”。如南京师范大学“宝藏南师·暖冬记忆长款羽绒服”，将“NNU”标识与1902建校年份巧妙融合，上线即登顶店铺加购榜，部分尺码迅速售罄；南京航空航天大学定制款羽绒服胸口处精致的刺绣搭配领标印花设计，既避免了大面积印花的张扬感，又保持了日常穿搭的百搭属性，线上线下订单销量火爆；苏州大学定制款羽绒服将“超细科技羽绒压条无缝压胶”“石墨烯内暖纤维”等技术与百年校史完美融合，上线之初便销量过千。

“高校做文创基本上是出于文化宣传的目的，以建立情感链接为主。”南京艺术学院社会教育学院教师、南艺文创项目负责人李世豪道出背后逻辑。南艺的羽绒服开发，正是源于学生长期以来定制需求，“以往多是学生自发行为。这次从学校层面推进，我们丰富了款式与场景，推出了长款、短款羽绒服、三防冲锋羽

绒服等产品。仅去年12月下旬到今年1月上旬，线下就售出近150件。”

“高校羽绒服不只为御寒，也是一种校园文化的认同，更是一种可穿戴的‘校园记忆’。”苏州大学出版社社长张健表示，此次苏州大学文创店推出的苏大羽绒服并非一时兴起，而是其文创团队在前期的调研中发现，苏大在校学生对有校园身份标识的实用服饰存在一定需求，同时苏大校友也对此类承载青春记忆的“文化纪念品”颇为认同。

从校园爆款走向社会潮流

高校羽绒服的走红，并未局限于校友圈，而是凭借高性价比、创新设计等优势走向了更广阔的天地。

记者走访发现，相较于市面上动辄数千元的商业品牌，江苏各高校定制羽绒服大多用料扎实且价格亲民。南京大学羽绒马甲定价298元，绒子含量90%，蓬松度达650+；苏州大学199元的轻薄款羽绒服，采用超细科技羽绒压条、无针孔直充等技术，绒子含量90%；南京艺术学院三合一冲锋羽绒服定价549元，绒子含量90%，蓬松度700+……

“高校文创设计的核心在于文化真实、功能实用与价格亲民三者合一。”南京航空航天大学文创中心主任白灼告诉记者，羽绒服开发项目初期，核心挑战主要在设计与服务体系环节。最初团队也踩过坑，开发多基于内部审美与主观假设，导致部分客户反馈产品“过于厚重”或“不够保暖”。最终，考虑到南京的冬天不像北方寒冷，该校羽绒服定位为轻薄短款和抗寒长款两款，填充90白鸭绒，品质可与千元级品牌羽绒服对标，定价仅500—600元。同时，在设计上立足统一文化背景，针对不同受众形成精准的“设计分层”与“需求转译”，如“校名”字体对学生设计为潮流印花，对校友采用精致

刺绣徽章，对大众则简化为抽象图形。

校园漫步的猫、图书馆后的孔雀、百岁泉的鸽子……南京艺术学院从校园内的动物中取材，师生们立足专业学科背景，共同研讨、设计数十款可替换袖章图形，并对接厂家研发，以期玩出羽绒服的新花样。“这些袖标代表不同审美趣味和精神态度，让同一件衣服能提供多重情绪价值。我们所有产品都不是简单的‘IP授权’或者‘包产包销’，而是与课题研究、教学体系的深度融合，帮助师生实现从作业到作品再到产品的闭环。”李世豪说，本次羽绒服产品就是以设计学院青年教师董兴明的横向课题为发端，师生共同参与图形设计与研发跟进，在畅通了学生在市场上专业实践通道的时候，也将南艺师生的美学概念、审美精神和趣味推向社会。在成本控制上，学校直接对接企业厂商，避免分销商层层加价，并积极争取企业让利，在定制成本偏高的情况下，以美学赋能控制溢价。

文创产业如何行稳致远

高校羽绒服的爆火，为校园文创发展带来新机遇。但热潮之下，品类单一、同质化、品质参差不齐、定制类产品难有价格优势、缺乏有效的市场推广等问题也逐渐显现。不少专业人士表示，一件羽绒服的爆火或许是偶然，但高校文创的持续生长必然依赖于完善的生态体系。

“文创绝非以校徽、建筑等标识性符号为主的简单转化。”在李世豪看来，站在消费者的角度，审美的多样化需求，产品的趣味性与情绪价值更为重要。因此，设计也要以此为核心理念，从而扩大可消费人群基数，而非仅局限于校友师生群体。“艺术创作是我们的核心优势，我们的学生和校友构成了庞大的设计师矩阵。我们下一步计划与各学科联动开发，发动全校师生共同参与文创事业，用去符号化的艺

术赋能更多产品，真正做到用艺术服务社会。”

