



线下订单恢复至疫情前水平 澄海玩具重振「回血」

“我们合作量最大的工厂订单量持续增长,今年开工后就一直在招人。”京喜诺德玩具拼购专营店负责人李捷祺告诉记者,大年初八工厂已经复工,工人到位了80%。“由于订单逐步增多,年前已扩招20多人的工厂,年后打算再招50多人。”

去年因外贸出口商品曾大量积压而陷入困境的全球最大玩具产业澄海玩具早早迎来转机。近日,记者去年走访过的多家澄海玩具外贸企业反馈称,去年下半年还在为订单发愁,在双十一、春节两大消费旺季的带动下,内销订单增长可观。随着疫情常态化,外贸订单如今也正在“回暖”,部分企业预测自家工厂今年或将达到疫情之初水平。

与跨境电商合作开辟海外新渠道

“线上订单整体向好,外贸订单量已恢复至疫情前的一半,并有跨境电商商家主动前来寻求合作。订单量提升后,工厂准备扩招一半工人。”一玩具企业负责人接受记者采访时称。

京喜诺德玩具拼购专营店负责人李捷祺告诉记者,大年初八开工后,工厂工人到位80%。由于订单逐步增多,年前已扩招20多人的工厂,年后打算再招50多人。

上述工厂主要生产过家家系列、轨道车系列玩具,以出口为主,外贸订单占比一度达七成。疫情发生以来,外贸订单损失严重,工厂转而开拓内销市场,对接国内消费者需求。去年下半年以来,国内订单稳步增长,外贸订单也同步恢复增长。

李捷祺表示,工厂的内外销占比现已发生变化,外贸订单恢复至20%。春节前,工厂已陆续收到欧美客户的订单。与往年一样,他们会提出具体的改版需求,倾向于定制化产品。

他预测,随着疫情常态化,外贸订单开年后还将会有小幅增长。工厂今年打算进军东南亚市场,通过与跨境电商商家合作,开辟新渠道,而去年下半年,即有跨境电商商家主动寻求合作。

线下订单恢复至疫情前水平

李捷祺告诉记者,国内消费潜力大,春节期间,线上订单增长达100%,礼盒类玩具走俏。整体布局方面,今年将偏向于线上,侧重拓展更多产品。“外贸要走集装箱,但集装箱因无法返回国内,工厂的运输成本增加,对订单有一定影响。”

同样,因疫情而几乎中断的线下订单也增长明显。春节前两个多月,线下商超、经销商开始准备年货。李捷祺表示,线下订单占到工厂30%左右,已恢复至疫情之前的水平。

内销市场线上订单增幅超预期

杜绍东也在忙着扩招。春节过后是国内的消费淡季,却是国外客户下单的旺季。他告诉记者,去年圣诞节后,外贸订单已恢复七成左右。今年3月份开始,国外客户将开始下单,可填补618大促之前内销市场的淡季。

相较于年初的负增长和大量库存,杜绍东觉得今年势头不错。疫情暴发后,长期依赖出口订单的杜绍东入驻京喜,将工厂积压的外贸订单变成线上爆款,实现逆袭。尤其是在双十一、春节两大消费旺季的带动下,线上订单增长三倍,远超预期。

他还发现,线上消费呈现出新趋势,春节期间,高客单价、礼盒类玩具较为畅销。同时,相比9.9元爆款,消费者开始选购20-30元玩具,这也是工厂今年发力的方向。“国内购买力强,今年还是以线上为主力,联合平台,研发更多高品质产品。”

澄海玩具产业带不少外贸企业正在“回血”。京东集团京喜事业部玩具类经理张光辉告诉记者,春节期间,京喜平台上,澄海玩具产业带商家销量增长超200%。去年下半年的销售旺季中,玩具品类已恢复至正常水平。外贸订单恢复增长,但受运输等不确定因素影响,转内销仍是主力。

(南都)

华山论剑西凤酒成为第十四届全运会官方指定品牌

本报讯(记者 樊春勤)2月27日,在第十四届全国运动会倒计时200天的标志性时刻,华山论剑西凤酒成功签约成为第十四届全国运动会官方指定品牌。

华山论剑西凤酒作为著名的文化白酒品牌,通过坚守匠心,不断提升品质,传播中华文化,弘扬中国精神,对全民健身及体育事业做出了积极贡献,得到了社会各界人士的广泛好评。同时,公司坚持党建引领,非公党建工作多次受到陕西省委组织部的表扬表彰。

