



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

星期二 2026年9月15日 丙午年八月初五 总第10441期

## 服贸会后,“苏式服务”如何续写长效文章



□江苏经济报记者 樊 璇

9月13日,为期5天的2026年中国国际服务贸易交易会(以下简称“服贸会”)落下帷幕。其间,江苏交易团留下的“苏式服务”让外界印象深刻,60家企业及机构,470余人参展参会,从中医药文创到跨境数据合规,从智能穿戴到光场显示,江苏服贸企业在这个国家级平台上完成了一次密集的展示、对接与验证。曲终人散之后,那些展台上的“偶遇”、洽谈桌前的意向、论坛上的思想碰撞,如何转化为长期合作与产业升级的持久动能?这是收官之际值得关注的命题。

### 从“展台”到“平台”: 苏“服”务亮出硬核家底

对江苏参展企业而言,服贸会不只是“摆摊”,更是一场集中亮相的发布会与招商会。5天里,一批“苏式”新品和服务密集上新,为南来北往的客商提供了更多优质选择。

南通三越中药饮片有限公司把展台做成了“中医药生活馆”:溯源燕窝、足年陈化的新会陈皮礼盒主打道地滋补,精油贴、养生锤、经络梳等文创草本配方装进日常物件。该企业相关负责人介绍:“此次参展,一方面面向海外中药店、中医诊所、专业批发商推介标准化饮片、贵细滋补产品,拓展跨境贸易、贴牌加工渠道;另一方面通过文创展品对接DTC、POD模式下的海外品牌定制开发。”江苏未迈数字技术有限公司展位前,市场部负责人杨庆耀忙着向咨询者解释“独立站+社交媒体引流”的出海路径——

家企业帮助传统外贸企业搭建海外数字品牌,让海外采购商能直接通过独立站与企业取得联系。

服贸会期间,部分江苏企业作重点产品推介。中科硅纪(南京)机器人有限公司推出的Casia Hand行业级灵巧手,核心零部件实现100%国产化,其“大脑”决策规划与“小脑”运动控制协同架构,让灵巧操作从单次演示走向持续稳定作业。智慧芽信息科技有限公司(苏州)有限公司带来的“外观防侵权检索Agent,凭一张商品图即可在10分钟内输出可解释的侵权风险报告,上线半年完成超30万次查询,为跨境电商出海合规提供了“分钟级”解决方案,收获了业内高度肯定。

这些展品共同勾勒出一个清晰的轮廓:江苏服务贸易的竞争力,正在从单一的产品或技术输出,转向“硬件+算法+场景+服务”的复合能力输出。江苏省社会科学院财贸研究所(省金融研究院)助理研究员王紫绮表示:“服贸会这类平台的真正价值在于它能把一家企业藏在水面下的隐形能力,压缩成市场一眼就能识别的公共信号——为了站上展台,企业必须把散落在工程师脑中的技术,沉淀成可演示、可报价、可交付的标准化产品。这种从技术语言到商业语言、从能力清单到交付方案的被迫转译,才是展会留给企业最长久的资产。”

### 从“偶遇”到“纽带”: 优质平台催化合作反应

服贸会期间,江苏展会吸引了境内外众多客商、专业观众和媒体代表驻足。商务部副部长郗东在视察江苏形象展区时,充分肯定了江苏在服务消费、数字贸易、文化贸易等领域的新技术、新产品。这种广泛关注,是对“苏式服务”的高度肯定。

展会之内,一批优质合作也在达成。杨庆耀透露:“目前已与多家企业互相添加微

信,约定后续通过线上形式,进行一对一深度洽谈。”他还总结出咨询企业的两类需求:一类是跨境人才体系中的渠道合作伙伴开发,另一类是有产品出海意愿的直接目标客户。同样,南通三越中药饮片有限公司市场营销部负责人陈霞对参展期间公司中医药文创的市场反馈颇为满意:“近日有较多人员到访洽谈,几款中药礼盒产品关注度很高。”而在华体集团有限公司展厅内,南京体育产业集团作为嘉宾受到了高度礼遇,双方围绕体育场馆全生命周期服务、赛事IP打造展开深度座谈,持续深化央地体育国企资源联动。

政府层面的成果同样丰富。南通市商务局在服贸会首日召开的中医药服务贸易国际合作论坛上,发布了《江海药香·从南通到世界》中医药服务消费与贸易融合推介视频,利用AIGC技术从欧美文化迷、高压白领、乌兹别克斯坦青年和银发游客四类典型代表视角,呈现南通中医药入境游四条线路。无锡市商务局组织4家优质服务贸易企业集中亮相,该局服贸处相关负责人表示:“服贸会正搭建起全球服务贸易合作的新通道,连通全球贸易新未来。”

