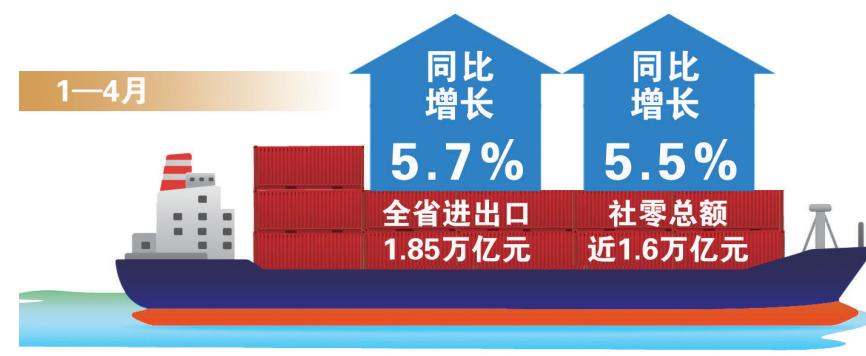


前4月江苏内外贸在急湍乱流中锻造“上扬曲线”

进出口增5.7% 社零总额增5.5%



今年以来,国际环境波谲云诡,内需扩大的需求增强,外部冲击的影响加剧。然而,江苏内外外贸市场却在风浪中稳住高质量发展的“航向”——1—4月全省进出口1.85万亿元,同比增长5.7%;社零总额近1.6万亿元,同比增长5.5%。

这组上扬的数据背后,是江苏上下技术创新破局、政策协同护航、市场多元重构的应对举措和奋斗实践。

外贸超预期 以更强韧性画出增长曲线

4月份,在美国滥施关税背景下,我省仍实现进出口4907.2亿元,增长7.5%的超预期表现,单月进出口与出口规模均创同期最高水平。这样的“逆势增长”是如何取得的?

在苏州市政府稳外贸专班办公室,工作人员电脑上实时跳动着企业问题处理进度。这里开通的“外贸企业服务专线”24小时响应企业诉求。

作为江苏外贸“重镇”,苏州第一时间成立“稳外贸”专班,应对美国滥施关税扰乱全球贸易秩序带来的挑战。“我们重点开展专项行动,通过引导外贸产品开拓内贸市场,推进内外贸一体化发展,同步提供政策辅导。比如,对企业海外仓建设展开全流程指导,力求以短平快的精准政策直击企业痛点。”苏州市商务局副局长张皓介绍。

在各项稳外贸政策的拉动下,4月份,苏州进出口超预期增长5.6%,对美出口有所下降,对东盟国家出口大幅增

长,形成有效对冲。1—4月,苏州进出口增长6.8%,高于全国4.4个百分点,跨境电商增长175.3%。

开拓新兴市场,培育增长新极,正是江苏破解外贸“单一风险困局”的主动之策。

在太仓港集装箱码头,装载新能源矿车散件的“中远海运源泉”轮开往秘鲁利马港,这是今年3月苏州港与钱基港签署友好港口协议书后,从苏州港发往钱基港的第一艘多用途船舶。“这条国际航线,将使中秘两国之间单程海运时间从35天缩短至23天,节约20%以上的物流成本,是名副其实的‘海上高速公路’。”太仓港管委会发展服务局局长王敏勇感慨。

跨境电商重构“贸易链路”,成为“江苏制造”直抵多元海外市场的新路径。

在南通叠石桥跨境电商直播中心,

主播林小夏对着镜头介绍一款夏凉被:“这款大豆纤维被采用纳米级抗菌技术,现在下单可享海外仓5日达服务……”屏幕下方的聊天框里,来自巴西、土耳其的订单信息不断闪烁。

为中小企业提供出海支持,南通成立叠石桥跨境电商产业中心,还建成覆盖欧美和“一带一路”共建国家的31个海外仓。1—4月,我省跨境电商平台进出口同比增长63.8%,成为外贸增长的新引擎。

