



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 8 版 国内统一连续出版物号:CN 32-0016 代号:27-50 全国发行

星期三 2026年9月23日 丙午年八月十三 总第 10447 期

接棒“魅力之城”，“南南”携手向东盟

□江苏经济报记者 周凯航

9月21日,第23届中国-东盟博览会(简称“东博会”)闭幕新闻发布会在南宁举行。现场,南京与长春完成“魅力之城”旗帜交接。2027年南京将担任第24届东博会中国“魅力之城”,充分展示南京在城市发展、经贸合作、文化交流等方面的成果。这座长江经济带节点城市的开放诚意与产业底气何在?答案就藏在南京和广西两地不断向纵深推进的合作中。南京正在用“南京+南宁”的“南南”合作模式,把产业科创优势和广西的区位优势优势结合起来,携手开拓东盟市场。

南京凭啥成为“魅力之城”

东博会的“魅力之城”,从来不是单纯的城市形象秀,它既是展示城市风采的窗口,更是推动经贸往来、产业协同的重要载体。南京接棒“魅力之城”,底气来自扎实的合作积淀。

东盟是南京最大的贸易合作伙伴之一,广西是我国与东盟合作的“桥头堡”。深化与东盟、广西的开放合作,是南京融入国内国际双循环、扩大高水平开放的战略机遇,也是借助区位优势、产业互补,为城市发展注入新动能的关键举措。

时间回溯到去年的第22届东博会,南京市与广西壮族自冶区商务厅、东博会秘书处、南宁市签署了政府间合作协议,搭建政府层面框架合作体系,在展会平台赋能、出海服务集成、贸易设施互享等7个领域密切协作。

一纸协议,把南京与广西合作的“施工图”铺展开来。一年以来,这一机制正在加速转化为多项务实成果。

来到今年第23届东博会现场,南宁国际会展中心中展厅里,一大批南京企业集中亮相。安充智能带来的新能源充电装备迎来客户问询,大经中医的AI诊疗排队超长、南京绘亿文化的AI智能棋盘吸引不少观众体验……绿色智能交通运输与工程设备、智能家居、数字经济、智慧能源等领域双向贸易多点

开花,南京的产业能力正在通过广西这一窗口,走向东盟市场。

浩鲸云计算科技股份有限公司总经理周勇表示,广西作为中国与东盟合作的重要门户,区位优势得天独厚,“立足广西、辐射东盟”的发展目标与浩鲸科技的全球化战略布局高度契合。浩鲸科技在东南亚市场深耕多年,在电信和行业数字化领域积累了丰富的经验。依托自主开发的云原生架构与AI Native数字平台,浩鲸科技将持续助力全球运营商释放新质生产力,加速完成从数字化向智能化的转型。

从政府间的框架协议,到一批企业落地生根;从南京输出硬核研发能力,到广西完成集成落地、市场开拓,“南京研发+南宁集成+东盟应用”的协同路径已经初步跑通。正是这份提前谋划、务实落地的合作积淀,让南京拿到第24届东博会中国“魅力之城”的旗帜。接过旗帜,既是对过去一年两地合作成果的认可,更为未来深化与东盟合作立下新的目标。

从“单打独斗”到“区域协同”

本届东博会上,诚迈科技股份有限公司携人工智能、智慧工控、信创办公、智慧教育等领域的创新成果及应用实践亮相,集中展示面向东盟场景的硬件产品与数字化解决方案。龙盒AI一体机、萤火AIKit+工业产品缺陷检测套件以及智慧教室中控、电子班牌、智慧电子时钟等以开源鸿蒙为基座的教室数字化设备产品整齐陈列,前来参观咨询的客商络绎不绝。

瞄准东盟广阔的数字经济市场,去年诚迈科技在南宁设立广西东盟总部,同年在崇左落地制造产线并实现投产,完成从研发到制造的本地化布局。

广西诚迈信息科技有限公司副总经理姜鹏弟站在展台之中,向前来考察的客商讲解解决方案。谈起南京与广西的协同出海模式,他感触颇深:“南京总部就是我们最坚实的技术后盾,核心研发、产品迭代放在南京;

广西东盟总部则是直面东盟市场的前台,我们在这里梳理本地客户需求、做技术拆解适配,承担客户服务和商务拓展。目前,我们的人工智能课程、智能教育陪伴机器人等产品已经出海到了东盟国家。”

诚迈科技的成功实践,是南京与广西合作协同出海的生动样本。如何把单个企业的成功、复制给更多南京科创企业?

