CONSUMPTION DAILY

消費日報

2022年4月11日
星期一
总第8183期
第5242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

微报眼

3月我国跨境资金流入总体回升

本报讯 据国家外汇管理局官网消息，截至2022年3月末，我国外汇储备规模为31880亿美元，较2月末下降258亿美元，降幅为0.8%。国家外汇管理局副局长、新闻发言人王春英表示，3月我国跨境资金流入总体回升，外汇市场供求延续基本平衡。

我国服务贸易保持较好增长态势

商务部4月6日发布的数据显示，今年1月份至2月份，我国服务贸易继续保持较好增长态势。服务进出口总额9534.8亿元，同比增长33.5%；其中服务出口4675.8亿元，增长39.4%；进口4859亿元，增长28.3%。服务出口增幅大于进口11.1个百分点，带动服务贸易逆差下降57.6%至183.1亿元，同比减少249.1亿元。

中国服务外包研究中心副研究员郑伟分析认为，从数据来看，1月份至2月份，我国服务贸易继续呈现快速增长态势，特别是在服务出口方面，增长动能强劲，带动逆差大幅收窄，进出口结构更趋均衡。

数据显示，1月份至2月份，知识密集型服务进出口3824亿元，增长17.9%。其中，知识密集型服务出口2196.9亿元，增长20.3%；出口增长较快的领域是知识产权使用费、电信计算机和信息服务、其他商业服务，分别增长72.1%、25.7%、17.1%。知识密集型服务进口1627.1亿元，增长15%；进口增长较快的领域是保险服务，增速达124.9%。

“随着我国服务业开放力度不断加大，加之知识、技术密集型服务业快速发展，知识密集型服务贸易呈现迅猛发展之势。”郑伟表示，这表明经过多年的努力和探索，我国服务贸易创新、高质量发展已经取得了明显成效。

此外，前两个月数据显示，旅行服务进出口有所恢复。1月份至2月份，我国旅行服务进出口1497.7亿元，增长16.9%，其中出口下降7.1%，进口增长19.1%。剔除旅行服务，1月份至2月份，我国服务进出口增长37.2%，其中出口增长41%，进口增长32.5%；与2019年同期相比，服务进出口增长59.4%，其中出口增长75.3%，进口增长42.4%。

（新华社）

莆田鞋业集体商标批准注册
莆田鞋『二次创业』

□ 本报记者 **史晓菲**

由福建省莆田市鞋业协会申报的莆田鞋业集体商标日前获得国家知识产权局批准注册。该商标的标识如一根鞋带，从左至右串起了“莆田”拼音的首字母“PT”，并指向远方。中国皮革协会鞋业专委会主任路华在接受本报记者采访时表示，集体商标的背书将推动莆田鞋产业在新时期实现高质量发展。

正如媒体所言，莆田鞋集体商标的批准注册是莆田鞋业品牌化发展之路的重要一步，也是扭转人们对“莆田鞋”刻板印象的一个具象落脚点。路华告诉记者，在此时推出集体商标，很重要的目的是“二次创业”，通过集体商标的背书，树立莆田鞋更为积极正面的形象，带动莆田鞋业的品牌升级和产业升级，从而推动产业在新时期实现高质量发展。

莆田鞋业主要以代工为主。在位于福建省莆田市涵江区的福建省安恒致远鞋业有限公司，总经理朱晓晖曾告诉媒体，“公司以代工生产为主，年产720万双运动鞋，产品远销海外。”

除了代工，莆田鞋更被关注的是“仿冒”。

有这样一个尴尬的笑话：“如果你的耐克鞋穿两年就坏了，是真的耐克，如果三年才穿坏，那就是莆田做的。”路华向记者介绍，跟其他地区的集体商标往往是在产业发展初期，产业整体规模较小时申请并推广有所不同，莆田当前制鞋产业规模已经位居国内前列，在国内业界和消费者中已经形成了一定的固有印象。纵观莆田鞋业的发展，自从1980年开始为众多知名运动鞋品牌代工以来，鞋业逐渐发展成为莆田的支柱产业，鞋企规模也逐渐做大。数据显示，莆田鞋业现有生产企业4200多家，从业人员50多万人，2021年莆田鞋产量达13.9亿双，占全国十分之一。然而，相比于如此庞大的产业集群，大众对莆田鞋却又有一些负面印象——说到莆田鞋似乎离不开“高仿”“山寨”等名词。