社零稳回升 “续航”消费热力、释放内需潜力

南京国际博览中心内,外贸优品展销摊位前抢购声此起彼伏,补货纸箱堆

成小山;“苏新消费”无锡场,数字红包抵消餐费,食客纷纷涌向老字号;苏州金鸡湖畔,年轻人排队打卡落地窗前的湖景……一个个滚烫的生活切片,拼出江苏消费图谱。

江苏消费品市场的“热力值”,直观印证着内需潜力的释放——它既彰显着千家万户对品质生活的热切向往,也体现出政策创新持续打开需求空间的必要性。

“现在报废旧车、申请补贴、新车上牌,全流程下来不到一小时。”在南京溧水经济开发区的广汽传祺4S店,经理刘欣忙着给客户演示旧车“丝滑”换新的流程。自政策实施以来,该店通过“以旧换新”卖出的新车占比达38%。

今年以来,江苏将国四及以下排放标准的报废燃油乘用车,以及不符合国补要求的报废更新、旧车在省外交易或报废的置换更新,全部纳入我省补贴范围。1—4月,全省限额以上汽车类零售额止跌回升,同比增长3.3%。

家电领域的“绿色革新”同样令人瞩目。1—4月,全省限额以上能效等级为1级和2级的绿色家电零售额同比增长67.2%。

江苏消费的“热力值”,更折射出供给侧的产业逻辑与市场规则在深度调整。

以往依赖外需的外贸工厂,如今通过内外贸展销会的精准对接,正顺畅链接国内需求,开辟出一片增量蓝海。4月19日,外贸优品中行华江苏首站活动在南京开幕,商务部外贸优品巡回采购团首站活动同步开展,共吸引消费者5.2万余人次,现场交易额约920万元,意向订单约1.5亿元。一件件“出口好物”走向国内百姓的“购物车”。

“首店经济”等新模式则拉动了消费升级。在南京金陵中环的江苏首店话梅美妆集合店里,货架上摆满海外直采的美妆爆品。“我们每周都有新品首发,周末客流量能达1.5万人次。”店长介绍,首店发力明显提升了商圈夜间销售额的占比。

寻找新动能 为拓展市场新空间提供支撑

有效应对外部变局的同时,我省持续培育壮大新动能,为拓展市场增长

新空间提供有力支撑。

苏州工业园区的星迈创新工厂里,研发总监乔亮蹲在测试池边,用镊子夹起一片落叶放在机器人吸尘口前。“这是我们刚攻克的‘复杂水面异物识别系统’,能区分树叶、毛发和金属碎屑,目前全球只有我们能做到。”乔亮自信地表示,其产品价格是传统泳池清洁机器人的4—5倍,但海外市场依旧愿意选择这样更高品质的产品。

以创新为“钥”,开启发展之“门”。江苏各地对创新的支持力度持续加大,推动着高技术产业较快增长。4月份,我省规模以上高技术制造业增加值增长12.9%。其中,电子工业专用设备制造、光纤光缆及锂离子电池制造、电子器件制造、电子元件及电子专用材料制造等分别增长14.6%、25.5%、14.6%和23%。与上述行业相关的锂离子电池、新能源汽车、通信电缆、传感器等产品产量分别增长19.8%、67.9%、13.6%、40.3%。

“人工智能+”、绿色转型等趋势,驱动相关行业和产品表现亮眼——人形机器人马拉松冠亚军身上的关节均为“南京造”,常州动力电池产业链完整度达97%,全国居首,全省备案大模量增至28款……

“这台科沃斯扫地机器人是新增品类。”在苏宁易购苏州石路店,导购员小胡熟练地向顾客展示新纳入补贴的14类“江苏造”家电。她身后的货架上,追觅洗地机、小天鹅洗衣机等江苏“智造”产品占据“C位”。4月份,全省规模以上数字产品核心制造业增加值同比增长11.4%。

从托底到托举,金融政策有力有效,同样提振了市场预期。4月末,全省金融机构人民币存款余额26.6万亿元,同比增长6%;人民币贷款余额27.4万亿元,同比增长10.5%。从经营主体的信贷需求看,4月末全省新增贷款规模1.62万亿元、同比多增1697亿元。

当前,市场挑战依旧严峻,但下一阶段的发展指向也愈发明晰:一方面要通过市场多元化等方式全力保证国际市场份额不减,抢抓“窗口期”,有效化解关税带来的负面影响;另一方面,要以“变”应变,大力拓展跨境电商、保税维修、保税再制造等新模式新业态,积极培育新的增长点,以更大的信心与底气应对各种风险挑战。

据《新华日报》

跨越时空阻隔,秀出丰富多彩的样貌——

网络文艺赋能汉服“出圈”