在十四运赞助企业活动过程中,经过十四运组委会的层层筛选、多方考察,严格审核和综合评定,华山

论剑西凤酒被选定为中华人民共和国第十四届运动会官方指定品牌。在签约现场,陕西省体育局局长、十四运组委会执行副秘书长王勇代表组委会与华山论剑品牌管理有限公司董事长董小军现场签约。至此,华山论剑西凤酒正式成为中华人民共和国第十四届运动会官方指定品牌。

华山论剑品牌管理有限公司董事长董小军在采访时对记者说,全民全运,同心同行,十四运和残特奥会的举办不仅是陕西的盛事,更是全国的盛事。他表示,作为企业,我们有责任为十四运做贡献,我们要把陕西良好的品牌形象展示给国内外客人。

贵州“十四五”打造世界级酱香型白酒产业基地核心区

近日,贵州省发展改革委公布《贵州省国民经济和社会发展第十四个五年规划和二〇三五年远景目标》。贵州省国民经济和社会发展第十四个五年规划和二〇三五年远景目标纲要提出,“十四五”期间,贵州将打造世界级酱香型白酒产业基地核心区。到2025年,白酒产量达到60万千升,白酒产业产值达到2500亿元。

贵州省国民经济和社会发展第十四个五年规划纲要提出,“十四五”期间,贵州将进一步做强做优白酒产业,稳步扩大酱香型白酒产能,加强酿酒原料基地建设,保障白酒酿造优质原料供给,以龙头企业为引领培育壮大白酒企业梯队,打造贵州

酱香型白酒品牌,构建“品牌强大、品质优良、品种优化、集群发展”的贵州白酒产业发展体系。做大做强茅台集团,力争把茅台集团打造成为省内首家“世界500强”企业、万亿级世界一流企业。以“百亿产值、千亿市值”为目标,培植提升习酒、国台、金沙、珍酒、董酒等一批在全国具有较强影响力骨干企业,加快推动企业上市,培育一批国家级、区域性知名企业。优化发展啤酒、葡萄酒等饮料酒产业。以品牌为核心创新营销方式,充分发挥“好生态酿好酒”资源优势,深挖贵州酒品牌文化内涵,不断提升产区品牌、产品品牌竞争力。

贵州省国民经济和社会发展第十四个五年规划纲要提出,“十四五”期间,贵州将积极推动仁怀、习水等酒包装产业项目建设。推进茅台201厂3万吨酱香系列酒技改工程及配套设施、习酒1.9万吨技改、国台酒庄1万吨优质酱香型白酒技改、鸭溪酒业年产5万吨白酒技改、岩博酒业1万吨人民小酒扩建及配套设施建设,联美集团安酒2万吨酱香型白酒技改、董酒4万吨产能扩建、珍酒扩建工程(二期)、金沙酒业1万吨酱香型白酒扩建、步长集团洞藏洞藏酒5000吨酱香型白酒技改、小糊涂仙酒业3000吨浓香型白酒及配套、金沙古酒1万吨技改二

期,劲牌酒业新增1.5万吨酱香型白酒技改、平坝酒厂6000吨基酒生产扩能、无忧酒业年产2000吨技改、青酒二期技改、都匀勾酒年产1万吨迁建等项目建设。葡萄酒、啤酒等其他酒类及饮料。推进华润雪花啤酒(遵义、龙里)改扩建、茅台生态农业公司蓝莓果酒、茅台(集团)5000吨米酒生产线、熊猫精酿(安顺)酒业年产3万升啤酒生产线、乔纳斯5万升啤酒基地、贵州喜多宝原味果汁饮料生产线、兴仁薏仁酒水饮料加工生产、荔波年产20万吨啤酒等重大项目建设。

(贵州)

广西北海加快建设高端造纸全产业链集群

今年北海市政府工作报告指出,要推动制浆造纸和配套深加工相结合,加快打造高端造纸全产业链集群。积极引进产业链项目,加快形成制浆造纸及配套深加工相结合的高端造纸全产业链集群。

今年元旦前,玖龙纸业林浆纸一体化项目正式与北海市签约。如今,北海市已经引进了斯道拉思索、太阳纸业、金鹰纸业(亚太森博)等大型造纸企业,有望成为中国造纸产业的一个重要生产基地。目前北海正在加快推进太阳纸业林浆纸一体化项目、玖龙纸业林浆纸一体化项目建设,项目总投资670亿元,将在“十四五”时期全部建成投产。