尽管莆田鞋已经有了完整且成熟的产业链，有足够的产能和技术优势，缺少自主品牌仍是主要困局。特别是受疫情、综合成本上升、国际贸易环境复杂多变等因素影响，莆田鞋业缺乏品牌竞争力的短板愈加凸显。

所以，主动转型，势在必行。

近年来，莆田市针对鞋业行业特点，通过品牌培育、模式创新、技改提升、平台搭建等方式，为企业加持，为行业赋能，提升产业基础和产业链水平，大力推动鞋业转型升级发展。同时，莆田也出台了一系列新政策，促进鞋业的转型升级，全力推进鞋业创品牌、提品质、增品种，支持鞋企在细分领域开发新品牌，抢占目标市场；鼓励各方实施联盟创牌，注册区域品牌和公用品牌。

就在不久前，《莆田市“十四五”产业发展专项规划》提出，要打响“莆田好鞋”品牌，打造成为中国鞋业走向世界的特色窗口。该规划提出，着力打造“莆田鞋”集体商标，支持鞋业、工艺美术等行业龙头企业创建自主品牌，挖掘新业态、新模式，打造区域品牌生态圈。

据媒体报道，该集体商标已授权16家莆田鞋企使用。

实际上，离莆田不远的晋江就有体育用品生产企业3000多家，民族体育品牌42个，体育上市公司3家。其中最广为人知的品牌应该就是安踏、特步、361°，它们基本上撑起了晋江鞋企的半边天。从晋江鞋企一路的发展轨迹我们可以看到，与莆田系鞋企的代工之路不同，晋江鞋企走的是品牌之路，就是自己做品牌。

路华表示，希望通过集体商标的背书能够扭转人们对莆田鞋的固有印象，同时也希望莆田鞋产业借机再出发。

绵竹年画：“点墨成金”绘就乡村振兴新画卷

□ 本报记者 **陆 俊**

农忙扛锄头 农闲握笔头
年画村另类的“笔耕不辍”

将于6月3日至6日在南京举办的“第二届中国工艺美术博览会”上，绵竹年画将是一张靓丽的“名片”。

早在北宋时期，巴蜀大地上就有了年画，其中最著名的便是四川绵竹年画。

地处四川盆地西北部的绵竹市属于亚热带湿润性季风气候区。这里降水充沛，气候温和，适合竹子生长，因盛产绵竹而得名。

丰富的竹资源使得绵竹造纸业和年画业都很兴旺。正如绵竹一位造纸工人所说：“绵竹年画为什么这么出名，就是做年画的纸好嘛。”

在绵竹，人们经常说，“来到绵竹就是年。”

而最有“年味儿”的，当属孝德镇的年画村。

每年春节临近的时候，年画村每天都是车水马龙，买年画、请门神的人，很好地诠释了“不须迎向东郊去，春在千门万户中”的迎春氛围。

潍坊、桃花坞年画使用套版印色，而绵竹木版年画则以手绘见长。制粉笺纸、起稿、刻版、印墨、上色、印花、勾线、钤印、题款以及古拙的“挤粉”、厚重的“色拓”等工序，形成绵竹年画制作独特的技艺。

经过历代年画艺人反复实践，如今的绵竹年画已经形成鲜明特色。其内容吉祥喜庆，构图饱满，造型夸张，色彩鲜艳。画风俏皮幽默，深受消费者喜爱，并成功入选社会主义核心价值观公益宣传画序列，将家国情怀、社会正能量有机融入到年画作品中，受到各界好评。

德阳市胡光葵绵竹年画技能大师工作室相关人员告诉记者，作为重要的民间艺术，绵竹年画在当地乡村振兴中发挥了举足轻重的作用。

据介绍，绵竹年画技能大师工作室培训农户学习制作绵竹年画，丰富了人们的精神文化生活，以艺术的形式潜移默化，美化乡村。比如在乡村的农房墙上绘制新年画，乡村公园里建立年画雕塑，“社会主义核心价值观”新年画等，不仅达到寓教于乐，美化环境的作用，也为乡村旅游丰富了色彩。

这也可以从村民的一句口头禅中得到验证：“农忙扛锄头，农闲握笔头。”这种别有一番意境的“笔耕不辍”，正是属于绵竹人的那幅最美的画。

生活富裕 内心丰盈
乡村的文化振兴与自信

小小的年画，让乡村变了模样。

记者了解到，如今的年画村已是国家4A级景区，集旅游、展览、民宿、乡村观光为一体，获得“四川省乡村旅游示范村”称号，成为当地乡村振兴的一张闪亮名片，将国家级非物质文化遗产转化成产业优势。