正是踏青赏花时节,在茂林之下,在繁花掩映中,处处可见身着汉服的游客。正如古人诗句所写,“越罗衫袂迎春风,玉刻麒麟腰带红”“绣罗衣裳照暮春,蹙金孔雀银麒麟”“云想衣裳花想容,春风拂槛露华浓”……这些经典诗句都不约而同将华服与大自然相联系,赋予华服饰勃发之态与耀目之姿。

在全球化和数字化深度融合的今天,中华服饰的代表——汉服,以一种独特的方式进入大众视野,不仅在国内掀起热潮,更逐渐“出圈”到全球,成为东方美学的象征和中国文化的符号。

汉服的繁华盛景不仅是人们的主观感受,更有客观数据为证。根据最新统计,截至2024年底,中国汉服之乡——山东曹县拥有2524家汉服企业、1.4万余家网店、224家线下体验店及近10万从业者,2024年全年国内外汉服销售总额高达120亿元。按平均单价300元/件估算,年产量约4000万件,占全国总产量约5%。由此数据可以推导出全国数据,即2024年全国汉服年产量高达8000万件之多。

汉服的“出圈”并非偶然,背后原因既有人们对中华服饰文化的深厚认同和喜爱,更要归功于网络文艺的赋能。网络文艺通过媒介形态创新、技术深度赋能与互动传播重构的三重路径,共同成就了汉服的华彩篇章,使其跨越时空阻隔,秀出丰富多彩的样貌。

媒介革命 多元传播重构文化感知

汉服的破圈始于媒介革命导致的传播范式变革。在传统媒体时代,时尚传播更依赖街头走秀,文艺路径严重依赖古装影视剧和有限的电视综艺节目,传播渠道相对受限。数字媒体时代,网络引发了媒介革命,各种新媒体层出不穷。短视频、直播、虚拟社区等网络文艺形态,以“轻量化传播+高情感共鸣”的特性,重构了传统文化与现代受众的连接方式。

因为网络文艺的媒介革命,汉服传播在文化表达方面实现了层级跃升。在传统媒体时代,街头走秀、古装影视剧、电视综艺等文艺形式促动的汉服文化表达容易流于平面浅表的形式主义。而新媒体时代,网络文艺赋能的汉服文化表

达不仅多元立体,还凸显了文化深度。抖音国风大典直播通过“虚拟走秀+历史场景还原”,单场观看量超5000万,弹幕中“此生无悔入华夏”的刷屏,印证了媒介技术对文化认同的催化作用。这种传播不仅停留在视觉奇观层面,更通过众多知识型博主的内容深耕,将服饰形制、纹样考据等专业知识转化为大众可感知的文化符号。

在这些网络文艺节目中,汉服相关非遗技艺的保护和传承也更具突破性。如非遗传承人罗春林运用数字扫描技术,将《韩熙载夜宴图》中的服饰细节进行毫级复刻,并通过短视频展示30余道传统工序,让濒危工艺重获新生。

技术革新 数字工具重塑产业生态

在网络空间,汉服秀已成为展示中华服饰艺术和文化之美的重要形式。在数字技术的推动下,网络文艺中的汉服秀从平面走向三维,从静态展示到动态演绎,从被动展示到互动沉浸,观众能够更直观更立体更沉浸地感受到汉服的历史美感与文化厚度。

通过沉浸式技术,汉服秀不再局限于舞台或摄影棚,而可以通过虚拟场景“还原”古代生活的氛围,创造出与汉服相关的文化意境。观众可以通过VR技术“穿越”到历史场景中,感受到汉服在特定环境中的韵味。

《唐宫夜宴》通过VR、AR、XR技术将唐代宫廷生活的场景虚拟呈现,将汉服文化与现场舞蹈演员、舞美背景和珍贵文物相结合,绘就鲜活生动的画卷将观众带回大唐盛世。《只此青绿》通过数字科技的还原效果,观众不仅能够感受静态画面中的诗意与宁静,还能通过舞蹈演员的表演领略汉服与传统舞蹈艺术融合无间而生出的飘逸与优美。这种沉浸式体验使艺术不再是静观的对象,而成为每一位观众可以融入的文化空间,传统服饰文化的美感在此发挥其润物无声的感染力。

AI与虚拟技术的介入,正在改写汉服文化的生产、体验与消费逻辑。设计师通过AI纹样生成系统,可在一小时内完成传统需月余的手工纹样设计;3D建模技术则让“云试衣”成为可能,用户通

