



主管主办: 新华报业传媒集团

江苏经济报



江苏经济网



江苏经济报
官方微信

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

星期二 2026年6月30日 丙午年五月十六 总第10386期

多点发力 江苏绘出夏日消费繁荣图景



编者按:

盛夏江苏,万物丰茂。从市井小店,到商业街区,再到文旅景点,到处皆是摩肩接踵的人群,掀起夏日全城消费盛宴。与此同时,江苏各地各部门努力承接好这股“流量”,在汽车、家电、餐饮、零售等多个领域真金白银送实惠,全面点燃夏日消费热力值。本报今日起推出“‘夏’一站‘趣’江苏”专栏,全景呈现蕴藏在江苏大地的浓浓夏日消费活力。

□江苏经济报记者 周凯航

多业态联动“苏超”点亮江苏夏夜,“苏新消费·品质数码”促消费活动为升学季购新机送去真金白银实惠,南京“乐购金陵票享惊喜”发票即时抽奖活动持续一整月……随着暑期的到来,各地加大文旅产品供给,为游客呈上了一道“消暑大餐”。这个夏天,全省商务部门聚焦端午、暑期等重要节点,将累计开展1700余场“一市一特色”促消费活动,政企联动发放约3.45亿元惠民消费券,8890万元数字人民币红包,组织超过8万家商贸企业参与,持续释放夏季消费活力。从人声鼎沸的“苏超”市集,到活力四射的数码市场,再到氛围浓厚的发票抽奖,一幅供给发力、政策加力、市场给力的繁荣消费图景正在江苏大地徐徐展开。

放大赛事经济,打造多元消费场景

南京大牌档的美龄粥、糖芋苗,小厨娘集团的菊花豆腐,古南都集团的西瓜雕刻,莲湖糕团的紫米芋泥糕,秦淮人家的秦淮八绝,绿杨春的豆腐煎饺,香山湖的小龙虾、鸿福面馆的小煮面……端午假期,南京国际博览中心场馆内人头攒动、香气四溢,南京都市圈美食嘉年华火热举办。90个特色展位汇聚了南京地标美食、老字号美食、非遗手工小吃、农产品,全方位展现地道浓郁的南京风物魅力。众多消费者闻香而来,满载而归。不只于此,在位于场馆外不远处的南京奥体中心东广场,南京都市圈土特产配套市集同步落

地。淮安捆蹄、榨水木耳、高淳花雕酒醉小龙虾等特色农产品销售火爆,让本地消费者足不出户即可一键享受都市圈内其他城市的特色美食。夜幕降临,南京队主场对阵淮安队的“苏超”赛事火热开启,场内六万余名观众见证绿茵角逐,场外各地前来的消费者感受烟火升腾,清凉经济“趁夜”释放活力,成为提振消费的重要发力点。

依托“苏超”打造全域流量引擎,扬州则通过政策让利、城市IP联动、全民观赛,实现“赛事引流一景区留客一商圈消费”闭环。端午前,2026扬州早茶文化周拉开帷幕,联动市内外近200家扬州特色早茶门店,打造全城共享的早茶美食盛宴。趣园茶社推出早茶新品“苏超奶黄足球包”,复刻足球造型,软萌逼真、金沙流香,烟火风味碰撞赛场激情;合春茶社增设观赛大屏与古风巡游,上线观赛早茶套餐;瘦西湖温泉水度假村针对球迷推出住宿8折、免费温泉体验活动,有效拉拢客流……不仅如此,扬州各区县也焕新推出民俗展演、观赛互动、民间赛事等场景丰富的促消费活动,进一步丰富县域消费供给。以赛事为爆点,以美食为媒介,以消费为主线,扬州走出一条商旅文体深度联动的融合发展之路。

赛事经济对消费增长的贡献,有着强有力的数据印证。据统计,端午假期恰逢“苏超”第十周常规赛,商务部门在全省共组织521个观赛点,吸引42.3万人次打卡参与,相关企业销售环比增长12%;带动周边餐饮、住宿消费分别增长17.8%、24.6%。为深挖“苏超”赛事经济潜力,今年,全省将继续开展“苏·超级夜”系列活动,特色市集、夜游节、啤酒节、龙舟赛火热开启。各大商圈、街区延长营业时间,文博场馆、热门景区延时开放,演唱会、音乐节密集上演,逛夜市、品美食、看演出、赏文创,沉浸式玩转江苏夏夜。