这些动作的共同指向,是把展会上的“一面之缘”转化为产业链上的“长期纽带”。王紫绮对此有精准判断:“从‘展示技术’到‘输出标准’的跃升,本质是服务贸易价值链的一次垂直攀爬。卖技术赚的是加工费,卖模式赚的是议价权,而输出标准赚的是定义权。”

### 从“5天”到“长期”: 溢出效应如何持续释放

服贸会会期只有短短5天,但服务贸易的交易逻辑决定了它不是“一锤子买卖”。江苏省社会科学院世界经济研究所研究员、省金融研究院副院长蒋昭乙指出,服务贸易的产业结构升级有一个重要标记:“服务不

再是一类产品。原来我们讲服务业,尤其是生产性服务业,是附着于产品的;现在服务贸易里,不一定要依赖产品。”他以机器人举例:“卖机器人,它不是玩具,而是课程载体。”这意味着,展会上的一次演示、一场对话,可能开启的是一个持续数年的服务交付周期。

如何让溢出效应长效化?蒋昭乙从四个机制层面给出观察:其一,认知方面,服贸会是高认知、高规格的平台,企业能与投资机构、采购方及同行交流,把低附加值变成高附加值,把传统赛道变成新赛道,从附着于产品转向认知重构;其二,要共建“一带一路”国家、全球南方国家形成合作网络;其三,要长期把江苏制造变成江苏品牌,使品牌溢价持续起来;其四,后续要延续创新机制。

这一判断在企业实践中已有呼应。江苏跨境数据科技有限公司建设运营的江苏国际数据港,其首创的“制度—技术—标准”三位一体跨境数据治理模式,将企业出海数据合规周期从两个月缩短到3至5天。某新能源汽车企业借助其合规方案开拓土耳其市场,准入时间缩短六成。这种“数据跨境”新基建的能力,恰恰不是一次展会能完整呈现的,却能在展会后的长期服务中持续释放价值。

溢出效应的另一个注脚,来自那些与江苏人生活紧密相连的大平台。服贸会期间,美团发布了智能头盔、智能掌柜、小黄蜂配送机器人等数智技术。这些面向骑手、商家、消费者的大规模AI服务,也将在未来惠及江苏的骑手、商家与每一名消费者。

从首钢园回到江苏,服贸会的落幕不是终点,而是另一场长跑的起点。那些在展台上被看见的技术、被品尝的味道、被体验的场景,正在等待时间给出答案。而江苏服务企业要做的,是把5天的“高光时刻”转化为365天的“日常功力”,让“苏式服务”不仅写入世界坐标,更在世界坐标中持续生长。



9月13日晚,2026南京文化旅游节开幕式暨南京城市形象主题征集活动成果发布在门东街区城墙中心广场举行。本届文化旅游节以“来斯南京(Nice南京)”为主题,通过央视新闻直播、城墙弹幕墙等创新形式,面向全国传播南京历史文化名城的独特魅力。

## 我国实现一体化算力统筹监测

近年来,我国算力基础设施建设规模持续扩大、布局不断优化,同时也面临算力布局分散、资源底数不清、动态监测滞后、跨域协同不足等挑战。在工业和信息化部指导下,全行业系统推进算力态势感知自动化监测体系建设。

中国算力平台是国家级综合性算力服务平台,目前已汇聚注册企业用户超万家,上架算力产品2000余项,接入各类大模型超300个,为广大开发者提供算力调用服务,累计沉淀数十亿条算力监测大数据。

中国信息通信研究院总工程师何宝宏介绍,中国算力平台有序推动了全国31个省份平台对接入网,建成统一规范、协同高效的全国算力态势感知监测体系,有效破除地域壁垒,打通数据孤岛,实现全国算力底数可摸清、态势可感知、运行可监测,推动算力建设从粗放式规模扩张向集约高效、全域协同跨越式升级。

工业和信息化部总工程师钟志红表示,接下来将加快构建“枢纽—区域—边缘”多层次、梯次化算力架构,持续完善中国算力平台功能;搭建高速互联、超低时延、韧性强健的算力传输通道,按需部署城域网毫秒接入,推动算力设施、算电协同等领域创新,加快算力标准体系建设指南编制,降低应用成本和应

