预期巴西产糖量及出口增加,专家称:

企业可利用该机会适当构建中短期库存

本报讯(实习记者 **闫 利**)最新发布的布瑞克农业大数据报告显示,在期货方面,截至6月9日,洲际交易所(ICE)原糖期货主力合约收盘价为24.99美分/磅,较6月2日收盘价上涨0.25美分/磅,涨幅为1.01%;伦敦白糖8月合约收盘价为681.5美元/吨,较6月2日收盘价下跌4.8美元/吨,跌幅为0.7%;郑糖主力SR2309收盘价为7006元/吨,较6月2日结算价上涨245元/吨,涨幅为3.62%。在现货方面,6月9日,我国白砂糖主产区均价为7197元/吨,较6月2日报价上涨24元/吨,涨幅为0.33%;主销区均价为7520元/吨,较6月2日报价上涨18元/吨,涨幅为0.24%。

根据国内国际食糖市场的变化,近日农业农村部市场预警专家委员会在6月中国农产品供需形势分析中表示,本月对2023/2024年度中国食糖供需形势预测与上月保持一致。巴西产糖量及其出口如预期增加,国际糖价有所回落。受国际糖价传导影响,国内糖价略有回调,但夏季是传统食糖消费旺季,且工业库存偏低,糖价调整空间有限,后期国际油价波动、异常天气等变数犹存,国内外市场仍有较大不确定性。广西、云南产区5月降水偏少,近期降雨偏多,利于旱情缓解。

布瑞克农产品集购网研究总监林国发表示,美国气象局发布关于2023年厄尔尼诺天气现象的报告,引发市场担心后期南亚地区甘蔗遭遇干旱、产量下降,巴西甘蔗因降雨导致收获不及时等,原糖价格因此出现暴涨情况。国内方面糖价跟随外糖走势为主,白糖主力价格达到7000元/吨以上,整体市场表现强势,但因本年度食糖产量下降,整体工业库存处于低位,市场乐观氛围表现明显。

林国发认为,从当前情况看,过去一年巴西的良好天气加上2022年下半年以来国际化肥价格走低及供应情况良好,为今年巴西甘蔗单产提高提供了基础条件,国际糖价已经见顶。国内方面,大量白糖货源集中在贸易商手中,在白糖现货价格强势氛围推动下,糖价见顶时间延后,6月结束前,糖价每次出现较大回落时,企业均可以适当构建部分现货库存。同时,当前玉米价格不断走低,淀粉糖价格具有极高的优势,企业也需要积极寻找替代品,在不改变产品质量的情况下,增加淀粉糖或其他代糖使用,有效降低原料成本。从中短期看,预计巴西食糖产量利空,国内价格跟随回落,企业可以充分利用该回落机会适当构建中短期库存。

区域动态

制造业重镇东莞涌现新动能

"手机、鞋服之外,东莞还有哪些亮眼的产业?""外需收缩,世界工厂还好吗?"作为经济总量过万亿元、外贸进出口总额过万亿元的"双万亿"之城,广东东莞的一举一动都牵动着人们关注的目光。

记者近日走进东莞锂电池企业、潮玩空间、大科学装置中心,感受到经济发展的新动能新变化扑面而来。

广东博力威科技股份有限公司展厅内,展示着应用于不同场景的锂电池产品:用于电动自行车、电动摩托车、电动滑板车等的轻型动力电池;用于蓝牙音箱、无人机、智能机器人等的消费电子电池;用于露营等户外场景的移动储能设备……

这家成立于2010年的企业,是一家研发、生产、销售锂电池产品的国家高新技术企业。凭借积累,公司已实现从锂电池组制造到电芯生产的一体化发展,产品销往全球80多个国家和地区。

"因为看好新能源赛道,我们持续加大技术投入,近3年累计投入研发资金近2.6亿元。"公司副董事长刘聪介绍,凭借前期的技术布局和快速的市场反应能力,公司近年来发展迅速,市场份额增长很快,现已占据欧洲20%的市场份额。