抢抓黄金节点,释放暑期消费活力

随着高考、中考的陆续结束和暑假的到来,数码产品市场迎来消费黄金节点。6月18日,“苏新消费·品质数码”促消费活动启动。活动期间,个人消费者在我省参与活动的线上平台或线下实体店商户购买单件最终销售价格6000元以上手机的,按最终销售价格的10%给予补贴,单件最高补贴1000元。真金白银的优惠促销有效激发了手机数码产品市场消费活力。当晚,市民鲍女士第一时间赶到京东MALL南京大明路店,下单了一台

华为Mate 80 Pro Max手机。这款手机官网价7999元,门店直降900元后,再叠加10%政府补贴立减709.9元,最终到手仅需6389元,总计优惠超过1600元。鲍女士也成为京东渠道统计的全省享受该补贴的第一人。“没想到补贴力度这么大,一下就省了1000多元。”她欣喜地说。京东电器相关负责人告诉记者,本次专项补贴填补了6000元以上高价位机型补贴的空白,叠加此前落地的6000元以内手机15%国家补贴(单件最高补贴500元),门店几乎所有手机现在都可享受政府补贴,且两类补贴互不占用名额,就算今年已买到6000元以内的国补手机,仍能购买6000元以上的省补机型。

记者获悉,“苏新消费·品质数码”政策出台后,江苏各大线下门店高端手机销量实现大幅增长。南京京东MALL华为手机销售额同比增长10倍,vivo同比增长18倍;苏宁新街口店华为手机销售额同比增长100%,vivo、OPPO等品牌更是超过200%,512G以上大内存高端机和各品牌折叠屏手机销售突飞猛进。据商务部门统计,6月18日全省启动“苏新消费·品质数码”促消费6000元以上手机补贴活动,截至6月24日,累计使用补贴资金8296.8万元,带动销售额约8.3亿元。

政策补贴加码带火的不仅仅是手机消费。在国补和江苏省自主品类消费补贴的带动下,绿色智能家电和各类数码产品销售迎来井喷式增长。在南京,京东MALL、京东电器城市旗舰店售出的符合补贴条件的一级能效绿色智能电器销售占比达到了90%,在家电家居3C一站购的沉浸式体验模式下,客均购买件数达到了2.5件。手机、电脑数码、冰洗、厨卫、彩电、生活电器等品类全线热销。其中,电脑、运动相机、智能穿戴等数码类产品销售额比去年同期增长超过160%;干衣机、550L以上大容量冰箱、多分区洗衣机备受欢迎,线下冰洗销售额同比增长150%。

巧设惊喜体验,激发全民消费意愿

“第一次参与发票抽奖活动,没想到上传的前三张发票全部中奖了!”6月22日,南京市洪女士惊喜地发现,自己将端午期间线上线下消费后开具的发票上传至京东App参加即时抽奖后,每张都获得了10元至50元不等的红包奖励。“网购完成后顺手把订单开票上传就能开出红包,日常购物也能收获许多惊喜!”她对记者说。

洪女士的幸运经历源自南京于端午假期

上线的“乐购金陵票享惊喜”即时抽奖活动。放眼全省,像她这样收获消费惊喜的人还有很多。聚焦端午、暑期等重要节点,南京、无锡、苏州3个国家有奖发票试点城市推出即时开奖活动,消费者凭单张票面价税合计100元(含)以上的数字化电子普通发票即可参与,上传发票即时开奖。各地在假日期间加大抽奖频次,大幅提高消费者获得感与满足感,进一步激发消费意愿。以南京为例,6月19日至7月19日,个人消费者在南京市依法登记注册的零售、餐饮、住宿、文化艺术、娱乐、旅游、体育、居民服务业等领域的经营主体消费,并开具单张票面价税合计金额100元(含)及以上的全面数字化电子普通发票后,即可在指定平台参与即时抽奖,有机会获得10元、20元、50元不等的红包。不仅如此,所有参与即时抽奖的发票还可自动进入月度“定期抽奖”奖池,双重抽奖福利叠加,消费者单张发票有望开出至高800元的红包。据南京市商务局统计,本轮“即时抽奖”活动启动后,仅6月19至21日,参与人数就达到26万人次,上传发票54万张,展现出市场强烈的消费意愿。