去年9月,中国(南京)软件谷与中国-东盟人工智能创新中心(简称“南A中心”)建立战略合作关系,探索“南京研发+南宁集成+东盟应用”的协同出海路径。南京拥有强大的技术研发能力和软件产品供给,但在面向东盟市场的本地化适配、系统集成和商务落地方面存在短板;南A中心作为面向东盟的人工智能合作平台,则在本地化服务、政策对接和市场渠道方面具有独特优势。

同年11月,双方在AI+境界—南京人工智能生态街区开街活动上,签署深化合作框架协议,明确产业协同、贸易协作、企业出海服务、人才发展等五大合作方向,构建起贯穿产业链上下游的合作新机制。在这一框架下,软件谷企业可借助南A中心的平台优势,更快完成面向东盟市场的产品适配和商务落地,无须各自从零搭建本地化能力,实现从“企业单打独斗”到“区域协同作战”的转变。

宁企“组团出海”闯东盟

南京出技术和产业,广西出通道和平台,一批南京企业顺着两地协同的出海链路组团奔赴东盟,在AIGC数字文化、信创、云服务、跨境电商等赛道多点突破,跑出南京产业出海的多员闯将。

2025年,南京炫佳网络科技有限公司与广西广电网络科技发展有限公司签署战略合作协议,双方以AIGC视频生产力为支点,共建“基地运营+培训输出+制作服务+产品共建+平台代理+算力分销”的立体合作体系。双方还成立了合资公司广西炫象科技有限公司,运营东南亚短剧市场。

“南京公司负责技术研发与模型迭代,炫

象依托炫佳科技的Kino视界平台,在广西落地业务并面向东盟进行市场推广和内容生产。”广西炫象科技有限公司总经理覃莉告诉记者,这种“南京研发+广西集成+东盟应用”的合作模式具有三重优势——在技术端,南京团队持续深耕Kino大模型;在成本端,广西拥有丰富的小语种人才储备和东盟语言译制经验,能够高效匹配东盟多语种出海需求;在市场端,广西毗邻东盟的区位优势叠加自贸区政策红利,便于开展跨境合作与内容分发。

覃莉介绍,目前广西基地已经搭建了“中国-东盟微短剧内容平台”,该平台已入选国家级项目库——第四批国家广播电视和网络视听产业发展项目库遴选入库项目。平台已在海外上线多部微短剧,重点在柬埔寨、越南、泰国、马来西亚等国进行推广,并已成功孵化多部本土化精品内容。其中,《Where You Belong》作为柬埔寨首部AI微短剧,实现了国内AI短剧技术、内容、模式首次在东南亚国家的本土化完整落地。一部微短剧以前需要做一个半月,现在10天以内就能完成,制作效率提高95%,成本降至原来的十分之一。

其他领域同样跑出了加速度。跨境电商方面,焦点科技股份有限公司旗下中国制造网与广西壮族自冶区商务厅共同发布“广西特色跨境电商产业带线上专区”,持续深耕广西优势产业带,已上线91家广西出口企业,线上服务企业数量较上线初期增长超25%。浩鲸科技深度参与菲律宾主流运营商DITO的数字化建设,为其构建了全栈数字能力,由浩鲸科技参与开发的DITO App获得“菲律宾年度移动应用大奖”,浩鲸科技自身也斩获DITO颁发的“卓越合作伙伴奖”。农产品方面,今年4月起,南京众彩商业运营管理有限公司积极对接2025年东博会签约的越南、泰国等产地供应商,以进口榴莲单品为主,进行进口水果贸易,实现榴莲订单交易70余柜,1200余吨,货值约4500万元;实现营业收入5100余万元……这些案例共同勾勒出一幅图景:南京的技术能力、产品能力正在通过广西这一“桥头堡”,向东盟市场纵深渗透。



