

消费日报

A

版 ■ 国务院国有资产监督管理委员会举办 中国轻工业联合会主管主办 ■ 国内统一刊号:CN11—0057 ■ 邮发代号:81—9 ■ 广告经营许可证:京丰工商广字第0054号

“没了义乌,圣诞老人可能‘失业’”

浙江义乌圣诞产品叩开世界

西方传统节日圣诞采购季,马上就到了。

远在中国东部的小城义乌,这个世界最大的“圣诞工厂”,企业主和工人们仍在忙乎着这一年的圣诞生意。

“哪儿过圣诞,我们的产品就出口到哪儿”

位于义乌国际商贸城一区的A3-6244店铺里,挂满了中文、英语、德语、西班牙语、俄语等各国语言的“圣诞快乐”墙饰和贴纸,宛若圣诞礼品“国际超市”。

店主胡大姐在义乌做了10多年圣诞商品,经手几百个圣诞商品品种,其中外贸量占到60%以上。

“哪儿过圣诞,我们的产品就出口到哪儿”,胡大姐很是骄傲。

在义乌鑫特安工艺品有限公司的店铺里,店主朱芝娟和柜台淹没在各种造型的圣诞树中。

“欧洲客户喜欢素雅一点、自然生态的圣诞树;南美客户喜欢热闹奔放,圣诞节过得像狂欢节,喜欢浓烈的颜色,我们就在红色、绿色、蓝色、紫色的灯光圣诞树上装上撞色的花朵造型灯……”15年专注制作圣诞树,他们掌握了不同国家和地区的客户对圣诞树的偏好,分类设计款式,店铺两三天就将换一批样品。

“圣诞树、圣诞球、圣诞钟、圣诞灯、圣诞花、圣诞帽……没了义乌,圣诞老

人可能‘失业’。”来自加拿大的采购商菲瑞斯风趣地说,世界圣诞用品80%来自中国,其中义乌又占了中国的80%,义乌是名副其实的“世界圣诞产品基地”。

据悉,义乌市圣诞用品行业协会已经制订了7个行业标准,包括圣诞节装饰用品、圣诞帽、圣诞树、圣诞钟、圣诞花、圣诞花环和圣诞球。

根据义乌海关提供的数据,2019年1—9月,义乌圣诞用品出口22.3亿元,同比增长22.08%。这些出口产品中还不包括玩具、化妆品、小家电和自行车等受欢迎的圣诞节礼物。

走出去、多元化:义乌“圣诞老人”健步”全球

在义乌柏洋圣诞工艺品有限公司展示厅里,圣诞星、驯鹿造型的铁艺、藤艺产品极具现代感,不仅可用于圣诞节装饰,也可作为日常摆件。总经理杨胜平告诉记者,南美市场已占公司出口额的60%,欧洲次之。“去年销售额800万元,今年预计能达到1000万元。”

多元化市场的开拓,让义乌企业愈发波澜不惊、“闲庭信步”。

来自广东、已在义乌扎根的小天使圣诞用品公司营销总监龙希进说,公司在南美、东南亚市场发展很快,今年预计年销售额将增长10%。

为了积极开拓市场,更多制造企业走出去参加全球展会。

采访中,多家义乌圣诞商户不约而同提到,他们放弃了以往外贸公司代办出口的“easy”模式,亲自去广交会、法兰克福礼品展等国际展会参展,带着自己的圣诞“礼品”,直接和客户面对面交流。

“我们要把所有过圣诞节的国家和地区,都发展成为我们的市场客户。”义乌市圣诞用品行业协会秘书长蔡勤亮说,义乌出产的圣诞产品性价比高,档次丰富,既有几百上千元的电动圣诞老人等高端产品,也有低至几毛钱一个的圣诞彩球装饰品,能够满足不同国家和地区、各种消费人群的需求。

为支持企业开拓全球市场,义乌市商务局制定并出台重点支持境外展会目录,列入333个有影响力展会名单。截至7月份共组织87个境外展,共计789家次企业参展。并重点推进迪拜站、非洲站等“一带一路”海外站建设,加快小商品全球分销节点布局。

2019年前三季度,义乌出口2098.97亿元,同比增长8.48%;对“一带一路”沿线国家合计进出口达1041.6亿元,增长7.8%,占义乌市外贸总值的48%。义乌与“一带一路”沿线国家的贸易合作潜力正在持续释放,成为拉动外贸发展的新动力。

“派送”翻新:为世界送惊喜

在义乌富业玩具有限公司的加工

2019年11月18日
星期一
总第7601期
第4660期
今日8版

10月份社会消费品零售总额增长7.2%

本报讯 国家统计局近日发布数据显示,2019年10月份,社会消费品零售总额38104亿元,同比名义增长7.2%。其中,除汽车以外的消费品零售额34876亿元,增长8.3%。2019年1—10月份,社会消费品零售总额334778亿元,同比增长8.1%。其中,除汽车以外的消费品零售额303066亿元,增长9.0%。(杨曦)