## 一场大赛,探出多业态融合消费新路径

□江苏经济报记者 周凯航

9月11日,2026江苏省新消费创新创业大赛第四场复赛在南京拉开帷幕。作为四场复赛的收官之战,30个文旅农融合项目同台路演。记者现场采访发现,从非遗传承到沉浸式演艺,从农文旅IP到城市更新,一条“文化赋能、商业转化、旅游引流、农业增值”的完整链路在赛场上清晰呈现,生动诠释了多业态深度融合的消费新路径。

### 从“跨界组合”到“深度融合”

本次复赛路演项目覆盖非遗文创、沉浸式演艺、城市更新、农文旅IP、数字文旅等多元方向,一批已完成市场验证、具备规模化复制能力的优质项目集中亮相。

核心团队来自南京艺术学院的回艺非遗潮玩原创IP设计——“福大二·狗猴三”项目,精准聚焦非遗老玩具这一垂直细分市场,倾力打造“回艺”自主品牌,开发了走马灯、滚灯、皮影戏、南京泥人等近20款经典非遗DIY产品,让古老非遗以年轻化、生活化的姿态走进大众视野;商旅幻志——AI边缘计算+AR沉浸式文旅硬件模组项目面向景区、文博场馆、文旅综合体打造轻量化沉浸式体验方案,实现低延迟AR虚实融合导览、历史场景复现、数字文化IP实景交互等功能,解决传统AR文旅设备成本高、依赖云端网络、部署改造难度大等痛点;“彩绘乡韵”——墙绘艺术领航乡村振兴之路践行者项目以“非遗古法墙绘+乡土文化定制”模式切入乡村文化振兴细分市场,通过非遗壁画

工艺创新、本土化文化IP设计、美育实训赋能的途径,有效解决乡村风貌千村一面、墙绘作品耐候性差、乡村本土文创艺术人才短缺的行业痛点……来自大赛创新组的10个项目各展所长,展现出文旅农从跨界组合走向深度融合的发展趋势。

创业组赛道则汇聚了20个各有侧重、独具特色的项目团队。城超通——基于多模态数据融合的智慧化“苏超”文旅服务平台项目打造了国内首个面向省级城市足球联赛的“体育+文旅”一站式轻量化平台,以一款免费下载的轻量化Web应用覆盖赛程购票、文旅路线、数据可视化、球迷社区等全链条功能,目前已于盐城市足球超级联赛试运行,用户超8000人,日活近3000人;城市特色饮品孵化项目定位城市特色饮料孵化工厂,为各城市和品牌打造创新饮品,已打造网络爆火的香醋可乐、老镇江橘子汽水、折耳根可乐等产品;锦创书城·颐和STATION项目坐落于南京颐和路历史文化街区核心位置,以书香车站为主题,打造520平方米的“书香+轻休闲”复合文化空间……

“我们的项目定位为文旅IP创新内容,融合图书零售、咖啡轻食、文创产品、文化展览与艺术活动等多元业态,希望为历史文化街区的活化利用提供可复制、可持续的路径。”锦创书城项目负责人卜凡告诉记者,该项目开业首月即实现盈利,探索出一条小而精、轻量化、深融合的城市微更新路径。

### 从“赛事擂台”到“发展舞台”

比赛有终点,转化无止境。南京去年成

功入选全国消费新业态新模式新场景试点城市。从金陵STYLE的赛事剧场联动,到全国首个全主题汽车餐厅成功落地;从“HOCH汉堡节”单届破2500万的火爆出圈,到红山森林动物园等连续两年入选全国服务消费创新实践案例——消费新场景正悄然融入城市肌理,为文旅农融合发展厚植了产业土壤。

创立于2021年的金陵·鼎丰健身,通过整合健身、游泳、羽毛球、瑜伽等多元业态,构建了面向全年龄段的一站式健康管理服务网络,目前在南京已布局15家场馆,总面积4万平方米,服务人群达30万人次。“我们告别传统健身枯燥单一的模式,打造了集游泳、匹克球、羽毛球、瑜伽等运动于一体的全年龄段体育综合馆,无论是男女老少的客群都能在这里找到适合自己的运动模式。”品牌创始人钱银封告诉记者,希望通过此次赛事的参与,更好地助力南京乃至江苏体育产业发展。

记者注意到,本次复赛现场参赛项目所属细分领域与地方产业招引方向高度契合。据悉,未来两年,南京将围绕服务消费、首发经济、IP消费三大主攻方向,为优质项目提供最高2000万元的资金扶持,为文旅农融合发展注入强劲政策动力。