“我们要努力把林浆纸产业园建成西南地区最大的集林业开发、制浆造纸、纸机制造、造纸化工和造纸物流于一体的林浆纸一体化产业集群。”铁山港区区委常委、常务副区长吴志全告诉记者。目前,铁山港区正积极规划面积约7.9

平方公里的林浆纸产业园,科学打造以斯道拉思索、太阳纸业、玖龙纸业为龙头的林浆纸千亿级产业园,形成林业全产业链,助推林业产业绿色、高质量发展。

铁山港区还全力推动制浆造纸配套深加工建设,大力发展纸制品、包装装潢产业,加快形成制浆造纸及配套深加工相结合的产业集群,逐步形成汇合上下游企业的林浆纸产业园区。

“我们将依托龙头企业带动高端造纸产业向好发展。”吴志全介绍道,“以广西太阳纸业、斯道拉思索(广西)浆纸有限公司、玖龙纸业(北海)有限公司为龙头企业,加快推进太阳纸业350万吨林浆纸一体化项目一期建设,力争今年8月建成投产。”2020年,太阳纸业完成固定资产投资41.9亿元。目前,林浆纸产业园区制浆造纸及配套深加工产业已建成投产项目2个,实现年产值26.01亿元。

在招商引资方面,铁山港区进一步优化招商力量,专门组建林浆纸产业招

商组,引进一批适合铁山港区发展方向和发展定位的龙头企业、配套企业、补链条企业,提升项目储备量和产业整体实力,从龙头驱动产业延伸至高附加值上下游产业,推动产业项目集群发展,增强林浆纸产业园区的竞争力和活力。

“玖龙纸业林浆纸一体化项目已与我区签订投资建设合同,总投资约302亿元,项目全部建成后,玖龙纸业北海基地将成为世界上最大的浆纸单体生产基地。”吴志全说。“同时,我们力促太阳纸业实施三期规划110万吨浆纸产能及林浆纸配套产业园,总投资约140亿元。”

在推动龙头企业蓬勃发展的基础



上,铁山港区积极引进总投资9.65亿元的川化双氧水项目、总投资8亿元的上海陶超造纸助剂项目、总投资1亿元的黄金叶纸张配套基地、总投资1亿元的世纪弘博纸张仓储物流中心等等下游应用产业链项目落户铁山港,随着林浆纸产业不断集聚化发展,将逐步推动铁山港区林浆纸一体化产业形成完整产业链。

(北海)

四川苍溪打造视觉健康产业新名片

春节假期刚过,四川苍溪眼镜产业园内的苍溪县佛典眼镜有限公司车间内机器高速运转,工人们正在生产线上忙碌,全力以赴生产赶制订单。

近年来,苍溪县锁定川东北空白产业,抢抓沿海地区产业转移契机,招引和承接一大批效益好、实力强的眼镜加工制造企业入驻紫云工业园,着力打造视觉健康产业新名片。

“我老家是茶店的,在这里上班已经

有三年多了,现在已经升为了领班。工资每个月9号按时发到手中,每个月能拿到3500—4000元,每周放一天假就回家照看一下父母和孩子。”几年前就已来厂里上班、家住该县陵江镇茶店社区的何敏说。

为推动眼镜产业快速发展,苍溪推出涵盖物流、厂房租赁、资金争取等几大板块优惠政策。四川康视光学眼镜有限公司也正是被这些政策所吸引,成为该县招商引资企业之一。

四川康视光学眼镜有限公司总经理曾建川说:“我们康视光学眼镜有限公司主要生产光学眼镜及太阳眼镜,产品出口美国、德国、法国、意大利等欧美国家,今年为了应对新冠疫情的影响,响应国家号召积极开展内销市场,外销内销同时发展。”2016年就入驻中国西部(四川)苍溪眼镜产业园的四川省帝奥光学科技有限公司,目前已解决了近200个就业岗位,累计实现税收近660万元。

(谭丁山)



生产“干劲足” 河南箱包企业冲刺“开门红”

2月28日,位于河南省孟津县白鹤镇的洛阳九发实业有限公司工人正在抓紧生产,力争实现首季开门红。该公司从原材料拉丝、编织、裁剪等全程实现电脑操控一体化,年产吨包袋1200万条,带动周边群众200多人就业增收。