人们不仅日子更好过了，而且还过得越来越有文化味儿、越来越自信。

过去，人们只在过年的时候买年画，如今的绵竹年画，不仅是人们过年时的吉祥画，也是老百姓日常生活的装饰品、礼品、纪念品，是文化传承交流的载体，进一步提升了绵竹的地方文化魅力。

过去外出打工的年轻人，如今回到家乡，靠年画发家致富，过上了红火的日子，对家乡的未来更是充满自信。

未来，绵竹年画技能大师工作室还有很多发展规划和蓝图。

“我们将继续进行年画技艺传承，收徒传艺，进行年画工艺培训。总结技艺、研究传承保护经验、出版理论成果。设计年画新产品并组织生产，形成绵竹年画相关IP，形成品牌效应，依法进行品牌保护。进行交流学习，提高业务水平，团结绵竹年画传承人及年画生产商家，合作开发新产品，拓展衍生市场。”工作室表示。

尊重传统 博采众长
系统保护绵竹木版年画

将于6月3日至6日在南京举办的“第二届中国工艺美术博览会”，人们将会看到绵竹年画技能大师工作室带来的技艺演示、传统作品、文创产品等。传统作品如《连年有余》，还有手办等文创衍生产品。这些技艺演示和作品将全方位展示工作室在传统和当代应用方面传承和创新的成果。

德阳市胡光葵绵竹年画技能大师工作室成立于2014年，主要从事对国家级非物质文化遗产项目绵竹木版年画的收集研究、保护传承、创新发展、宣传推广、教育培训等工作。在上级文化主管部门的指导下，在绵竹年画博物馆的支持下，执行“保护为主、抢救第一、合理利用、传承发展”的指导方针，坚持“原真性传承保护”的理念，通过收集整理、培训使用、尊重传统、博采众长等途径，进行全面保护和传承。对绵竹木版年画进行系统的收集、整理、创作、研究；对其非物质文化技艺进行全面的保护、传承；对年画传承人进行系统培养和保护；对年画传习所的培训提供服务；进行绵竹年画非物质文化遗产保护成果的宣传推广；深入中小学校和职业学校对青少年进行年画传承艺术教育。

该工作室表示，其“本身也在做传统工艺美术的传承和应用，所以有责任和义务参加本届博览会。”

另外，工作室建议本次博览会在布展装修上尽量用环保材料，力求简洁明快，突出展品效果。

胡光葵在大师工作室对徒弟们进行年画制作培训

第131届中国进出口商品交易会即将举办

本报讯 据商务部官网消息，第131届中国进出口商品交易会（简称广交会）将于4月15日至24日在网上举办，展期10天。

本届广交会以联通国内国际双循环为主题，展览内容包括线上展示平台、供采对接服务、跨境电商专区三部分，在官网设立展商展品、全球供采对接、新品发布、展商连线、虚拟展馆、新闻与活动、大会服务等栏目，按照16大类商品设置50个展区，境内外参展企业2.5万多家，并继续设立“乡村振兴”专区，供所有脱贫地区参展企业集中展示。

本届广交会围绕提升贸易对接成效和用户体验，持续优化提升线上平台功能，多措并举便利展客商互动交流和贸易成交。本届广交会不向参展企业收取费用，也不向参与同步活动的跨境电商平台收取任何费用。欢迎中外企业和客商积极参加，共享商机，共谋发展。

中国进出口商品交易会创办于1957年，每年春秋两季在广州举办，是中国历史最悠久的综合性国际贸易展会。商务部表示，当前形势下，继续在网上举办广交会，有利于继续发挥保市场主体、保市场份额、保产业链供应链稳定的作用，有利于助企纾困，促进外贸平稳发展。

快来扫扫我吧！

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

本报新闻职业道德监督岗
电话：(010)67605353 67606237
邮箱：xfrbjw@163.com

● 消费日报社出版 ● 副社长、总编辑：赵 曦 ● 副总编辑：刘 丁 ● 实习编辑：刘 元 ●新闻中心电话：67605550 ● http: //www.xfrb.com.cn ● 北京市丰台区定安东里20号楼 邮编：100075
● 监督电话：67600827 ● 总编室：67605115 ● 广告处：67604888 ● 发行处：67604545 ● 印刷：人民日报印刷厂 地址：北京市朝阳区王四营乡孛罗营村 ● 照排：网络照排中心 ● 零售价：1元