### 从“赛场流量”到“市场留量”

2026江苏省新消费创新创业大赛由省商务厅联合共青团江苏省委主办,13个省级部门共同支持,元禾控股承办。大赛以“新消费 创新机 向未来”为主题,自6月8

日启动以来,四大赛道累计征集有效项目1100余个,呈现“覆盖广、结构优、质量高”的特点。

大赛陆续举行的四场复赛,走进四座城市,涵盖四个赛道。透过这四场复赛的切片,可以感受到新消费的深层变化:苏州赛场上,AI硬件与智能穿戴勾勒出消费科技的未来图景;徐州赛场上,老字号焕新与宠物经济升腾起特色消费的热气;镇江赛场上,脑机接口与再生医学打开了健康消费的想象空间;南京赛场上,非遗传承与沉浸式演艺重新定义了文旅融合的境界。

值得一提的是,“以赛促创、以赛促转、以赛促引”,贯穿大赛始终。从升级报名系统向各地招商团队开放项目详情查询,到组织招商队伍与参赛团队现场对接;从邀请技术经理人推动科技成果转化;到创投机构持续开展投资洽谈,截至目前,一批参赛项目已在融资对接、订单对接、地方招引等方面取得实质性进展。此前,华艺无界等项目已在全国多地落地示范,康缘养生谷、有纳艺术品文化、富贵山下、日茶夜酒等项目已在江苏深耕运营,形成了可复制、可推广的实践样板。大赛正助力参赛项目完成从“赛场流量”到“市场留量”的有效沉淀,让赛场上的高光时刻延续为市场上的持续生长。

未来,大赛将继续发挥平台纽带作用,集成惠企政策与产业、资本资源,为优质项目提供从赛场到市场的全周期赋能服务,让创新接住每一个具体的消费需求,切实把赛事资源转化为消费增长新动能。

## 虎踞 财评

## 文创要在“必购必带”上下功夫

○杨龙飞

日前印发的《关于推动商品消费扩容升级的实施意见》提出,支持各地开发“必购必带”城市礼物。古韵书签、便携香薰、山水折扇、城市限定帆布袋……一众轻巧精致的文创产品,已然从文旅配套的“点缀”,成长为拉动各地消费、传播文化的有效渠道。下一步,如何让它们真正成为“必购必带”的精品好物,值得各方关注和思考。

近年来,相较传统的城市标志性建筑冰箱贴、钥匙扣,越来越多非遗好物、城市潮品走红市场。然而,仍有不少旅游文创产品徒有其表,而文化内核并不鲜明。一些商家没有深耕本地历史与民俗底蕴,一味套用模板,批量复制雷同产品,让文创产品沦为同质化的流水线产品。

旅游文创若只满足于表面功夫,终究留不住人心,也走不远。要遏制“千品一面”的现象,提升商家的原创能力,同时提高文创产品品质,完善产业生态。

跳出浅层开发,深耕本地特有的文化底蕴。文创的魅力,从来不在外壳的华丽,而在于独特的内核。各地的爆款文创之所以圈粉,靠的不是跟风的复制,而是将专属当地的文化记忆转化为兼具时代审美与日常功能的精品好物。唯有把地域故事讲透、将产品品质做好,让每件文创都有来历、有

温度、有共鸣,才能在消费者心中真正扎根。比如,广西围绕“三月三”推出非遗壮锦专属周边,南京将秦淮灯会与夜游场景结合开发花灯系列潮品等,都令游人印象深刻。

特色有了,产业生态也要更加完善。当前,不少地方文博资源、非遗技艺、创意研发与市场运营各自为政,优质本土文化资源难以融合共进。各地应打通堵点,搭建跨界融合的对接平台,聚焦本土特色产业赛道,深耕差异化品牌,补齐全链条发展短板,推动具有城市特色的旅游文创名声更大、销路更广。

旅游文创要走出景区摊位、博物馆等传统场景。长期以来,不少文创店面销售渠道单一,传播效果受限,消费半径十分局限。在产品品质过硬的前提下,更多精品文创应跳出文旅专属场景,主动走向城市商圈、休闲街区等大众生活场景。此外,可以借力数字技术与新媒体平台,推动静态文创向沉浸式文化服务升级,让游客在购买一件好物的同时,也留下一段专属的城市记忆。

旅游文创虽是小物件,却连接着广阔的消费空间。深耕特色、打通链条、拓宽场景,才能真正走出城市礼物的特色创新之路,推动文化与经济共融。

## 2026南通跨境电商选品会意向采购金额破亿元

本报讯 日前,2026南通跨境电商选品会在南通国际会展中心圆满落幕。作为商务部外贸发展事务局重点出口促进活动、江苏跨境电商提质发展全省行重要站点,选品会进一步巩固南通链接全球资源、赋能产业出海的区域枢纽地位。4天累计到馆13045人次、专业采购商400余人,现场成交额超1800万元,意向采购金额突破1亿元。