郑占波 摄

留住“妈妈的味道” 福建漳州着力发展闽南特色传统食品

食品产业创新升级中,传统食品往往被认为是“土老帽”而处于被不屑一顾的尴尬地位。然而,在福建漳州一些老字号食品企业,记者却看到不一样的景象,一些传统食品依然受到消费者的青睐,发展迅猛。手工蛋糕、虎皮花生、小馒头、小蛋卷、干吃汤圆、贡糖等一大批传统食品以其特色飘香市场。

如何发展传统食品?漳州市工业和信息化局局长苏斌钢认为,不应是简单复制,而是继承和发扬,以更为贴近百姓消费的方式,融合新技术,应用新消费、新市场、新营销理念,在营养健康、方便食用等方面增添新内涵,才能更好地赋能传统食品。

技术创新 传统食品旧貌换新颜

一直以来,克重问题是制约传统食品发展的瓶颈。“传统食品不等于傻大笨粗,要在新时期新消费中赋予其色香味形养,适应消费需求。”漳州龙头企业福建然利食品有限公司董事长蔡井辉说,“过去蛋糕生产设施落后,产品大而单,仅用于喜寿宴请分食用,现在我们采用现代化流水线生产小包装,进入早餐和零食市场。”

在然利现代化食品生产线上,手工蛋糕、南瓜面包、学生营养早餐蛋糕、酸奶风味蛋糕等产品源源不断下线包装入库。该公司传统食品占绝大部分,仅手工蛋糕去年销售额就达3亿元,2020年,产品产值逆势上扬,产值同比增长30%。

在龙海市正丰食品有限公司,小馒头产品一包18克,里面有140多颗珍珠般的小球;20多克一包的蛋黄酥,酥脆爽口、蛋香浓郁。在传统食品领域打拼多年的公司总经理陈春龙介绍,小馒头、小蛋酥等都是闽南地方传统食品,婚庆使用较多,寓意甜蜜。小馒头有着很深的中国农耕饮食文化印记,过去产品原料单一,仅使用面粉加糖,克重也较大。为了扩展市场,公司从产品结构、工艺、原料、消费场景等多方面深入研究不断改进,在小馒头产品在面粉中添加奶、马铃薯及多种风味物质,质量和档次得到提升,适应了休闲消费。该公司仅小馒头、小蛋酥两个单品,年销售额就达四五千万。

电商助力 传统食品驶入快车道

边生产、边扩建,地处龙海美丽的

冠山盆地的陈鸿记(龙海)食品有限公司厂区一片繁忙。40多岁的陈亚荣从事食品生产已有20多年,工厂正在扩建1.4万平方米的厂房和展厅。这几年聚力发展传统食品,同时开发电商渠道,企业发展进入快车道。

陈鸿记从2018年开始线上营销,10多块钱的传统食品在网上受青睐,网销产品迅速扩展到云、贵、川和两广地区。现在每天有一二十万元的销售额,一年线上销售额达2000多万元,超过企业产品总销售额的30%。陈亚荣认为,网销销路快、资金周转快,尽管2020年受到疫情冲击,但产销也比前年增长35%以上,“对市场很有信心。”陈亚荣说。

文化传承 传统食品长盛不衰

“漳州市打造中国食品名城升级版中,坚持促进传统食品的发展,不仅要保留而且要发展传统食品,扩展消费圈。”漳州市工信局局长苏斌钢说。

2020年,漳州全市食品工业总产值1700多亿元,其中传统食品占有重要位置。苏斌钢指出,漳州地方传统食品,

在漳州企业家精心呵护和精进发展下,广泛应用新技术、新工艺、新原料、新营销,使传统食品也和其他新型食品一样得到快速发展。

像汤圆由热食变为新技术加工后开袋即食干吃,汤圆表面还涂上芝麻等小料,使产品由过去季销,变为大流通四季热销产品。漳州市政府每年和中国食品报社联合举办“漳州食品交易会”,组织参加全国糖酒会,大力发展电子商务,为传统食品拓展市场创造了有利条件。

漳州职业技术学院林丽红教授认为,发展传统食品,留住的不仅是“妈妈的味道”“儿时的记忆”,而且是留住了中国传统饮食文化血脉。传统食品是国内外食品工业中快速而稳步发展的领域之一,中华民族传统美食文化在世界上占有重要地位,由于民族、地域、食材、风俗、加工等特性,传统饮食绚丽多彩、经久不衰。在新时期、新消费形势下,传统食品要研究发展新思路、新手段、新营销,在融入市场消费发展的大格局中实现自我发展。

(食品)