

我国制造业增加值连续11年位居世界第一

本报讯 9月13日,国新办举行“推进制造强国网络强国建设助力全面建成小康社会”发布会。工信部部长肖亚庆会上表示,自2010年以来,我国制造业增加值已连续11年位居世界第一。主要体现在:体量大,2012年到2020年,我国工业增加值由20.9万亿元增长到31.3万亿元,其中制造业增加值由16.98万亿元增长到26.6万亿元,占全球比重由22.5%提高到近30%。体系完备,我国工业拥有41个大类、207个中类、666个小类,是世界上工业体系最为健全的国家。在500种主要工业产品中,有40%以上产品的产量世界第一。

今年上半年行业利润累计同比增长近四成

玻璃器皿行业出口额增长65.95%



本报讯(记者 张丽娜)近年来,“产能过剩”“行业整合”“转型升级”是我国玻璃制品行业面临的几个“关键词”。在2021年运行过半之时,日用玻璃制品行业交出了怎样的答卷?

近日,国家统计局公布的日用玻璃工业规模以上共计845家工业法人企业统计数据显示,玻璃制品制造业业务收入557.28亿元,累计同比增长15.88%;实现利润25.66亿元,累计同比增长39.60%。

其中,日用玻璃制品制造业汇总企业单位数476家,主营业务收入189.86亿元,累计同比增长8.71%。

玻璃包装容器制造业汇总企业单位数284家,主营业务收入331.72亿元,累计同比增长25.79%;利润总额17.32亿元,累计同比增长122.24%。

根据国家统计局统计,2021年上半年,日用玻璃制品及玻璃包装容器产量1360.75万吨,累计同比增长15.70%。其中,玻璃包装容器产量948.39万吨,累计同比增长16.59%;日用玻璃制品产量412.36万吨,累计同比增长14.11%。玻璃保温容器产量6579万个,累计同比增长17.88%。

出口方面,根据海关统计,2021年上半年日用玻璃行业出口金额为34.94亿美元,同比增长52.06%。其中,玻璃瓶罐行业出口金额11.81亿美元,同比增长38.44%;玻璃器皿行业出口金额

20.39亿美元,同比增长65.95%;玻璃保温容器行业出口1.76亿美元,同比增长29.96%;玻璃仪器行业出口0.98亿美元,同比增长21.77%。

从数据可以看出,日用玻璃行业出口增长最快的为玻璃器皿行业,增长超六成。

国内玻璃器皿消费的消费趋势也在发生积极转变。据中研普华研究报告《2021—2026年中国玻璃器皿行业发展前景及投资风险预测分析报告》分析,过去几十年,我国日用玻璃器皿生产主要以满足功能性需求的中低档产品为主,消费者受消费能力的影响,对高档玻璃器皿的认知度不高。近年来,随着国内消费者对家居用品的需求品位越来越高,国内市场上不仅水晶制品、琉璃制品的需求量越来越大,设计新颖时尚的中高端玻璃器皿正改变和引领着广大消费者的消费习惯。一些国际著名玻璃器皿品牌陆续进入国内市场,很多精美的玻璃器皿价格往往达到数百甚至上千元一件(套),带动了国内消费者消费理念的转变。随着国内消费者对日用玻璃器皿审美要求的提高,高端玻璃器皿的市场地位日益重要。

报告分析称,我国日用玻璃器皿制品未来的市场空间巨大,随着城镇化水平的提高及第三产业的蓬勃发展,未来几年,我国日用玻璃器皿每年还将以年均15%左右的速度递增。

新能源车8月产销继续火爆

磷酸铁锂电池产量同比增268.2%

长均为180%。在新能源汽车主要品种中,纯电动汽车产销分别完成25.2万辆和26.5万辆,同比均增长190%;插电式混合动力汽车产销均完成5.6万辆,同比分别增长140%和170%。

新能源汽车市场的红火也体现在动力电池的产量和装车量增长上,8月,中国动力电池产量共计19.5亿瓦时,同比增长161.7%,环比增长12.3%。其中三元电池产量8.4亿瓦

时,占总产量42.9%,同比增长91.5%,环比增长4.8%;磷酸铁锂电池产量11.1亿瓦时,占总产量56.9%,同比增长268.2%,环比增长18.8%。

在装车量上,三元电池,共计装车5.3GWh,同比上升51.9%,环比下降2.1%;磷酸铁锂电池共计装车7.2GWh,同比上升361.8%,环比上升24.4%。

(上 证)



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

消费日报

2021年9月14日

星期二

总第8048期

第5107期

今日4版

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 ■ 国内统一连续出版物号 CN 11-0057 ■ 代号 81-9 ■ 广告经营许可证:京丰工商广字第0054号

重庆市垫江县——

牡丹花铺满致富路



黄清中家的农家乐可热闹了,院坝上摆满了餐桌,他一边在厨房里给老伴打下手,一边忙着接电话:“需要订多少盆牡丹花?要丹皮吗?”香气从厨房传到堂屋,一道丹皮鸡摆上了桌,“咱家招牌,尝尝吧!”