“消费必索票、索票即扫码”已深度融入许多江苏人日常衣食住行的消费场景。“日常买菜,日用品采购都会主动索要发票,扫码几秒钟就能完成抽奖,一点都不卡顿。我累计中奖十多次了,领到不少现金红包。”张家港市民李女士是商超高频消费者,在她看来,发票抽奖普惠便捷、体验极佳。“随手兑奖就能拿到实惠,参与过程中也能学到发票、税收相关知识,一举两得。”消费行为从单纯支出变为为有概率获利的体验,直接刺激了消费者的决策与复购热情,也为商户拓展经营空间打开了新思路。“自有有奖发票活动开展以来,很多客户用餐完毕后不用提醒便主动来索要发票,我们也为参加有奖发票活动的客户送出了一张小菜兑换券,下次来吃饭就能用。通过这个活动,我们收获了很多回头客。”苏州市一家餐饮商户说。据统计,截至6月19日,苏州市有奖发票累计参与人数超过270万人,参与商户约8.9万家,累计上传发票数超过2100万张,带动消费超过110亿元。



↓南通:夏日夜生活丰富多彩。瞿德均 摄



↓宿迁:夏夜夜市人气旺。马海峰 摄



↓连云港:“苏超”赛事引来游客“闹”海享清凉。王春摄



让“好材料”闯出“大市场” 江苏超高性能碳纤维应用对接会成功举行

□江苏经济报记者 蔡逸 沈玉青

日前,江苏超高性能碳纤维应用对接会在南京召开。会场的展区内,T1200级碳纤维样品、高模量碳纤维构件、汽车尾翼、飞机舷窗构件……每一件展品都在无声地讲述着江苏碳纤维的硬核实力。

江苏碳纤维产业已走在全国前列,但从“能做出来”到“能广泛应用起来”,还需要政企研各方共同研究破解路径,明确努力方向。会议要求,相关部门要积极推动企业增资扩产、股权融资需求,做好服务保障。

一份“材料强”的家底

江苏碳纤维有多强?省工业和信息化厅在会上的汇报给出了清晰轮廓:全省碳纤维碳丝总产能占全国比重超30%,位居全国前列,特别是在原丝聚合、凝固成型、复材制品等关键技术环节优势突出。全省碳纤维用量超过全国三分之一,主要应用于航空航天、新能源等重点领域,并逐步向电子、医疗、高端体育休闲等新兴领域拓展。从区域分布看,连云港、常州、镇江已经成为核心集聚区。

连云港市则提供了另一组注脚。该市碳纤维产业以中复神鹰碳纤维股份有限公司(以下简称“中复神鹰”)为龙头,形成一定的规模基础与技术优势。从应用领域看,已覆盖航空航天、新能源、轨道交通、体育休闲等多个方向。中复神鹰的部分产品已应用于全球最大无人货运机W5000、全国首列碳纤维地铁列车等。

一场“怎么用”的坦诚对话

对接会上,8家重点发言企业、15家书面交流企业,涵盖了从碳纤维生产、复合材料制造到终端应用的完整链条。

航空是碳纤维的高端“试炼场”,但进入这个领域的门槛之高,从白鲸航线(常州)科技有限公司相关负责人的发言中可见一斑。一款预浸料从完成性能试验到通过适航验证,材料商与主机厂合计花费上千万元。制造成本同样不低,且材料经环境考验后实际可用性能折减显著。高门槛之下,如何让更多企业“进得来”,是行业需要共同面对的课题。峰飞航空科技(昆山)有限公司的经历则指向了另一个维度。在这个全球首家实现吨级以上eVTOL三证齐全的企业看来,国产碳纤维的挑战已不仅是“性能达标”,更在于“稳定地、高质量地批量应用”——行业可参考的工程数据还不够多,工艺成熟度有待提升,这是从“样品”到“商品”必须跨过的一道坎。

在工业制造领域,徐州工程机械集团有限公司的反馈最“接地气”:碳纤维基础型号单价比超高强钢高很多,加上制造工艺复杂,维护成本高、抗冲击能力偏弱等因素,目前在工程机械

上仍以试点为主。南京埃斯顿卓科技有限公司则代表了机器人行业的审慎期待:碳纤维方向很有价值,但要在机器人复杂运动工况中真正用起来,还需要从“材料性能好”进一步走向“整机可验证、工艺可复制、成本可承受”。

这些来自一线的声音,与其说是“困难”,不如说是产业升级的“路标”。每一句期盼背后,都藏着碳纤维打开更大市场的方向。面对应用端的种种期盼,碳纤维生产企业这些年并没有坐等。