总产值超万亿元的电子信息产业是东莞规模最大的产业集群。去年,东莞的智能手机产量占到全国的16.8%,但东莞仍不断瞄准新领域布局新产业,拓宽经济新增长点。

"东莞构建500亿元产业基金体系,以实施七大战略性新兴产业基地建设。新型储能、新能源汽车及零部件、半导体及集成电路等新兴领域,都是我们重点发力的产业方向。"东莞市工业和信息化局总经济师梁杨阳说。

统计数据显示,现在东莞的新能源产业也达到百亿级规模。2022年东莞新能源产业集群实现营收667.3亿元,同比增长11.3%。以锂电池产业为例,东莞已经聚集博力威、凯金新能源、新能安科技等一大批企业。这些企业瞄准新型储能、新能源汽车等产业发展机遇,拓宽赛道、加速发展。

东莞经济总量中,制造业贡献占比过半。其中,玩具及文体用品制造业又是东莞五大传统特色产业之一。目前,东莞全市玩具生产企业超过4000家,上下游配套企业近1500家。如何推动玩具等传统制造业转型升级?

东莞给出的回答是:以文化赋能实体,提升产品的品牌力、附加值,助力企业向"微笑曲线"两端延伸。从代工玩具转向做原创IP潮玩的城仕(东莞)文化科技有限公司对此深有体会。

走进公司潮玩生活空间,各类潮玩让人目不暇接:运动少女"罗拉"运球上篮,活力满满;熊猫潮玩"国喜福福"憨态可掬。公司创始人郑波说,这些原创潮玩都由公司自主设计研发,深受年轻人喜爱。公司成立短短3年发展迅速,年销售额已破亿元。

"过去做代工,主动权在别人手里。现在有自己的IP和品牌,话语权和产品附加值双双提升。"郑波说,公司大力投入研发,设计师占总员工数近三成。这样的转变也带来甜头,现在产品利润比做代工时增长至少三四倍。

企业转型升级,政府努力做好服务。近年来,东莞政府举办国潮设计大赛、各类潮流文化节,营造良好的产业发展氛围;加快建设潮玩中心,搭建集"设计—生产—销售"为一体的全产业链服务平台,助力潮玩企业补齐设计端和销售端短板。

"依托成熟的玩具生产配套,东莞潮玩产业发展迅猛,年产值过亿元的企业就达到28家。一批龙头潮玩企业在东莞兴起,正带动更多传统企业加速转型。"东莞市文化广电旅游体育局副局长杨嘉说。 **(新华每日电讯)**

特色产业

外企主动洽谈对接

山东淄博日用玻璃出口全国第一

一场座谈交流会成了观察山东淄博日用玻璃产业高质量发展的窗口。

"中国第一家玻璃公司于1904年在博山诞生。在日用玻璃出口方面,按市级城市排,淄博全国第一;按日用玻璃制品品类、玻璃材料排,淄博也是全国第一……"6月2日下午,淄博市贸促会在国际会客厅举行"淄博玻璃 国际美品"玻璃家居系列用品推广座谈交流会,来自淄博市玻璃家居领域的近20家企业代表,部分区县商务、贸促工作负责人及淄博市各大媒体相关负责人齐聚一堂,共同探讨拓展国内市场、提高市场份额的方法、建议和路径。

世界玻璃看中国,中国玻璃看淄博。玻璃工艺品是淄博外贸的一张名片。

作为淄博日用玻璃的龙头生产企业之一,山东黑山玻璃集团专注于工艺、产品品质的持续创新和优化。"我们的产品与欧盟的产品相比,从外观到质量一点也不差。"该公司总经理韩祥孝信心满满,"产品就是最好的品牌,现在包括意大利的一些企业主动找上来洽谈对接。"该公司国内与国际的销售额比例从前几年的3:7增长为现在的4:6,国内销售额从前几年的1亿多元增加到现在的3亿多元。

同样作为淄博玻璃家居领域的领头企业之一,山东超越轻工主要出口以玻璃、铁、木为主要原材料的欧美家庭装饰品,成为美国主流商超的直接供应商。"我们主要做美国市场,产品直进沃尔玛。淄博的玻璃工艺品无论是出口量还是品类与材料,均是全国市级城市第一。"座谈会上,该公司董事长沈健一语道出了淄博日用玻璃在业界的地位和竞争力。