今年65岁的黄清中,在重庆市垫江县太平镇牡丹村种了几十年牡

丹。在垫江花农眼里,牡丹是花更是“药”——最值钱的是可入药的丹皮。垫江丹皮质量产量均居全国前列,享有“川丹”美誉。

然而丹皮生长周期较长,5年一采,满打满算一年的收入也不算高。为推动产业长远发展,促进村民持续增收,近年来,垫江县深入挖掘牡丹文化,着力提升牡丹旅游的

影响力。

2018年,太平镇引入专业公司建设牡丹园景区。听说建设牡丹园需要流转自家土地,黄清中直摆手:“不行!不挖丹皮,靠啥子吃饭?”

为解决“黄清中们”的顾虑,镇上村里的干部合计,先在一个小山头上试点示范,做出效果给大伙儿看。

换了新路子,改变看得见。修好路,搭好台,引入40多个新品种,太平镇牡丹园打出了知名度。“到了赏花期,村道上车子都走不动!”黄清中没想到,园子修好,人气旺了,外地客商也慕名而来,纷纷找上门来买牡丹苗。

“以前只盯着丹皮,现在有了更多营生。”黄清中流转出8亩地,自家留下2亩,做起育苗生意,一年能赚五六万元。

“春天能赏花,入了秋卖苗子和丹皮,黄清中家的牡丹盆景卖到了全国。”一旁的牡丹村党支部书记张娜介绍。

如今,牡丹园已成为4A级旅游景区,乡亲们还能在景区里务工。张娜联合大家成立了劳务公司,由村干部跟景区对接用工量。

“现在收入翻了番,再也不用靠天吃饭了。”看到村里变了样,早年在县城务工的李庆兰也回到牡丹园上班。有了稳定收入,回来的村民越来越多,村子里又热闹了起来。

“我们依靠技术延长花期,同时开发休闲项目,四季皆可游。目前综合年收入约1000万元,带动本地500多人次就业。同时推动周边村子发展以牡丹为主题的餐饮、住宿等文旅产业。”景区负责人孟凡旭说。

今年,垫江县牡丹文化节期间共接待游客392万人次,全县实现旅游收入26.6亿元。2万多亩牡丹花发挥出独特的经济价值——在深加工产业链上,花瓣被做成糕点,酿成酒;花籽榨出油;丹皮入药;鲜切花走出深山,销往全国各地。

(人民日报)

前8月进出口、出口、进口金额创历史同期新高

增速仍维持在较高水平 贸易结构持续优化提升

据商务部网站消息,商务部外贸司负责人谈2021年1—8月我国外贸运行情况时表示,以人民币计(下同),1—8月进出口、出口、进口金额分别为24.78、13.56、11.22万亿元,创历史同期新高。8月当月,进出口、出口、进口金额分别为3.43、1.9、1.53万亿元,创单月新高。主要特点如下:

一是增速仍维持在较高水平。1—8月,进出口延续了去年4季度以来的高增长势头。从同比看,进出口、出口、进口分别增长23.7%、23.2%、24.4%,均为10年来同期最高水平。从两年平均增速看,进出口、出口、进口分别增长10.8%、11.2%、10.3%,保持了

两位数的增长。

二是贸易结构持续优化提升。与新兴市场合作更加紧密,对新兴市场出口占比提高1个百分点至49.8%,拉高整体出口增速12.5个百分点。出口继续向价值链高端攀升,机电产品出口增长23.8%,占比提升0.3个百分点至58.8%。手机、计算机、汽车出口分别增长9.2%、12.7%、111.1%。民营企业竞争力不断增强,出口增速高于整体5.1个百分点,占比提升2.2个百分点至57.1%,拉高整体出口增速15.5个百分点。贸易自主发展能力提升,一般贸易出口增长26.3%,占比提升1.5个百分点至61.2%。

三是外贸创新发展能力逐步增强。商务部会同各地方、各部门认真落实《关于加快发展外贸新业态新模式的意见》,推动各类业态融合发展,外贸功能集成联动。各部门累计出台近200项改革措施,持续为外贸新业态新模式松绑赋能。1—6月,跨境电商出口增长44.1%。1—7月,市场采购贸易方式出口增长41.6%。外贸综合服务企业超1500家,海外仓数量超1900个、面积超1350万平方米,建成保税维修项目约130个。