中复神鹰在发言中透露,“十四五”期间公司研发投入持续加大,已实现高强型、高强中模型、高模型等多个产品系列全覆盖,通过产能规模提升,大型号产品成本显著下降;恒神股份拿出了全产业链配套的优势,他们的做法是,以定制研发碳纤维为起点,自主配套上浆剂、树脂,再开发适配的编织、预浸及成型工艺,为用户提供从原材料到制件的一体化解决方案;江苏亨睿碳纤维科技有限公司(以下简称亨睿碳纤维)则提供了一个独特的样本,在汽车这个对成本极为敏感的领域,如何一步步打开碳纤维的应用空间,作为国内碳纤维复材零部件领域的龙头企业,亨睿碳纤维去年交付的汽车零部件已形成规模化量产。但这条路走得并不轻松。在他们看来,推动碳纤维在更多民用领域落地,既要持续提升材料稳定性和一致性,也需要产业链上下游更早期地坐到一起,协同发力。

一条“协同破局”的路径

活动中,标准与数据共享成为高频词。南

京玻璃纤维研究设计院有限公司修制订碳纤维国家标准超过六成,并代表中国主持完成首个碳纤维国际标准。但该公司同时指出,权威测试资源仍然紧张,不同细分领域之间的数据共享还不充分,跨领域认证成本偏高。多家单位建议,加快建设省级碳纤维及复合材料数据库和公共验证平台,让企业少走重复验证的弯路。清华大学苏州汽车研究院还提出,可整合汽车、航空、新能源等领域行业资源,统筹推进跨场景应用标准制定,降低适配成本。

与会企业普遍期待,在研发、制造、终端应用之间建立更紧密的常态化对接机制,围绕机器人、低空飞行器具体应用场景,推动材料端和应用端更早介入、更深协同。多家企业建议围绕新能源、低空经济、人形机器人等新兴产业设立应用示范专项,以规模化场景牵引需求、降低成本,同时完善首批次应用的保险补偿等配套政策,让下游用户更敢用、更愿用。

省工业和信息化厅相关负责人透露,下一步将持续开展“制造强省·材料先行”供需对接活动,组织企业走进大飞机、商业航天等新兴场景主机厂,邀请央企来苏发布碳纤维最新配套需求,拓展“海陆空天”未来重大应用场景。一场对接会,有成绩的展示,有坦诚的交流,更有方向的凝聚。正如会议所明确的,要推动应用场景从航空航天、商业航天等高端领域,向更广阔的工业制造和民生消费领域延伸拓展,进一步发挥江苏产业链齐全、检测与标准服务完备的综合优势,打通成本与应用瓶颈。从“材料强”到“应用广”,“好材料”闯出“大市场”,正在从共识走向行动。

虎踞 财评

“以技制技”破解网络谣言

○禹琳

当前,随着AI技术广泛应用,虚假信息的制作门槛与传播成本大幅降低。一些不法分子利用AI批量生成谣言,再通过账号矩阵分发、算法精准推送,最终收割流量牟利。AI造谣背后,已形成一条分工明确的灰色产业链。

相较于人工造谣,AI造谣呈现成本低廉、生产高效、内容逼真、形式多样的特点,为网络空间治理带来了全新挑战。造谣者只需输入相关指令,就能借助AI手段生成虚假的数据报告、现场照片、专家解读视频等多模态内容,颠覆了眼见为实的常规认知。一些AI谣言还利用真假掺杂、素材拼接等手法,迷惑性显著增强,进一步加大了甄别难度,让人防不胜防。这些谣言不仅会误导公众认知、侵害公共利益,还会损害社会诚信、破坏公共秩序,危害不容小觑。

面对井喷式增长的AI谣言,仅靠传统的人工核查显然力不从心。有效遏制AI谣言,需树立“以

技制技”的解决思路,搭建起覆盖实时监测、智能识别、追本溯源、风险预警的全链条智能防线。以抖音平台为例,2025年,在AI大模型技术的助力下,其识别疑似信息的时效单位从“天”缩短为“小时”,全年谣言内容曝光量下降90%,凸显技术反制在谣言治理中的优势。

