

大数据

浙江发布上半年商务成绩单 出口规模跃居全国第二

本报讯 通讯员高珏报道 日前,省商务厅举行2023年上半年商务运行情况和“地瓜经济”提能升级“一号开放工程”推进情况媒体通气会,对外发布浙江商务半年度成绩单。省商务厅新闻发言人、副厅长陈志成表示,今年以来,我省积极扩内需促消费、增订单稳外贸、拓内资稳外资,商务主要指标实现高质量“双过半”。

外贸方面,上半年全省实现进出口2.36万亿元,增长4.7%,高于全国2.6个百分点。其中,出口1.73万亿元,增长4.1%,高于全国0.4个百分点,出口份额占全国的15.1%,规模位居全国第二;进口6301.0亿元,增长6.3%,高于全国6.4个百分点。对东盟、拉美、中东、非洲等新兴市场出口稳定增长,合计拉动出口增长6.0个百分点。“新三样”表现突出,光

伏、新能源汽车、锂电池出口额分别增长22.9%、105.5%和71.8%,合计占全省出口的4.6%,拉动出口增长1.36个百分点。民营企业拉动明显,民营企业出口增长7.4%,占全省出口的84.4%,拉动全省出口6.05个百分点。

1~6月,浙江省实际使用外资129.4亿美元,增长7.3%,高于全国15.7个百分点,占全国份额12.6%,规模居全国第三,完成全年任务的64.7%。制造业实际使用外资金额37.6亿美元,增长25%,占全省实际使用外资29.0%,较去年同期提升3.6个百分点,高于2023全年目标2.0个百分点。

消费市场持续回暖。上半年,全省实现社会消费品零售总额15460亿元,增长9.1%,高于全国0.9个百分点。全省实现网络零售12805.5亿元,增长

16.8%,高于全国3.7个百分点。特别是餐饮收入同比增长19.6%,拉动社零增长2个百分点。从细数上看,日用品、饮料、中西药品、服装鞋帽针纺织品等必需型商品稳步增长;化妆品、通讯器材、金银珠宝等升级类商品零售额均实现两位数增长;限上汽车增长9.1%,其中,新能源汽车增长51.7%,二手车增长73.7%。

省商务厅商贸运行处二级调研员陶洪斌介绍,上半年,我省出台一揽子促消费政策举措,包括《进一步扩大消费促进高质量发展的若干措施》《“浙里来消费·2023消费提振年”行动方案》,同步推动市县配套出台110多个政策文件。同时,聚焦重点领域,借势而上挖掘消费潜能,全省实现餐饮销售1770.9亿元,同比增长19.6%,超出商品消费一倍多。

通气会上,陈志成还介绍了我省“地瓜经济”提能升级“一号开放工程”进展情况。今年“新春第一会”以来,全省商务系统构建完善工作机制,制订出台政策措施,全力打造特色亮点工作,推进19项重点任务、63条年度工作事项落实,“地瓜经济”提能升级“一号开放工程”实现了高质量的开局,主要指标走在了全国前列。

为发挥政策合力作用,我省建立开放提升“1+X”政策体系,出台《强力推进开放提升加快打造高能级开放大省的意见》,明确了7方面126条政策举措。统筹推进贸易、财税、金融、产业、人才、科技等首批26项配套政策制定。同时,在“8+4”经济政策体系下,制定《扩大内需和对外开放》政策包,出台《关于更大力度吸引和利用外资工作的若干措施》《全力拓市

场增订单稳外贸的若干举措》等6条政策举措和8个配套政策。

上半年,商务部门举办的多个重大活动成效明显。港澳·浙江周成功举办,活动期间,共计签约项目77个,总投资额约80亿美元;第三届中东欧博览会成效明显,促成中东欧商品采购订单105.31亿元,带动100多场促项目促投资活动。“千团万企”拓市场增订单行动扎实开展,截至目前,全省已组织1360个团组、超1万家企业赴境外开展商务活动,达成意向订单超1130亿元。

此外,我省还积极拓展海外仓布局,复评和新评省级公共海外仓32个,累计建设海外仓790个,总面积968万平方米,占全国海外仓总面积的三分之一,覆盖全球51个国家155个城市。

妇经验

享惠近亿元

我省传统产业借助RCEP东风“加速”出海



海关关员指导企业申领RCEP原产地证书。

本报讯 通讯员俞晶报道 鞋类、纺织、化纤……因与RCEP项下享惠类目“契合度”较高,浙江部分传统产业借着RCEP的东风,加大出口步伐,实现贸易市场布局优化。据杭州海关统计,今年上半年,杭州海关共签发RCEP原产地证书3.12万份,签证金额85.77亿元,帮助企业进出口享惠约9950万元。

检测、分装、打包、装车……7月25日,与气温同样火热的,是金帝集团生产车间赶制订单的生产场景。“这一批女式皮鞋是下周要装船发往日本的,这两天我们加班加点生产,想尽快完成交付。”提到销往日本的订单,金帝集团股份有限公司负责人胡云芳难掩喜悦。