本届选品会规模品质实现翻倍跃升。展出面积2.4万平方米,汇聚271家企业、628个展位。选品会形成“市内筑基、省内协同、全国汇聚”的参展格局,南通市家纺家居、电动工具等八大优势产业带集中亮相,省内多市及河北、辽宁、福建等省外企业参展踊跃,市外参展企业占比达25%,全国辐射力持续提升。现场集聚18家主流跨境电商平台、34家服务商,全面覆盖海外渠道、支付结算、国际物流等关键环节。

本届选品会创新采用“3天专业展+1天公众开放日”模式,兼顾精准商贸洽谈与内外贸一体化发展。吸引海内外优质采购商组团寻源,义乌、天津等地客商集中对接家纺、五金优势品类,境外采购商覆盖韩国、匈牙利、

英国、西班牙、乌兹别克斯坦等8个国家和地区。其中,韩国纤维融合技术院率企业代表团专程参会并与南通市服装协会开展精准对接;吉尔吉斯斯坦采购商与美罗家纺达成10万美元意向订单,供需对接成效凸显。

选品会同步举办30场产业赋能活动,搭建高水平交流合作平台。国际跨境电商采购对接会创新采用“专区洽谈、展选选品、实地探访”闭环模式,组织110名重点采购商与200家优质工厂“一对一”精准对接,意向成交率达39.5%,办展质效获商务部发局肯定。此外,跨境电商经验分享、产业带推介、数智化趋势发布轮番开展,多款外贸数字化产品集中亮相;首届AI视频创作大赛以赛育才,为行业储备数字内容人才。

高效的对接成果、优质的办展服务,获得经营主体广泛认可。本届选品会整体好评率达82.9%,超六成企业明确续展意愿。东成工具、伟越电器等本土企业收获大量有效询盘与海外合作线索,阿里巴巴、亚马逊、焦点科技等头部平台均表示将持续深化与南通产业带的战略合作,助力更多南通制造扬帆出海。(吴霄云)

## “苏超”开场 江苏银行的服务也开场了

9月5日晚,2026江苏省城市足球联赛(以下简称“苏超”)第20周赛事在盐城奥体中心举行,盐城队主场迎战徐州队。经过90多分钟的激战,盐城队在伤停补时阶段扳平分比,最终以徐州队1:1握手言和。赛场内,球迷奋力拼搏;赛场外,球迷早早聚集,赛事热度持续升温。

当天下午3点,距离比赛开球还有4个多小时,盐城奥体中心综合馆门前已有不少市民和球迷陆续到场。由盐城市商务局主办的2026年盐城市汽车以旧换新补贴政策宣讲会在此举行,江苏银行作为支持单位,将服务台设在球迷进场的必经区域,为市民提供政策咨询和金融服务。

“报废旧车换新能源车,可以按照新车价税合计的12%享受补贴,最高2万元;置换更新新能源车补贴8%,最高1.5万元……”活动现场,江苏银行工作人员结合现场群众关注的问题,对汽车以旧换新政策进行通俗讲解,并耐心解答补贴标准、申请条件等问题。

“家里那辆车已经开了十多年了,正好想换一辆新能源车。”一名前来观赛的市民在经过宣讲台时停下脚步,

拿出手机记录相关政策。得知自己符合相关条件后,她又进一步咨询了申请流程,工作人员现场为其逐项解释。

随着距离比赛开场越来越接近,前往球场的球迷逐渐增多。有人带着孩子咨询新能源车补贴,有人替家人了解旧车置换条件,也有球迷利用入场前的时间简单了解政策。面对不同问题,工作人员根据群众实际需求进行解答,并将相关政策资料递给有需要的市民。

赛事是城市活力的展示窗口,也是公共服务能力的实践场景。此次参与“苏超”赛事活动,江苏银行主动融入赛事服务,将政策宣讲、金融咨询等服务送到群众身边,以更加贴近群众的方式做好保障。

近年来,随着“苏超”等赛事持续升温,体育赛事与城市生活、消费场景的联系更加紧密。下一步,江苏银行将持续发挥金融服务优势,积极参与地方经济社会发展 and 体育事业建设,把服务触角延伸到群众需要的地方,在赛事服务、服务民生、服务城市发展、践行金融为民责任,以实际行动为江苏体育事业发展和城市活力增添金融力量。 苏寅轩



9月13日,通苏嘉甬高铁常熟段抢抓金秋有利窗口期,各项施工作业有序推进。 孔繁立 摄(视觉江苏网供图)