前10月邮政行业业务收入7704.4亿元

本报讯 据国家邮政局官方网站消息,日前,国家邮政局公布了2019年10月邮政行业运行情况。数据显示,1—10月份,邮政行业业务收入(不包括邮政储蓄银行直接营业收入)累计完成7704.4亿元。

10月份,全行业业务收入完成821.7亿元,同比增长21.4%;业务总量完成1473.1亿元,同比增长31.1%。

1—10月份,邮政服务业务总量累

计完成2004.4亿元,同比增长23.6%;邮政寄递服务业务量累计完成201.6亿件,同比增长2.8%;邮政寄递服务业务收入累计完成345.5亿元,同比增长11.1%。

10月份,邮政服务业务总量完成225.4亿元,同比增长37.4%;邮政寄递服务业务量完成21.1亿件,同比增长10%;邮政寄递服务业务收入完成38.4亿元,同比增长24%。

1—10月份,全国快递服务企业业务量累计完成496.6亿件,同比增长26%;业务收入累计完成5929亿元,同比增长24%。其中,同城业务量累计完成87.8亿件,同比下降2%;异地业务量累计完成397.6亿件,同比增长34.4%;国际/港澳台业务量累计完成11.3亿件,同比增长28.1%。

生鲜乳产量前9个月同比增5.2%

本报讯 今年我国奶业振兴实现良好开局,1月至9月全国生鲜乳产量同比增长5.2%,统计部门数据显示同期乳制品产量增长了8.8%,奶业转型升级加快。

农业部畜牧兽医局二级巡视员王俊勋在农业农村部近日举行的发布会上表示,国务院办公厅印发《关于推进奶业振兴保障乳品质量安全的意见》一年多来,各地各有关部门切实加

(于文静)

报告称:网购分期使用率超六成

当前,信用消费已经成为消费升级的重要途径。近日,《中国消费年轻人负债状况报告》(以下简称《报告》)在京发布,该报告基于尼尔森市场研究公司2019年9—10月3036名中国年轻消费者的在线访问得出。

《报告》显示,在中国年轻人中,总体信贷产品的渗透率已达到86.6%。尼尔森消费者洞察研究总监何歆解读报告时表示,数据虽然接近90%,但其中有近一半的人是把信贷产品当作支付工具使用的(如信用卡在免息内结清),扣除作为支付工具的部分后,中国年轻人实质负债人群约占整体年轻人的44.5%。

据介绍,此次调研没有采用传统的“总负债/总资产”的计算公式,而首次引用了“债务收入比”(债务偿付额/可支配收入)这一新指标,旨在反映这个阶段年轻人的负债和还款能力。

通过每月待还款金额占月收入的比重(增量/增量)可测算,中国年轻人平均债务收入比(即负债率)为41.75%,其中13.4%的年轻人零负债。如果扣除掉消费信贷作为“支付工具”的部分,那么年轻人的实质债务收入将降为12.52%。

调研还发现,互联网分期消费产品渗透率和好感度最高,其使用率高达60.9%(信用卡为45.5%)。

同时,仍有23.5%的年轻人对信贷产品态度谨慎,通常在关键时刻才使用,尤其是学生,谨慎使用的比例超过40%,反映出年轻人分期行为相对理性。

从调研结果来看,32%的年轻人表示有明确的存款计划,且随着年龄和阅历的增长,每月新增存款比例也有明显提升,6成学生和近8成上班族每月存下10%以上的收入。(孙阳)

欢迎订阅2020年《消费日报》

消费日报

**消费日报由国务院国有资产监督管理委员会
举办,中国轻工业联合会主管主办。
信息传播定位:产业基础上的市场化表述。
综合服务平台:为行业企业品牌提供服务。**

合作共赢

全国各地邮局均可订阅。

邮发代号 81—9。

国内统一刊号 CN11—0057

季价 63 元,全年订价 252 元。

发行电话: 010—67604545



本报新闻职业道德监督岗

电话:(010)67604554 67604747

快来
扫
我
吧!



搜狐新闻客户端



消费日报微信公众平台

《消费日报》搜狐新闻客户端订阅流程:
步骤一:扫码下载搜狐新闻客户端
步骤二:打开应用点击上方“订阅”
步骤三:选择“添加订阅”后搜索“消费日报”
步骤四:点击右上角“+关注”即可

专业调解 免费维修
“家装大讲堂”首进社区

“我们家地漏返味了”“我们家需要更换一个水龙头和角阀”“我们家墙砖脱落了”……在北京市西城区白纸坊街道建功北里社区活动中心里,居民们一个接一个提出了关于自己家的室内装修问题。近日,中国室内装饰协会联合北京市消费者协会在北京建功北里社区开展了“家装大讲堂”的公益活动。

专家在讲堂上讲解了最安全

的装修模式。其中,包含了资金安全、施工工艺标准、施工质量以及施工结束后的环保治理等各种工序及流程。同时,专家也讲解了消费者在装修中遇到的各种陷阱以及遇到各种情况时该如何应对。

据了解,本次“家装大讲堂”系列活动将持续到今年年底,在每个节假日都深入社区,居民可以通过微信公众号、电话报名和现场报名等方式进行参加。(解磊)