破解秸秆还田难题 “金炭”稻香话丰收

□江苏经济报记者 刘照和

秋风拂过,稻浪漾开,稻香沁心。南京年达炉业科技有限公司、南京圣淳农业科技有限公司董事长陶圣年蹲在田边察看稻穗灌浆,听秋虫鸣吟。

“今年又是一个丰收年!”陶圣年凝视着一望无际的稻田,脸上露出了欣慰的笑容。

秸秆化“金炭”

陶圣年对土地一直有着深厚的感情。庄稼收获后,大量的秸秆怎么处理,始终是农业生产中绕不开的问题。田间禁止焚烧,粉碎腐烂降解又会产生甲烷,有害菌群等污染环境及破坏土壤的物质。那么有没有一种既环保,又能高效利用的处理方法?多年来,陶圣年一直在思考这个问题。

在与高校教授、农业专家交流过程中,陶圣年了解到,秸秆经过热解炭化可形成生物质炭,生物质炭不仅能代替化肥,还可改良土壤。2017年,依托年达炉业多年积累的设计制造经验,陶圣年开始组织技术团队,与相关高校科研人员共同开展生物质炭热解设备研发。

设备从立式改到卧式,从流化床改到回转窑,每一次调整,都要经过设计、加工、安装和试运行。从2017年至今,南京圣淳农业历经9年探索,前后设计并落地设备8套,研发投入超1500万元。经过多年持续研发与技术积累,如今,年达炉业旗下的南京年达环境科技有限公司已拥有每小时处理1000公斤和1500公斤原料的秸秆热解炭化设备,秸秆热解炭化设备技术成熟,装备实现了从技术

探索到规模化应用的突破。

南京圣淳农业科技有限公司在南京龙潭落地的设备每小时可处理秸秆600公斤,产出生物质炭150公斤,热解过程几乎没有污染物产生。检测报告显示,生物质炭具有多孔结构和较强的吸附性能,富含钾、锌等10余种矿物质元素,是土壤改良的优质材料,也是传统化肥的替代品,成为名副其实的“金炭”。

“金炭”出国门

在车间将秸秆热解成生物质炭、在田间应用生物质炭,在减排中实现碳中和,这套模式曾经受过国际市场的检验。

陶圣年通过多种途径了解到,生物质炭中的部分碳,在符合相关标准和核算要求的情况下,可以通过碳移除项目开展监测、认证和开发。他开始参与国际碳交易、国际碳移除项目,开启了生物质炭项目国际化之旅。

国际碳信用认证平台Puro.earth官网公开信息显示,年达生物质炭项目是中国首个Puro生物质炭项目,该项目通过热解农作物废弃物产生生物质炭并用于土壤改良。热解炭化形成生物质炭设施已经完成第三方设施审核和产出审核,获得了CORCs(二氧化碳移除证书)碳移除信用,可持续开展碳监测、移除和报告工作。Puro.earth官网显示,2025年Puro.earth已为年达热解炭化形成生物质炭项目签发330个CORCs,2026年又签发1407个CORCs。项目建立至今,南京年达环境科技有限公司完成了1737个相关碳移除信用的交易和转移,碳交易获得收益超200万元。

对企业来说,这些交易不仅是产品交易,也意味着在国际碳市场中获得了碳交易

通行证。

“金炭”地里出“黄金”

土壤循环利用生物质炭是否可行?最终还是要回到庄稼上。土壤有没有变化、水稻长得怎么样,收获的食品品质如何,这些才是农业生产中能够被直接感受到的结果。为了验证生物质炭对土壤的影响,陶圣年承包了216亩土地,开展生物质炭改良土壤实验。实验数据表明,施用生物质炭的试验田里土壤有机质含量由原来的不足20g/kg,提升到目前约45g/kg~50g/kg。

216亩试验田里,圣淳农业科技团队持续开展水稻种植和相关观察,对试验田收获的稻米连续4年进行了检测。检测结果表明,施用生物质炭的稻田单产量优于施用化肥的稻田,稻米重金属指标优于国家一级标准,农药残留未检出,米饭口感偏软糯、香甜,植物脂肪含量较高。