过虚拟形象即可体验不同朝代服饰的穿搭效果。通过海量历史文献和图像资料的投喂和学习,AI能做到将古代服饰、工艺、纹样的细节进行完美复刻。这一技术不仅实现了文化遗产的数字化保护,也极大拓展了艺术创作的可能性。

从此前传承人罗春林运用数字扫描技术,将《韩熙载夜宴图》中的服饰细节进行毫级复刻,并通过短视频展示30余道传统工序,让濒危工艺重获新生。

在数字工具的赋能下,汉服相关非遗技艺的保护和传承也更具突破性。

如非遗传承人罗春林运用数字扫描技术,将《韩熙载夜宴图》中的服饰细节进行毫级复刻,并通过短视频展示30余道传统工序,让濒危工艺重获新生。

在数字工具的赋能下,汉服相关非遗技艺的保护和传承也更具突破性。

如非遗传承人罗春林运用数字扫描技术,将《韩熙载夜宴图》中的服饰细节进行毫级复刻,并通过短视频展示30余道传统工序,让濒危工艺重获新生。

互动传播 华服点亮东方之美

短视频、直播、虚拟社区等网络文艺形态,促进了汉服文化的互动传播。这种互动传播不仅涉及国内和国际的互动,还包含线上与线下的互动。正是互动传播所拥有的强大力量和深刻影响,汉服出圈成为可见的现实。

在网络“汉服秀”的影响和带动下,汉服文化首先在国内传播中走向普及,在中华大地上,汉服的热潮如春潮带雨,汹涌而至。街头巷尾,不时可见身着汉服的年轻人,他们步态从容,举止优雅,仿佛穿越时空,走进了礼仪之邦的历史深处。从新郎新娘的婚礼到大中学毕业生的毕业典礼,从旅游景区到城市公园,从实体店铺到网络电商,处处可见汉服的身影。

这股热潮也带动汉服进一步自信地走向世界开始国际传播。越来越多的中国人选择在海外街头,在国际活动中穿着汉服,以服饰为媒介,将中华文化之美带到世界各地。与此同时,外国人也通过YouTube、TikTok、小红书等线上平台和各类线下舞台,开始体验汉服之美。

据《文汇报》

在网络“汉服秀”的影响和带动下,汉服文化首先在国内传播中走向普及,在中华大地上,汉服的热潮如春潮带雨,汹涌而至。街头巷尾,不时可见身着汉服的年轻人,他们步态从容,举止优雅,仿佛穿越时空,走进了礼仪之邦的历史深处。从新郎新娘的婚礼到大中学毕业生的毕业典礼,从旅游景区到城市公园,从实体店铺到网络电商,处处可见汉服的身影。

这股热潮也带动汉服进一步自信地走向世界开始国际传播。越来越多的中国人选择在海外街头,在国际活动中穿着汉服,以服饰为媒介,将中华文化之美带到世界各地。与此同时,外国人也通过YouTube、TikTok、小红书等线上平台和各类线下舞台,开始体验汉服之美。

优雅,仿佛穿越时空,走进了礼仪之邦的历史深处。从新郎新娘的婚礼到大中学毕业生的毕业典礼,从旅游景区到城市公园,从实体店铺到网络电商,处处可见汉服的身影。

这股热潮也带动汉服进一步自信地走向世界开始国际传播。越来越多的中国人选择在海外街头,在国际活动中穿着汉服,以服饰为媒介,将中华文化之美带到世界各地。与此同时,外国人也通过YouTube、TikTok、小红书等线上平台和各类线下舞台,开始体验汉服之美。

优雅,仿佛穿越时空,走进了礼仪之邦的历史深处。从新郎新娘的婚礼到大中学毕业生的毕业典礼,从旅游景区到城市公园,从实体店铺到网络电商,处处可见汉服的身影。

这股热潮也带动汉服进一步自信地走向世界开始国际传播。越来越多的中国人选择在海外街头,在国际活动中穿着汉服,以服饰为媒介,将中华文化之美带到世界各地。与此同时,外国人也通过YouTube、TikTok、小红书等线上平台和各类线下舞台,开始体验汉服之美。

