

出口转内销 澄海玩具线上翻盘

□ 本报记者 王洋

如今,在“中国玩具礼品之都”广东省汕头市澄海区,原本以外贸生意为主的企业正在转向探索国内更广阔的消费市场,对加快出口转内销有着迫切需求。电商成为了他们打开国内市场大门的敲门砖。

受疫情影响,今年我国一季度制造业增加值同比下降10.2%,出口额下降11.4%,各产业带受到不同程度冲击,尤其是外向型产业带出口受阻。产品出口占比高达75%以上的澄海便是其中之一。此前,国务院办公厅发布了《关于支持出口产品转内销的实施意见》,就支持出口产品进入国内市场、多渠道支持转内销等发布了相关意见。为不少澄海的玩具外贸企业指明了方向。澄海区电子商务产业协会副秘书长黄嘉滨在接受记者采访时表示,此次疫情让更多的商家认识到应该要有更多的渠道。

谈及渠道,澄海一些从未接触过国内市场的玩具外贸企业首先就想到了电商。“我们这种外贸企业以前从没接触过

电商,也不了解国内市场。”一位不愿意透露姓名的澄海玩具从业者告诉记者,严峻的形式让他们不得不做出选择,“走线上似乎比现在铺设线下渠道靠谱多了,也更方便更快速。”他对记者说道。和上述从业者一样,澄海“恩宝玩具”也是一家典型的纯外贸企业,其国内市场经验可谓“一片空白”。然而伴随疫情而来的海外订单被取消,库存积压、资金难以周转等困难接踵而至,也让他们意识到了转型的重要性。“遇到困难后,我们在有关部门的指导下在京喜开设了线上店铺,对产品做了重新包装。‘6·18’期间,我们店铺的日均订单环比4月提升14倍。仅6月16到18日的3天时间,订单量就是4月的1.68倍。”该公司负责人在接受记者采访时表示,线上渠道的打通让那些原本躺在仓库里难以销售的产品迅速被清空,让零经验的他们顺利转向国内市场。

同样利用电商打了一场漂亮翻身仗的还有奇尔飞煌玩具。作为一家外贸玩具公司,疫情前,他们有70%的玩具出口到欧美等地。而疫情的到来却让他们

仓库里堆满了产品。“货根本发不出去,很多订单也取消了。”奇尔飞煌玩具的电商负责人黄树杭对记者说道。

据他介绍,疫情来得太过突然,也让从未遇到过类似情况的他们有些傻眼。“不过好在公司当机立断,第一反应就是‘转向国内市场’,于是我们按照国内玩具的要求,改换包装等。”黄树杭告诉记者,刚开通线上店铺时,内销的情况并未有太大的起色,不过他们却并未因为平淡的开局而失去信心,在坚持了一个月后,奇尔飞煌的内销终于有了起色,甚至又招了十几名员工,专门做电商这部分工作。

“此前,京东、京喜与澄海玩具产业带签署战略合作协议,打造京喜产业带合作示范基地,在基地落地后,我们参加了‘潮汕一周一带’活动,期间店铺订单突破2万单。我们还作为今年‘6·18’重点帮扶商家参与了百亿补贴等平台核心活动,累计订单超13万单,成为玩具类目TOP标杆商家。”黄树杭表示,目前在国内市场打开销路的同时,国外市场也在逐渐恢复。“老

客户的订单还在继续做,新客户暂时还没有开单”。在他看来,他在国内市场的坚持,为其国外市场的恢复争取了时间和腾挪的空间。这也让他看到国内市场的前景,未来他计划继续加大国内市场的布局。

对于企业积极探索新渠道,中国玩具和婴童用品协会相关负责人对记者表示,十分赞同。该人士介绍,据海关总署统计,2020年1-5月份传统玩具累计出口额81.0亿美元,同比下降14.5%;2020年上半年各玩具、婴童用品企业出口业绩普遍受到全球疫情的影响。“中玩协调研了各产区的外贸出口情况,我们发现有的企业面对挑战镇静自如,从容应对;有的企业在逆势中反而出口业务攀升;也有的企业虽然出口业务受损但寻找到有效方法成功‘突围’。”上述人士告诉记者,面对严峻的全球疫情形势,国内外销企业唯有积极开拓思路,才能化危机为机遇,协会希望一些玩具和婴童用品企业开拓市场的成功经验和尝试,能够为其它行业企业带来一些借鉴。