在果蔬种植实验中,科技团队通过施肥生物质炭,观察到试验田土壤逐渐变黑,原有的土壤板结现象得到改善,土壤疏松度有所提升,果蔬生长过程中虫害情况较少,作物生长状态持续良好,生物质炭与土地有机结合,土壤活力增加,果蔬产量和品质均有大幅度提升。

在圣淳农业科技团队的精心培育下,一片片曾经遭受污染的土地焕发出勃勃生机。公司专注于打造“金炭”大米这一载体,将田园生活的宁静与美好传递给每一位消费者。

秸秆变“金炭”,“金炭”再回到土地的丰收故事,还在继续。

虎踞 财评

平价不是低配,自有品牌重塑大众消费选择

○晓立

距9月16日开业已有一周,南京玉塘东街的“苏果平价店”里依然人头攒动,货架上的米面菜肉、酱油醋油盐、乳饮小食以及各类生活日用品琳琅满目,这是深耕苏皖30年的苏果在南京开出的第一家社区平价超市。与标签上的低廉价格一样抢眼的是,印在大量商品包装上的“家选”“润家”“简约组合”等品牌,这家600平方米的门店里,有近40%是苏果的自有品牌商品。

大润发的“超省”“润发甄选”,盒马的“日日鲜”“盒马工坊”,永辉的“田趣”,胖东来的“DL”……自有品牌商品,正越来越多地登上大卖场、超市、便利店零售货架的重要位置。据中国连锁经营协会联合波士顿咨询公司发布的《2026中国自有品牌发展报告》,中国商超自有品牌已进入快速发展的窗口期,未来五年渗透率(自有品牌商品销售额,占门店全部商品总销售额的比重)有望从当前的约8%提升至20%~30%。

货架,是观察大众消费最直观的窗口。自有品牌的日渐崛起,正在改变消费者的购物体验,重塑大众的消费选择。大型商超凭借成熟的直销网络与集约化的物流体系,可以有效剔除中间多个环节的加价,在同等品质下,其自有品牌商品的价格自然也就更为亲民。《2026中国自有品牌发展报告》给出了一个数据,以某饮料品类为例,通过省去部分渠道分销、营销投放与管理链路,自有品牌相较传

统品牌商品拥有约15%的终端价格优势。自有品牌渗透率的稳步提升,反映出的是当下消费者更为务实和理性的消费心态,他们要的是“优质低价”。

自有品牌的核心优势,正是商超手握终端海量的消费数据,能够读懂普通人的真实需求,从而反向指导工厂田头定制直供产品。省去了品牌吆喝营销、代理商层层加价的成本,让消费者用更实惠的价格买到同样优质的商品。但需要警惕的是,自有品牌渗透率的高增长预期,不等于行业就可以一路高歌。自有品牌最令人担忧的,就是陷入低价内卷。热度之下,部分商超急于抢占市场份额,一味压低代工成本,压缩品控投入,容易出现产品质量参差不齐、原料缩水等各种问题。“价廉质次”只能换来消费者的一次性尝试,形不成长期复购,更形不成对品牌的信任和依赖。

在苏果平价店里,“样样精选,件件超值”的宣传口号随处可见,这是店铺的经营理念。平价不是低配,商超自有品牌想要真正站稳市场,比低价更重要的是守住品质底线,不断提高供应链整合、产品研发和全链路的品控能力。自有品牌的最终目标,是建立起独立的品牌信任,而不只是依附商超渠道的“平价替代品”。唯有把平价与品质结合起来,从“卖别人的货”转向“做自己的好产品”,才能真正抓住发展的窗口期,才能持续丰富大众的消费选择,让这份赛道红利长久落地。

中秋国庆假期南京3.5万个停车泊位免费开放

本报讯 9月21日,南京市城管局透露,中秋、国庆双节将至,为方便广大市民和外地游客出行游玩,南京市将累计释放3.5万个停车泊位,面向外地号牌7座及以下非营运客车免费开放。