金帝集团股份有限公司是温州鞋类龙头企业,在国际市场享有较高声誉。RCEP生效前,产品主要销往欧美市场。2022年,公司在海关政策宣讲中得知,鞋类产品在日本通关时,凭RCEP原产地证书即可享受0.6%的关税减让,并将逐步降低为零关税。这一信息给了公司启发和信心,决定加大对日本市场的投入力度。“市场布局的多元化意味着更小的风险与更大的机会,RCEP的实施让我们看到了开拓日本市场的曙光。我们也通过海关的帮助与指导,成为温州地区首家‘经核准出口商’,对于接下来的生产销售,我们充满信心。”胡云芳说。2022年至今,企业共获取RCEP原产地

证书105份,对日出口额超5000万元。

“鞋类生产作为温州的地方优势产业,与RCEP项下享惠类目有较高的‘契合度’。我们从RCEP生效前就开始积极宣传相关政策,指导企业充分享惠。”杭州海关关税处副科长毛梦婧介绍,“辖区纺织、化纤等传统产业也借着RCEP的东风,不断实现贸易市场布局的优化。”

“去年6月,我们第一批无纺布成功出口,打开了日本市场的大门。截至目前,我们已经有78批无纺布销往日本,价值超2000万元。”杭州萧山凤凰纺织有限公司负责人叶国华表示。公司主营无纺布及其制品生产销售,通过RCEP带来的关税减让政策,成功在日本市场站稳脚跟。1~6月,凤凰纺织共申领RCEP原产地证书31份,享惠金额26.48万元。

同样受益的还有浙江台州一罐食品有限公司。作为台州地区罐头出口龙头企业,企业去年橘子罐头出口量占全国出口的七分之一。“经过台州海关的指导,我们了解到以果葡糖浆为主的橘子罐头凭RCEP原产地证书在日本可享受约9%的关税减让。去年开始,我们调整了配方,以果葡糖浆替代白砂糖,提升了我们产品在日本市场的份额。”浙江台州一罐食品有限公司业务经理王婷说。1~6月,该企业对日出口约2000万元,凭RCEP原产地证书享受关税优惠约180万元。



老醋飘“新香”

近日,湖州市德清县禹越镇的五味和食品有限公司酿醋生产基地,工人忙着进行入料、翻醋、装缸、封缸等制醋工序,利用高温生产香醋。这种传统酿醋技艺以当地优质大米、糯米、纯中药制作醋曲,经过蒸煮、酿醋、发酵等30余道工序制作而成,食醋产品畅销海内外市场,订单迎来产销两旺的良好势头。

通讯员谢尚国 摄

灵·市商

全国唯一,珍珠蚌苗生产占全国85%以上

珍珠行业金华的江湖地位几何?

通讯员倪远山、羊菲报道 近日,随着电影《消失的她》突破30亿票房,主角倪妮放出30张自拍庆祝。每张照片上都有珍珠元素,再一次引发了这个夏天珍珠火爆的讨论。今年,珍珠市场行情火爆,据业内人士介绍,今年涨价特别明显,普通的珍珠涨了30%~50%,最受欢迎的涨幅达80%左右。

销售行情的火爆对上游的金华养殖户来说,是个好消息。可能很多金华人还不知道,武义是国内珍珠蚌苗繁育产业唯一的集聚区,珍珠蚌苗生产量占全国85%以上,今年蚌苗的价格仍在持续上涨。兰溪是全国池塘珍珠养殖面积最大的县级市,不少农户的腰包鼓了起来。

销售火爆
“上游”蚌苗涨价高

珍珠行情的上涨对金华的珍珠产业发展起到了积极影响。在业内有着“销售在诸暨,养殖在金华,蚌苗在武义”的说法,武义也被称为“蚌苗繁育示范县”。目前,武义县珍珠蚌苗产业集中且规模化、良种化,供应到全国主要淡水珍珠产区,全国85%以上的珍珠蚌苗均由武义县各蚌苗珍珠科技园负责,良种化率达到75%以上。2023年,不少武义珍珠蚌育苗场均出现

扩规模、增产量现象。

武义县王宅镇韶华珍珠养殖场经过十余年的发展,从无到有、从小到大,成了武义蚌苗产业的“领头羊”。“随着‘下游’销售市场的火爆,我们‘上游’蚌苗的售价也涨了许多,去年七八分一枚的蚌苗,今年价格最高已经达到了0.2元一枚。”韶华珍珠养殖场负责人朱韶华说,蚌苗的价格已经达到了历史高点。

蚌苗售价高的原因之一一是品种优,卖得最贵的是由金华自主培育的国审新品种——三角帆蚌“浙白1号”。近年来,武义县在金华市科技特派员张根芳教授的指导下,依托国家贝类产业技术体系和科技部“蓝色粮仓科技创新”重点专项支持,建成了“珍珠蚌良种扩繁”示范基地,培育出了优质高产的新品种,让蚌苗养殖户迎来了丰收。