绣娘飞针走线展“青绣”魅力

一根根丝线,一枚枚绣针,一块块布料在一双双灵巧的手中变身成为一件件青绣工艺品。

“这针线活可真好!”7月25日,在青海省海东市主题城市馆四大品牌主题日系列活动——青绣技艺展示体验活动现场,绣娘们精湛的技艺引得一片叫好。土族盘绣、撒拉族刺绣、河湟刺绣等青绣绣种齐亮相,为海东绣出了一张色彩斑斓的名片。

银针轻舞,丝线摇曳。在河湟刺绣传承人俞兰的绣布上,土族阿姑的七彩花袖愈加艳丽。俞兰介绍,她将青海地方民俗活动等题材融入创作之中,作品不仅有传统韵味,还具有时代特色。虽然来来往往的参观者众多,但俞兰始终专注于自己的作品,一针一线,有条不紊。

在同一展区,指甲盖大的绣品吸引了不少人。别出心裁的青绣耳饰、吊坠、挂件令人驻足称奇。在如此小的绣布上,飞鸟游蝶、琪花瑶草栩栩如生。“这些产品是我们的设计师设计的,正在申请外观专利。”青海青之绣民间艺术团负责人负责付芳蕊介绍,“设计一些与市场更贴近、与年轻人审美更贴近的实用产

品,这样古老的青绣也能走进现代人的生活。”青洽会为这家成立不久的公司提供了一个首秀舞台,“这两天销售额已达5750元,江西、福建、贵州等省外客商都表示有合作意向。”

精美的刺绣,精彩的歌舞吸引了不少参观者,除了欣赏、购买绣品,也有对青绣产业感兴趣的,青海民族大学的张萍就是其中之一,“我是想做一个与扶贫相关的案例,过来了解一下。”

近年来,海东市积极利用非遗项目开展文化产业扶贫,通过“公司+农户”模式,让越来越多的非遗资源得到开发,成为贫困群众增收的重要渠道。“把青绣产业作为非物质文化遗产保护传承与发展、彰显河湟文化、助力精准扶贫、加强文旅融合发展的主要内容,海东市在制定推动青绣产业高质量发展的三年行动方案的同时,正在积极谋划建设青绣产业园,打造青绣总部经济。”海东市人大常委会副主任孔令明说。

如今的青绣,是广大农牧民群众巧手脱贫的重要途径,是海东民间艺术团负责人负责付芳蕊介绍,“设计一些与市场更贴近、与年轻人审美更贴近的实用产

区域动态

浙江金华市现代五金产业集群入围国家级先进制造业产业集群

本报讯 7月14日 国家工信部进行了2020年先进制造业集群招标入围公示,浙江金华市现代五金产业集群成功入围。这是金华市首个获批的国家级先进制造业产业集群,将获得国家5000万元专项资金。据悉,此次全国共有11个行业的26个先进制造业

集群入围,金华市现代五金产业集群是轻工纺织食品行业全国入围的3个集群之一。

为培育发展先进制造业集群,工信部从2019年开始公开招标,“入围”项目需同时具备以下两个条件:一是产业集群具备良好的产业基础、网络

化协同和技术创新能力,要素集聚、开放合作、组织保障水平较高。二是集群发展促进机构要组织架构健全,汇聚集群创新要素,具备促进集群成员合作交流的机制。

“我市入选的现代五金产业集群产业基础雄厚,辐射带动力强,是推动高质量发展的强引擎。”金华市经信局相关负责人介绍,此次入围国家级名单,将进一步得到国家的分类指导和支持力度,专项资金将重点支持产业集群的服务平台、重点项目等建设。

海南海口两个全生物降解塑料生产示范基地将投产

本报讯 7月20日,记者从海南海口市科工信局获悉,为加快推进海口市禁止生产销售使用一次性不可降解塑料制品试点工作,该局协调和推动海南赛高新材料有限公司和海控环保科技有限公司建设全生物降解塑料生产示范基地。