免费开放时间:9月25日0时至9月27日24时,10月1日0时至10月

7日24时。开放范围:省、市级单位108家,区级单位291家。此外,溧水区、高淳区道路临时停车泊位同步提供免费停放服务。需要注意的是,部分停车场不支持夜间停放。城管部门提醒,请广大车主遵守停车秩序,配合现场管理,共同营造文明有序的出行环境。(杨石)

江苏电商创新发展大会在南京举行

本报讯(记者 周凯航)9月22日,江苏电商创新发展大会在南京举行。大会汇聚电商平台、人工智能服务商、工业B2B企业、电商生态服务企业等各方力量,吸引700余名省内外嘉宾齐聚一堂,共探人工智能赋能电商新路径,共谋江苏电商创新发展新篇章。

江苏作为制造业大省,产业基础雄厚,集群优势突出,为电商发展培育了优渥土壤。步入“十五五”开局之年,江苏抢抓新一轮科技革命和产业变革机遇,发挥制造强省融合的产业优势,深化人工智能与电商融合创新,推动产业电商、工业品电商、跨境电商提质发展,促进全省电商产业数智化升级。本次大会重磅发布“四个一”成果,聚焦政策、数据、金融、人才推出一系列加力和创新措施,为全省电商高质量发展注入强劲动能。

出台一份行动方案——《江苏省“人工智能+电商”创新发展行动方案(2026—2028年)》是国内首个聚焦“人工智能+电商”发展的专项政策文件,方案系统提出十二项重点行动,为全省电商创新发展领航定向。

建成一批电商数据集——全省首批梳理发布163个高质量电商数据集,166个智能体,覆盖跨境电商、智能客服、AIGC营销、选品分析、BI决策、供应链管理、合规风控、仓储物流、智能运营9大应用方向。

组建一个专项基金——江苏省苏豪控股集团有限公司联合江苏省战略性新兴产业母基金、南京江北新区共同出资,组建江苏苏豪人工智能电商产业发展基金,首期规模10亿元。基金主要投资人工智能应用创新领域,特别关注人工智能技术衍生的应用,以及数字技术在电商领域的应用,进一步聚焦工业品B2B电商、跨境电商、老字号数字化转型、人工智能赋能电商等,为电商产业成长注

入资本“活水”。

共建一批校企合作平台——苏豪控股集团携手南京大学共建新型电商研究院,共筑“AI+电商”产学研协同创新高地;携手南京财经大学共建数智电商学院,开设“苏豪卓越班”,教学、实战、科创三位一体,为电商发展培育优质人才、积蓄智慧力量。

大会现场举行项目集中签约仪式,落地电商平台区域性总部、人工智能服务、产业电商、跨境电商等一批高质量项目,覆盖面广、含金量高、带动能力强。自今年6月以来,省有关部门联动各地深度对接,全力推动各类电商平台企业在江苏拓展布局,截至目前共达成各类合作超110项。

会上,江苏电商生态发展联盟正式成立。该联盟由苏豪控股集团和江苏省电子商务协会共同发起,全省人工智能、数据服务、电商及相关服务企业,产业带品牌企业,电商行业组织,科研院所等100多家单位参与,旨在聚合产学研各方力量,锚定交流合作、技术攻关、行业研究、人才培养与产业促进,全面深化“人工智能+”行动,致力构建开放共享的创新产业生态。

“江苏制造业基础雄厚、开放程度高、数字经济发展快,既有丰富的产业应用场景,也有连接国内国际两个市场的良好条件。”商务部国际贸易经济合作研究院院长王雪坤在致辞中说,江苏要推动AI从内容生成、智能客服等单点应用,进一步向选品、营销、库存、履约、经营分析等核心环节延伸,让企业市场看得更准、营销推得更精、经营管得更细、履约响应更快;要更加重视中小企业的能力提升,依托产业带、电商园区和公共服务体系,汇聚一批轻量化、低成本、易使用的智能工具和专业服务,让更多企业共享技术进步红利。



9月21日,国庆中秋双节将至,宿迁经济技术开发区黄河街道宿迁市诚韵快递有限公司分拣中心,工作人员在智能分拣流水线上对快递包裹进行装卸、分拣、打包快递,全力保障节日期间快递寄递有序进行。 徐江华 摄(视觉江苏网供图)