优雅,仿佛穿越时空,走进了礼仪之邦的历史深处。从新郎新娘的婚礼到大中学毕业生的毕业典礼,从旅游景区到城市公园,从实体店铺到网络电商,处处可见汉服的身影。

这股热潮也带动汉服进一步自信地走向世界开始国际传播。越来越多的中国人选择在海外街头,在国际活动中穿着汉服,以服饰为媒介,将中华文化之美带到世界各地。与此同时,外国人也通过YouTube、TikTok、小红书等线上平台和各类线下舞台,开始体验汉服之美。

优雅,仿佛穿越时空,走进了礼仪之邦的历史深处。从新郎新娘的婚礼到大中学毕业生的毕业典礼,从旅游景区到城市公园,从实体店铺到网络电商,处处可见汉服的身影。

据《文汇报》

优雅,仿佛穿越时空,走进了礼仪之邦的历史深处。从新郎新娘的婚礼到大中学毕业生的毕业典礼,从旅游景区到城市公园,从实体店铺到网络电商,处处可见汉服的身影。

这股热潮也带动汉服进一步自信地走向世界开始国际传播。越来越多的中国人选择在海外街头,在国际活动中穿着汉服,以服饰为媒介,将中华文化之美带到世界各地。与此同时,外国人也通过YouTube、TikTok、小红书等线上平台和各类线下舞台,开始体验汉服之美。

优雅,仿佛穿越时空,走进了礼仪之邦的历史深处。从新郎新娘的婚礼到大中学毕业生的毕业典礼,从旅游景区到城市公园,从实体店铺到网络电商,处处可见汉服的身影。

这股热潮也带动汉服进一步自信地走向世界开始国际传播。越来越多的中国人选择在海外街头,在国际活动中穿着汉服,以服饰为媒介,将中华文化之美带到世界各地。与此同时,外国人也通过YouTube、TikTok、小红书等线上平台和各类线下舞台,开始体验汉服之美。

优雅,仿佛穿越时空,走进了礼仪之邦的历史深处。从新郎新娘的婚礼到大中学毕业生的毕业典礼,从旅游景区到城市公园,从实体店铺到网络电商,处处可见汉服的身影。

这股热潮也带动汉服进一步自信地走向世界开始国际传播。越来越多的中国人选择在海外街头,在国际活动中穿着汉服,以服饰为媒介,将中华文化之美带到世界各地。与此同时,外国人也通过YouTube、TikTok、小红书等线上平台和各类线下舞台,开始体验汉服之美。

优雅,仿佛穿越时空,走进了礼仪之邦的历史深处。从新郎新娘的婚礼到大中学毕业生的毕业典礼,从旅游景区到城市公园,从实体店铺到网络电商,处处可见汉服的身影。

这股热潮也带动汉服进一步自信地走向世界开始国际传播。越来越多的中国人选择在海外街头,在国际活动中穿着汉服,以服饰为媒介,将中华文化之美带到世界各地。与此同时,外国人也通过YouTube、TikTok、小红书等线上平台和各类线下舞台,开始体验汉服之美。

优雅,仿佛穿越时空,走进了礼仪之邦的历史深处。从新郎新娘的婚礼到大中学毕业生的毕业典礼,从旅游景区到城市公园,从实体店铺到网络电商,处处可见汉服的身影。

这股热潮也带动汉服进一步自信地走向世界开始国际传播。越来越多的中国人选择在海外街头,在国际活动中穿着汉服,以服饰为媒介,将中华文化之美带到世界各地。与此同时,外国人也通过YouTube、TikTok、小红书等线上平台和各类线下舞台,开始体验汉服之美。

优雅,仿佛穿越时空,走进了礼仪之邦的历史深处。从新郎新娘的婚礼到大中学毕业生的毕业典礼,从旅游景区到城市公园,从实体店铺到网络电商,处处可见汉服的身影。

这股热潮也带动汉服进一步自信地走向世界开始国际传播。越来越多的中国人选择在海外街头,在国际活动中穿着汉服,以服饰为媒介,将中华文化之美带到世界各地。与此同时,外国人也通过YouTube、TikTok、小红书等线上平台和各类线下舞台,开始体验汉服之美。

优雅,仿佛穿越时空,走进了礼仪之邦的历史深处。从新郎新娘的婚礼到大中学毕业生的毕业典礼,从旅游景区到城市公园,从实体店铺到网络电商,处处可见汉服的身影。

</div