其中,海南赛高生物降解一次性餐具生产线将在今年8月份投产,预

计当年产能为3600吨/年。目前该基地已达到生物降解材料2万吨、膜类制品1500吨的年产能力。未来将继续加大研发生产的投入,新的薄膜制品生产线预计2020年底投产,产能将提升至6000吨/年;生物降解一次性餐具生产线也将准备在8月份进入投产,预计年产能为3600吨/年。

海控环保全生物降解塑料袋制

品项目9月1日正式开始生产,预计当年产能为200吨/年。

丰台区市场监管局之窗

丰台区市场监管局多措并举保障夏季食品安全

随着气温逐渐升高,食品安全隐患进入多发期、高峰期,丰台区市场监督管理局东铁匠营市场所将辖区内常态化疫情防控和夏季食品安全监管相结合,多措并举加强夏季食品安全监管力度,持续开展食品安全隐患排查整治,严格把好食品安全各道关口,保障百姓舌尖上的安全。“安”字为先。东铁匠营市场所采取明察暗访的方式,结合疫情防控要求,强化对辖区商超、便利店、菜市场等重点部位、重点品种、重点环节的监管。“严”字当头。严格落实食品经营单位落实食品安全主体责任和疫情防控要求;严格开展食品安全监督做到执法监管到位。“治”字保障。对受理的投诉举报,坚持“快速受理,快速解决,及时反馈”,切实维护消费者合法权益。同时,开展食品科普知识及夏季饮食注意事项的宣传活动,增强消费者食品安全意识和自我保护能力。

(耿欣)

河南省原阳县信访局解决信访问题 为民办实事

河南省原阳县信访局以人民利益为中心,紧紧围绕习总书记“三到一位”的工作原则,打造阳光信访,着力解决群众反映问题,收到良好的效果,信访矛盾关口前移,全县信访形势明显好转。

首先,妥善处理好信访问题。2020年上半年,原阳县先后开展重复信访专项治理、信访积案化解等活动,解决了一批重大疑难信访案件。大力贯彻落实上级关于访转网要求,大批案件由访转网,网上投诉占总访量的75.3%。

其次,加大疏导调解力度。强化诉调对接疏导化解工作机制,加强信访疏导调解中心力量,组建律师团队,调解人员由4人增加到13人,根据职责划分为4个调解室,按照能调尽调的原则,将信访案件分到各室进行调解,坚持解决实际问题和教育相

结合,抓早抓小,通过心理疏导,耐心帮扶,力争早发现快解决,努力把问题化解在基层,解决在当地。

再次,坚持案件集中研判。充分发挥信访工作联席会议作用,召集有关乡镇和县直单位主要负责人,对疑难信访案件和利益群体进行研判,特别是拖欠农民工工资、非法集资、问题楼盘等热点难点问题,及时掌握案件进度和人员动态,针对新情况、新问题,提出处理措施,有力促进了信访问题的化解。最后,截至目前共召开研判会11次。

呈现“三下降”趋势。利用群众来信来访来电和网上信访多渠道开展工作,使信访工作呈现“三下降”(信访总量下降、进京非访量下降、到市赴省集体访下降)的良好趋势。(李国营 王先锋)

中国福利彩票发布33张特殊老照片 讲述33年发展故事

第一张中国福利彩票的横样,早期发售福利彩票的现场、万人艳羡的“大奖组”获得者……7月27日,在中国福利彩票33岁生日之际,中国福利彩票发行管理中心通过中国福彩网向社会发布了33张具有特殊纪念意义的福彩老照片。

在这些老照片中,有1987年新中国发售的第一张福利彩票,那时候彩票的名字还是“中国社会福利有奖募捐券”;一组“万人空巷买彩票”的老照片记录了“大奖组”时代的销售盛况;摄于2003年12月31日的一张照片中,获奖者笑容满面,只花了2元钱就把一辆小汽车开回了家;而第一张电脑机打彩票则追赶着互联网发展的脚步……

除了这些记录彩票变迁史的老照片,更有一些关于“福彩安居工程”启动项目现场、“福彩助我行”“明天计划”等公益品牌活动以及送外来务工人员返乡过年、资助孤儿大学生等具有特殊纪念意义的照片。

扶老、助残、救孤、济困,中国福利彩票一直在路上。据了解,截至2019年,我国累计发行销售福利彩票2.211万亿元,累计筹集福彩公益金6568亿元。这33张老照片回顾了新中国福彩事业走过的33年,记录着福彩始终坚持着的“因公益而生、秉公信而立、执公正而行”的设立初衷,更体现了福彩人一直肩负着的历史使命和社会重任,激励他们继续前行。