筑牢长效治理根基,既要依托技术破局,更要厘清多方权责。监管部门须加强治理的系统性与前瞻性,构建事前预防、事中干预、事后追责的全生命周期监管体系,推动工作从“被动监管”向“主动服务”转变。执法部门要健全协作机制,强化联动配合,持续加大对AI造谣违法产的打击力度,抬高违法违规成本。平台作为信息分发枢纽,需严格落实《人工智能生成内容标识办法》等管理要求,对未规范标注的内容进行补标或纠正。同时,对社会热点和敏感议题加大审核监测力度,一旦发现AI谣言,立即采取限流、下架等措施,并对造谣传谣的账号依规实施禁言等处罚。

前5个月全国规上工业企业利润增长18.8%

本报讯 国家统计局近日发布数据显示,1至5月份,全国规模以上工业企业实现利润总额31439.6亿元,同比增长18.8%,较1至4月份加快0.6个百分点。

从三大门类看,采矿业增长33.5%,较1至4月份加快7.5个百分点;制造业增长20.0%;电力、热力、燃气及水生产和供应业下降2.7%。5月份,全国规模以上工业企业利润总额同比增长21.1%。

电子行业支撑作用明显。全球人工智能技术变革带来高端算力芯片和存储芯片需求爆发,推动电子行业利润高速增长,1至5月份,电子行业利润增长103.9%,对全国规模以上工业企业利润增长的贡献率达43.1%。

三条高性能碳纤维生产线集中投产

本报讯 6月28日,中国建材三条高性能碳纤维生产线在中复神鹰连云港基地集中投产,覆盖通用、高强、高模三大主流碳纤维品类。

碳纤维被称为“新材料之王”,“黑黄金”,密度不到钢的四分之一,强度却是钢的数倍,具有耐腐蚀特性。此次投产的三条碳纤维

生产线由中国建材集团所属中复神鹰碳纤维股份有限公司自主研发,据中复神鹰副总经理程亮介绍,这三条全球顶级碳纤维生产线适配产业不同,各有核心优势。其一为年产5000吨大丝束碳纤维生产线。大丝束碳纤维主打规模化、低成本优势,广泛应用于大型海上风电叶片、储氢气瓶、新能源车轻量化结构件,能降低生产成本,提升行业规模化制造水平。其二为

年产1000吨SYT70(T1100级)高强度碳纤维生产线。高强度碳纤维依托超高比强度特性,适配航空航天、低空飞行器等领域。其三为年产600吨高模型碳纤维产线。高模型碳纤维尺寸稳定性突出,主要应用于深海深地深空、竞技体育器材、电子3C等领域。

据中国建材集团董事长周育先介绍,此次三条生产线的投产破解了碳纤维高端品类供给不足、谱系不全的结构性矛盾,实现了通用、高强、高模全品类覆盖,解决了高端材料工程化量产的共性难题。“三条产线的投产打破了国外高端碳纤维长期垄断,实现碳纤维领域从技术、装备到产品的全链条自主可控。”周育先说。

(赵怡宁 王枕玲)

苏州发布“人工智能+”行动方案

本报讯 近日,《苏州市2026年度“人工智能+”行动方案》(以下简称《行动方案》)正式印发实施。方案以持续深化“人工智能+”城市建设、打造OPC创业首选城市为目标,围绕加强对外争取、提升科创能力、强化要素支撑、推动产业发展、深化场景应用、完善发展生态六大重点,形成80条具体工作任务,系统推进全市人工智能高质量发展。《行动方案》提出,到2026年底,全市集聚人工智能企业超3500家,人工智能核心产业营收超4000亿元,增速达20%。

2026年一季度,苏州市人工智能核心产业实现营收859.7亿元,同比增长23.9%。《行动方案》

明确,苏州将对标国家要求,高水平建设国家人工智能应用中试基地,持续做好相关领域平台争取工作,加快推进《苏州市人工智能应用促进条例》立法相关工作,为中国一东盟国家人工智能应用合作中心提供常态化合作支撑。今年,启动建设首批市级人工智能发展驱动中心,培育一批在重点细分领域具有全国影响力的链主企业。围绕AI芯片、具身智能机器人、量子科技等产业,推动产业规模化集群化发展。

《行动方案》还明确,加强人工智能安全治理,积极发展人工智能安全产业,强化安全服务供给,加强行业自律,护航产业行稳致远。(苏瑾)



6月28日,南通市通州区,南通象屿海洋装备股份有限公司厂区内,多艘在建船舶同步施工建造。临近年中,企业开足马力赶制海内外订单,全力冲刺“半年红”。 霍慧勇 摄