电商“盲盒”
为珍珠市场添把火

“随着珍珠饰品的款式设计更加时尚、丰富,再加上直播电商的推动,使得如今年轻消费者也越来越喜欢珍珠饰品,带动了珍珠销量的提升。”金职院农学院退休教授、金华市珍珠行业协会会长、金华市九色珍珠科创园负责人张根芳认为,今年珍珠的价格上涨与珍珠销量的上升

密不可分。

电商珍珠“盲盒”是使珍珠销量增长的主要原因之一。在各大短视频平台简单搜索“开珍珠挑战”,上百万播放量的视频随处可见。歌手汪峰也曾发文称,有一次他凌晨5点起床,还看到章子怡正在看直播开珍珠“盲盒”。可见珍珠“盲盒”有多火。

张根芳说,其实“开蚌取珍珠”并不是新鲜事。早在多年前,在各大沿海城市的旅游景点,就经常能看到摊贩用同样的手法吸引消费者。当然,开出的珍珠有大有小,颜色、光泽也有很大差异。但让人没想到的是,更精明的卖家将这门生意搬到了线上,和互联网直播牵上了线。如今在义乌,也有不少电商店铺从事着珍珠“盲盒”的业务。

此外,珍珠销量上涨的另一大原因是珍珠产业链的不断完善。如今,珍珠粉、珍珠面膜等珍珠美容保健品受到越来越多人的关注,珍珠的药用功能也被逐步开发出来,制作出了各式各样的珍珠保健品。

同时,近年来,消费者的消费心态也发生了一些改变,大家愿意去消费珍珠、黄金等价格较高的商品。

其实,今年已经是珍珠行情上行的第3年。2021年和2022年,蚌苗的产量和产值



金华九色珍珠科创园农户正在养殖的蚌苗。

都创新高,今年的珍珠市场保持了前两年的良好势头。

价高量少
全国唯一的国家级基地在金华

淡水珍珠市场价格不断上涨,一些批发商却在发愁拿不到货。

和一路上扬的热度相反,近年来珍珠产量却呈现逐年下降的趋势。来自浙江省珍珠行业协会的数据显示,2019年全国淡水珍珠产量约为120万公斤,到2020年下降到约100万公斤,2021年约为80万公斤,2022年约为70万公斤。

值得一提的是,全国唯一的国家级三角帆蚌良种场就位于金华开发区汤溪镇金华市九色珍珠科创园内。该良

风向标

男士防晒服热卖! 他们也开始心疼自己了

通讯员黎莉、李坚超报道 女生连指甲缝都要防晒了,为什么男人在太阳底下打个伞还要被群嘲?据《小红书2022男士美妆四大趋势》,男士防晒用品半年环比增长96%。近几年,男性的“防晒小宇宙”正慢慢开始觉醒。

“男生怎样防晒才不显得娘”“男生适合哪些防晒单品”……随着高温天持续,这类话题迅速在社交媒体上走红,也让不少男性放下了所谓的“防晒羞耻”,开始加入防晒大军。

从零售端的表现来看,也充分体现了如今的男性特别是年轻群体对于防晒一事已经从抗拒到上心。

日前,笔者在银泰百货宁波天一店碧欧泉男士专柜里看到,一款售价490元的男士防晒产品受到年轻消费者欢迎。该专柜工作人员刘女士介绍,产品是去年上市的,但明显感觉今年以来询问或购买的人更多了。

“消费群体基本都集中在20多岁到40岁左右,他们和上一代人不同,更愿意在健康和形象方面花工夫,也会从一些社交媒体上了解产品。当然,也有部分是女性推荐的,例如,太太帮先生购买,或女朋友买了送男朋友。”刘女士说。

而在一些化妆品集合店里,男性防晒护肤产品同样热销。在海曙一家名创优品,可以看到,防晒霜、防晒喷雾等产品被放在最醒目的位置。

工作人员介绍,一度以年轻女性为主流消费群体的防晒用品,近段时间也成为男生询问、购买的对象。“男生用防晒产品比较在意涂抹完后是不是太白。所以,一些不提亮肤色的产品如防晒喷雾会更受男性消费者喜欢。”

除了防晒霜,也有不少男性选择帽子和运动防晒衣或皮肤衣。不少男生认为,相对于打伞,这或许是对男性更友好的方式。

在宁波一家迪卡侬门店,防晒夹克、防晒服、防晒头巾、防晒皮肤衣等各式防晒服饰受到男性消费者欢迎。

从市场反馈来看,今年或许也是男士防晒衣火爆的一年。“618”大促期间,“什么值得买”GMV前十的防晒衣中,就有6款产品为男款防晒或男女同款。

唯品会数据显示,6月以来,防晒衣销量同比增长81%,其中男士时尚防晒衣销量同比增长3倍以上。男性消费者成为防晒产品的重要消费群体;男性购买的防晒霜(乳)数量同比增长20%以上。

不难看出,随着理念更新,男性已经加入防晒消费大军。“从今年防晒衣爆发式增长可以看到,如今,男性也摆脱传统对防晒扭捏的态度,开始注重防晒对于健康的辅助作用。当然,因为防晒产品变得丰富多样,也给了男性消费者更多的选择。”唯品会相关负责人说。