中国玻璃器皿之都山西祁县举办玻璃茶具大赛

本报讯 7月21日山西省祁县县委、县政府联合山西省文旅集团在祁县召开“中国玻璃器皿之都——山西祁县”玻璃茶具作品大赛新闻发布会,大赛主办方就大赛方案作了解读。本次大赛以“匠心粹韵·玻璃器茗”为主题,大赛面向全国玻璃行业的职工和玻璃艺术爱好者征集玻璃茶具作品,赛期由7月25日持续至10月31日。

据介绍,祁县是中国轻工业联合会授予的“中国玻璃器皿之都”,玻璃器皿生产拥有近百年的历史,目前

已经形成行业基础牢固、产业链条完整、生产布局集中、经济结构优化、服务体系完善、市场前景广阔的产业集群。现在全县共有玻璃器皿生产企业43户,从业人员2万人,拥有专业的贸易公司、包装、运输、描金、手绘、模具、烤花、原辅材料供应等上下游及深加工企业200多家,10大类8000多种产品远销以欧美为主的80多个国家和地区,其中人工吹制高脚杯占全国的70%,并建有国家级玻璃器皿产品检验检测中心,是全国最大的玻璃器皿深加工基地。

努力精准推动县(市)媒体融合

当前,媒体融合渐成趋势,县(市)融媒更是快速推进,一场前所未有的新闻大变局初露端倪。那么,在实际操作中,如何精准推动县(市)媒体融合呢?

融合之要在于整合,密切协作,融会贯通。媒体融合的目的是将报纸、杂志、电台和电视台等传统媒体与网站、微博、论坛、微信公众号和手机媒体等新媒体集中在一块,你中有我,我中有你,相互渗透,相互补充,进而形成一个新型有机整体。它的最大特点是资源共享、指挥统一、步调协作、效率提升,造成排山倒海之势,形成共振发声的强音;另一方面,节省人力、物力、财力,构成节约高效的运转机制;还有利于引领科技进步,以现代化手段为支撑,增强传播力,扩大影响力。通过全方位、多层次、宽领域的融合,构建一个舆论强势、阵地强大、效益强增的新型媒体。

积极探索县媒融合路径 融媒体是一种高度契合、充分包容的新形态,然而在实际建设当中,一些地方却出现了偏差。少数新闻媒体组合时策略不当,偏重建、轻集中;个别报台融合时衔接不紧,内部涣散,运营乏力;

些报网融合后,新瓶装旧药,各自为战,未见起色。凡此融合都是片面的、不健全的。当前,我们把县(市)融媒探索分为四类:一是改革成型型,这些单位建立了一套好机制,走出了一条好路子,取得了一些好成绩,媒体形态脱胎换骨,综合成效有目共睹;二是有形无实质,一些地方的报纸、电台和电视台只是名义上合在了一起,其内部仍是界限分明,拉山头、筑城墙,媒体之间自成壁垒,互不渗透、互不协作,宣传质量没有多少改进,经济困难没有丝毫摆托,说到底还是换个名号而已;三是目标不明型,个别地方的领导没有真正领会中央关于县级融媒体建设的指示精神,敷衍塞责、拖拉推诿,或者不担当、不作为,只是随波逐流、匆匆行事。具体主管这项工作的负责人,又是前不久行政机构改革中,从其他部门调来的外行,没有从事过新闻宣传和新闻媒体工作,政策吃不准,办法拿不准,决心下不了,工作推不动,媒体融合改革只是在原广播电视台大门口挂上了融媒体中心的牌子。四是具体问题型,有一些地方的部门领导只是想借融媒体改革,迟滞了县(市)融媒进程。我们在实践中得到的启示,融合判断标准有三:

减轻人员工资。主要是趁机改造硬件环境,升级机械设备,而其他方面工作没有任何新意。凡此种种,足以说明一些地方的融合是不健全的,存在巨大隐患。

媒体融合标准的正确判定 那么,如何才能达到真正精准融合呢?首先必须摒弃先硬后软的错误观念。在一些地方参观,人们看到的是气派的楼房,精致的布设,优良的设备,先进的显示屏系统。观之,第一感觉是高大上;细想,心里只犯嘀咕不好学。后来,得到的消息是那个显示屏,所谓的指挥系统即中央厨房,大有花瓶的意味,能看看,没有用。如此,斥资数百万元,甚至千万元,搞装修、购设备、立大屏,确实是硬件设施改善了,表面感觉良好,单位形象树起来。但是原先存在的主要问题仍然存在,而制约媒体发展的根结一直尚存,这种“硬件先行”的融媒方式,是在媒体改革出发处便走上了歧路。我认为,大拆大建式硬件投入,有悖于中央关于县(市)融媒体的指示精神,是对媒体融合的错误解读。在具体实践中,硬碰硬式融合制约了媒体改革,迟滞了县(市)融媒进程。我们在实践中得到的启示,融合判断标准有三:

一是形式上,形态真正集中,管理真正统一;二是传播质量,全方位提高,影响力度扩大;三是经济运营,广告效益好,社会效益好。真正的媒体融合既是一种最好形式,又是一种最优成果,是内容与形式完美统一,是结果与成效的绝好匹配。假如效果不好,再花样的形式终究是镜中花和水月中。

精准有力推动融合健康发展

媒体融合是多元因素叠加,多层次递进的系统工程。因此,要想达到真正目的,取得明显成效,必须筑牢根基,全面施策,强力推动。概而言之,我认为有以下几点:

建立一支综合素质高的管理团队。火车跑得快,全靠车头带,新闻宣传工作政治性强,专业性强,现代传播手段多变,技巧多样,这就要求主要领导既专又强,真正懂新闻、懂传播,把握规律、科学管理、善用机遇、敢于担当。融媒之成功,坚强的管理团队很重要,拥有熟悉新闻、掌握传播、善用技术的领导层和中层干部队伍,这一点必须引起足够重视。

建设新型专业化的职工队伍。融媒体条件下的职工,必然是熟悉中央政策,

政治坚定、积极上进、奋发有为的先进思想者,必定是掌握现代传播技术、拿得起笔杆、握得住话筒、扛得起摄像机、用得住无人机的复合型技术人才。为此,必须开展人员培训,着力提高业务水平,不断增强脚力、眼力、脑力、笔力,努力打造一支政治过硬、本领高强、扎实创新、能打胜仗的新闻宣传队伍。需要说明的是,那种认为一融百了的想法是错误的,融合只是一种媒体运行的先进方式,新闻单位不可能融了就可以万事大吉、坐等成功。新瓶子装老药,只能混过一时,蒙不了长久。新闻生产要主动走入市场,打造有价值、有温度、有品牌、接地气的新闻商品,让宣传不呆板,使表达更完美,以内容的灵活性、多样性、丰富性,赢得公众好评。为此,要研究新情况,解决新问题,创作大精品。管理干部要根据政策,判断趋势,拿出办法,推出样板,最大限度调动职工的积极性,走活立体式宣传一盘棋。

构建快速健康的经营模式。融媒体自成立起,就担负着优质宣传和社会效益两大重任。为此,在宣传有力、氛围浓厚的前提下,达到经营有序、内容

健康、合作共赢是必须的。同时让各方面在改革中前进,达到单位发展蒸蒸日上,人员收入稳步增长这一基本目标。各级管理层领导要熟练掌握新媒体规律,不断提高管理质量,开拓服务项目,形成融媒体自身良性循环,有利于长期发展。成功的融合需要从多角度入手,多思维考量,努力闯、大胆试,同时因地制宜,认同多样性,照顾特殊性。职工要团结协作、真抓实干、不断创新,把“新闻+政务”“新闻+服务”等业务全面铺开,用优质的社会化服务开拓市场,满足广大人民群众需要。

困难和机遇同在,挫折和希望并存。当前正是融媒体改革的大好时机,县市级新闻媒体要乘势而上,借力而为,积极推进,通过改革使新的媒体机构充满新活力,富有战斗力,增强影响力,真正走出一条新闻宣传和社会效益双赢的新路子。在踏上新征程,建成全面小康,奔向新时期的伟大进程中发挥媒体重要作用,为经济社会发展营造浓厚氛围,提供强大精神动力。(李国营 李绍光)