四是对国民经济发展贡献突出。有力拉动经济增长。上半年,出口增量占GDP增量的比重达27.9%,创10

年来新高。积极扩大进口,服务国内大循环,有力保障经济发展、产业转型升级和消费升级。促进区域协调发展。加工贸易梯度转移取得积极成效,上半年中西部地区加工贸易出口占比较去年同期提高2.5个百分点至27%,一批计算机、智能手机、半导体等加工贸易产业集群在中西部抱团发展。稳岗就业作用凸显。1—8月新增备案登记的外贸经营者12.73万家,跨境电商等新业态带动一大批小微主体成为新型外贸经营者,拓宽了社会灵活就业渠道。贡献税收收入。前7个月,进出口环节税收1.2万亿元,占全国税收收入的10.2%。

(中新)

夜间经济持续升温

繁荣背后仍需加大供给侧结构性改革力度



超过30万亿元,预计2021年将增至36万亿元。从小酒馆到剧本杀,从24小时便利店到“深夜食堂”,夜间经济持续升温。

国务院发展研究中心市场经济研究所副所长王青表示:“(夜间消费)大概是最近几年都保持了17%的增长速度。2020年网上购物的增速是14.8%,表明我们作为一个线下的、实体的经济形态,它的增长已经超过了我们网上消费的增速。”

专家认为,虽然夜间经济持续升温,但目前看,我国夜间经济仍处于起步阶段,有些地方盲目跟风,同质化、低水平建设;有些地方不具备发展夜间经济所需的客观条件也推出相关项目,但配套的监管和服务却没有跟上。要想更好满足百姓个性化、多层次、品质化的夜间消费需求,就必须加大供给侧结构性改革力度。

“现在的问题更多的可能是在供给侧。要把环境和配套设施打造好,特别是数字化、智能化的设施、设备的提供上,要注重特色,避免千城一面、千店一面。”王青表示。

(央视)

夜间经济集合了休闲、旅游、文化、餐饮、购物等多种消费,是城市消费的“新蓝海”。商务部城市居民消费习惯调查报告显示,60%的居民消费发生在夜间,“95后”年轻人是夜间经济的主力人群。一起来了解一下。

在一个挂满热气球,周围都是环形屏幕的剧场里,一个晚上就能让你足不出户环游世界。在上海一家剧场内,观众跟随舞台效果乘坐热气球,从英国出发经过日本、俄罗斯、巴西,最后到达外太空。商家会根据不同降落的地点提供不同的食物和酒水,演员们也会通过舞剧、默剧和观众互动让你体验不同地点的风情。这样90分钟就能打开视觉、听觉、嗅觉、触觉的沉浸式浪漫之旅让许多观众流连忘返。

玩家选择感兴趣的剧本,每人认领一个角色后进入游戏,通过游戏主持人推进流程进行推理,逐步完成剧本中的任务。这样人均一两百元、时长四到五个小时又能社交的线下推理游戏成为年轻人夜间消费的新宠。

性价比高是记者在采访夜间经济时听到消费者说的最多的一句话。通过“社交+低价”的模式,酒馆这一业务模式能够达到营收破亿。通过标准化的商业模式快速复制,快速扩展业务降低成

本,薄利多销。

根据消费者需求,夜间经济业态大体可分为三个类别,分别是以社交需求为主的剧本杀、小酒馆、运动馆等,以生活休闲需求为主的火锅、烧烤、夜市、电影院等,还有以自我提升需求为主的书店、文艺演出、剧场等。

黑蚁资本管理合伙人张沛元表示:“根据我们的观察,年轻人未来会追求更复合、更极致的感官体验,所以我们看好一些综合、跨界的业态体现形式,比如说餐饮和文化的结合。”

业内人士认为,以社交需求、生活休闲需求为主的连锁品牌,标准化可复制可能是打开市场的关键,但是以自我提升需求为主的业态,做出差异化和独特性更能受到消费者青睐。

玩味探险家沉浸剧总制作人谢已认为:“沉浸式美食互动剧可以说是多产业跨界融合的一个尝试,项目从首演到现在五个星期的时间,上座率高达百分之九十,我们已经接待了将近七千位的观众,整个项目不管是票房还是各类的衍生商业的收益都非常可观。”

近年来,各大城市陆续发布政策,积极发展培育夜间消费经济。艾媒咨询报告数据显示,2020年中国夜间经济规模