南京师范大学出版社南京师大文化创意有限公司副总经理梅艳持有同样的观点。“高校文创的未来，关键在于跳出‘高校标签’的局限。”梅艳透露，下一步，该校相关团队将继续深耕服装品类，拓展户外轻旅行、都市通勤等系列，适配更多生活场景，同时，还计划进军毛绒玩具、实用文具、情绪价值类生活用品等领域。“高校文创是高校文化传承的重要载体，近年来其热度攀升恰恰印证了市场对多元文化传播形式的迫切需求。”白灼补充，做好高校文创既需要各高校主动发力，也离不开多方外部支撑。他建议，高校作为地方文化名片，往往承载着城市形象标识功能，可与同样热度高涨的地方文旅产业联动合作，实现双向赋能。其未来发展新增长点：政策层面需进一步完善支持体系，例如通过国家宏观文化经济政策倾斜，为符合条件的高校文创企业提供企业所得税减免等优势，同时建立清晰的行业评价标准，引导高校文创行业从“经验驱动”转向“规范发展”；外部合作企业可助力对接可靠的生产供应链、质检及仓储物流资源，并通过自身渠道帮助高校文创产品进入市场，或提供线下快闪店、线上商城入驻等展示机会，还可以通过搭建跨校协同与行业交流平台，打破高校间的“信息孤岛”，构建共商共建、资源共享的全国性高校文创合作网络；高校内部则需建立完善的IP管理机制，对校企标志性IP进行统一管理，规范授权流程，切实维护品牌价值。下一步，该校团队将聚焦四大方向深化发展：一是深耕“工艺融合”特色，发力AR文创产品研发，以科技赋能校园文化传播；二是拓展校园场景定制化定制服务，打造毕业季、校庆等专属文创套餐；三是举办系列文创设计活动，联动师生校友共同参与创作，凝聚多方智慧；四是推进多校区线下文创体验馆建设，丰富产品展示与互动体验形式，让校园文化触手可及。

虎踞财评

数字消费超20万亿元意味着什么

○臧梦雅

当前，互联网等数字技术深度融入百姓生活，智能产品应用层出不穷，数字消费正成为经济增长的重要引擎。近日召开的全国电子商务工作会议提到，“十四五”以来，我国数字消费整体规模超23.8万亿元，连续13年稳居全球最大的网络零售市场。数据的背后，是超大规模市场持续扩容，人工智能、云计算、物联网等新技术与消费场景深度融合，以及消费新动能加速成长的必然结果。

在消费升级和科技赋能双轮驱动下，我国数字消费需求加速释放，催生出大量新产品、新服务、新消费场景和体验日益丰富，消费新动能加速释放。下单即时配送、选购智能家居、在智慧商圈购物、跟着“AI导游”参观博物馆……过去一年，AI手机、AI电脑、AI眼镜等人工智能终端已超百款，数字产品领域标杆产品密集突破。

持续释放的数字消费潜力，让更多发展成果惠及更广泛人群。数据显示，我国60岁以上数字消费用户规模达1.17亿人，占整体数字消费用户的12.2%。银发族消费日趋新潮，智能扫地机器人、健康监测手环等科技产品，早已成为众多银发族的消费重点。在医疗和教育领域，远程诊疗、在线课堂

等创新应用，打破了时空限制，让更多人享受到优质的医疗和教育资源。

数字消费的潜力不断释放，不仅在扩大内需规模、带动产业链供应链优化升级方面作用显著，也推动着经济发展实现质量、效率与动力的多重变革，为构建新发展格局、推动高质量发展提供持久动力。人工智能等数字化技术深度融入消费场景，有力驱动了信息消费提质扩容。国内人工智能大模型快速发展，人工智能技术广泛应用，数字经济引领新质生产力大踏步发展。

数字消费的蓬勃活力已是事实，然而，迈向更加美好的“数字未来”，要做的还有很多。以农村地区为例，农村数字消费用户目前已超2亿人，这一庞大群体对便捷的数字生活有着强烈需求，其数字消费潜力有待进一步释放。扎实推进提振消费专项行动，需要尽快补齐农村地区消费基础设施短板，完善县乡村电子商务和物流配送体系。此外，应当以数字消费为切入点，持续做强服务消费这一增长点，更好满足国内消费升级需求与人民日益增长的美好生活需要。

2026年江苏制造业贷款财政贴息政策再优化

本报讯 为持续加大财政金融助企力度，推动制造业高质量发展，江苏省财政厅联合省发展改革委、省工业和信息化厅日前正式印发2026年江苏省制造业贷款财政贴息实施细则，新增制造业新型政策性金融工具贴息等扩围举措，为企业设备更新、产能升级、创新发展提供坚实财政支撑。

据了解，江苏自2024年起实施以“免申”“直达”“普惠”为导向的制造业贷款财政贴息政策，对省内通过银行贷款实施设备更新的制造业企业和专精特新企业，按照设备购置贷款金额给予省市各1%贴息。截至2025年底，省市联动下达贴息资金10.59亿元，带动合作金融机构向1672个项目发放贷款超千亿元，其中设备贷款725亿元，有效降低企业融资成本，激发投资活力。

据悉，2026年政策延续“免申即享、直达快享”优势，推出三项扩面优化举措，持续提升惠企实效。扩大贴息范围，将新型政策性金融工具纳入支持范围，制造业企业使用该工具购置设备的部分，可同等享受省市财政年化2个百分点的贴息，确保贴息后利率与制造业贷款贴息后水平一致。为实现政策无缝衔接，我省已在2025年12月预拨400万元省级贴息资

金，对2025年符合条件的项目开展追溯贴息。

优化贴息上限，赋能更多中小企业投资发展。2026年政策在维持省市2个百分点贴息比例不变的基础上，合理下调单个项目和企业贴息上限；单个项目年度贴息上限从1000万元调整为600万元，单个企业年度贴息上限从2000万元调整为1000万元；若企业同时享受制造业贷款贴息与融资租赁贴息，年度累计贴息上限不超过2000万元。弹性延长政策实施期限，稳定企业长期发展预期。原政策期限暂定为2024—2026年，2026年政策明确将根据执行成效开展评估，研究延长政策执行期限。这一安排将有效稳定企业长期投资预期，鼓励企业加大设备更新、技术改造和创新投入。

江苏省财政厅工贸处相关负责人表示，2026年制造业贷款财政贴息政策的优化升级，是我省深化财政金融协同、赋能实体经济的重要举措。各项政策调整均紧扣江苏制造业企业发展需求，可助力降低制造业融资成本，激发市场活力，更好发挥贴息政策对于优质企业增资扩产提质增效、做强特色产业、补短板技术攻关、培育未来产业的支撑作用。（杨民付 奇）

锚定综保区建设 江苏打造对外开放强引擎

江苏经济报记者 周凯航

在江苏开放型经济高质量发展的浪潮中，综合保税区作为对外开放的重要平台，正凭借政策创新与精准服务，为全省外贸稳增长、优结构提供有力支撑。2025年，江苏实现了13个设区市保税功能载体全覆盖，全省21个综合保税区进出口总值10743.86亿元，比上年增长2%，其中进口4564.45亿元，出口6179.41亿元，占同期江苏外贸进出口总值的18.1%。

1月10日，在苏州工业园区综合保税区内，索诺瓦医疗器械技术服务（苏州）有限公司的20条生产线正全速推进，一批价值20多万美元的待维修听器经过声学、功能检测、焊接、组装等一系列工序后，等待检测后将复运出口至瑞士。“商务部等部门关于公布第四批综合保税区维修产品目录的公告”中新增了助听器、耳机等产品，现在我们能够为全球的客户提供优质售后服务。”该公司高级运营总监张梅说道，“据测算，2026年预计维修产值达8000万元，同时带动公司生产订单同比增长14%。”

公司的科研人员正忙着新品研发。“我们进口研发物料小批量、多批次，如果按照一般贸易进口办理相关手续，不仅时间长，手续也很麻烦。同时，研发的不确定性，让我们也很难适用加工贸易的政策，万一研发失败，产生的损耗都需要缴税。”该公司物流部门经理吴茵介绍。常熟海关在获知企业需求后，主动上门讲解政策适用条件与审批流程，开展实地调研并量身定制监管方案，让企业能以更快速度获取研发物料。得益于资金压力有效缓解，研发进度显著提升。近年来，海关总署出台的“保税研发”等政策持续发力，综合保税区吸引了包括阿瑞斯自动化科技、海英荷普曼、苏州博坦智能装备等一批企业进驻。

“保税+”政策为综合保税区提供创新发展之际，创新监管模式则释放了产业发展潜能。近日，远景能源有限公司生产的36风电叶片和24套机舱轮毂从综保区保税仓库启程发往海外。“海关综合保税区超大型风电叶片产品定制出口进出区监管方案，产品先出口至综保区，待成批订单完成后利用毗邻港口优势集中海运发货，帮助我们缓解了资金周转和存储压力。”该公司江阴叶片工厂负责人黄伟说。

在助力企业风电产品远销海外的同时，江阴海关紧盯新能源产业发展“东风”，靠前服务、主动作为，同步打通锂电产品“出海”的关键环节，会同地方有关部门开展锂电产品企业风险研判和可行性研究，实现“本地组装+低耗直航”出口，大幅缩减出海周期和成本。目前，新能源产业已是江阴综合保税区内重要支柱产业，也成为江阴出口的亮丽名片。2025年江阴综合保税区风电、锂电等新能源产品出口货值达26.73亿元，比上年增长5.8%。