一个个小巧玲珑的琉璃摆件、一件件玻璃器皿、一件件玻璃工艺品,当日设在国际会客厅的玻璃家居品展示区,引来了与会人员的浓厚兴趣和关注。

在淄博日用玻璃出口占有重要一席之地的淄博雷蒙进出口有限公司,当日在国际会客厅展出了水晶酒杯和水晶酒具。"公司出口产品主要以酒杯、酒具为主。"该公司业务经理李宁表示,"'五一'之后,我们去陶琉大观园调研,客流量依然居高不下,外地游客对淄博的特色产品十分感兴趣,非常期待我们的产品可以融入淄博元素,同样能受到外地游客的青睐。"

作为淄博外贸的一张名片,仅博山就拥有"克莱斯特""宏达""金晶""特瑞菲克""菲内克斯"5个驰名商标,博山的黑山玻璃、孟友钢化玻璃、宏达玻璃等企业通过马德里商标注册,提高了出口产品的境外市场知名度和准入度,国际市场份额稳步提升。

如何让淄博玻璃的实力、特色让更多人知道,进而喜欢上淄博日用玻璃家居用品?

"我们已经注册了国内品牌特瑞菲克,主要包括玻璃容器和厨房餐具。"淄博治德轻工制品有限公司副总经理岳增福表达了进一步开拓国内市场的意愿,"公司将以敏锐的眼光、专业的设计团队,为客户定制各种产品。"

淄博市贸促会党组书记、会长李秀清表示,国际会客厅已成为展示淄博名优特色产品以及淄博工农业发展成果的窗口。"下一步,从会客厅出发,企业要讲好产品故事、创新故事,展示企业的实力与特色。在国际会客厅举行小型展销会,让淄博市民和外地游客喜欢上更多的淄博好产品。"

(大众日报)

湖南"邵阳造"发制品在非洲市场份额超六成

占全球市场的15%

6月10日,邵阳美丽来发制品有限公司生产车间,3条生产线正在赶制发往尼日利亚和南非等非洲国家的订单。"目前我们公司上半年的订单已基本饱和。"该公司董事长刘晓忠介绍。

邵阳市作为全球最大的发制品原材料集散地,我国第二大发制品生产基地和我国第三、南方最大的发制品出口基地,目前注册的发制品企业有115家,生产的发制品有3000多个品种,远销非洲、东南亚等120多个国家和地区。据邵阳海关统计,"邵阳造"发制品在非洲的市场份额超6成、占全球市场的15%。今年1—5月,全市发制品出口值18.8亿元,增长10.2%,其中对非洲出口发制品13.9亿元,占全市发制品出口额的73.9%。

为助力发制品企业出口,邵阳海关多渠道开展RCEP、AEO高级认证等海关政策宣讲,指导邵阳阳光发品有限公司获批成为邵阳首家经核准出口商。今年以来,邵阳海关对发制品企业签发各类原产地证书1158份,签证金额3454.6万美元,为企业减免进口国关税1200余万元。"跨境电商是我们一直在寻求突破的渠道。"湖南顺髻科技有限公司业务经理唐志文说,"4月,在邵阳海关的指导下,我们第一批发制品顺利出口至南非。"

据悉,第三届中非经贸博览会6月底在长沙开幕,邵阳专场将有以发制品为代表的轻工产品参展。

(湖南日报)

广西三江:木耳丰产助增收

广西柳州市三江侗族自治县八江镇塘水村食用菌生产基地种植的木耳迎来丰收季。6月12日,农户抢抓农时采摘木耳,一派丰收景象。

近年来,塘水村依托后盾单位等帮扶资源,以"党总支部+企业+合作社+农户"模式,大力发展食用菌种植特色产业,全力打造柳州螺蛳粉原料种植示范基地,带动村民在家门口就业,助力乡村振兴。

(中新网)

江苏常熟纺织服装产业走上升级之路

一个传统产业 两个千亿级市场

繁忙的缝纫车间内,"数字大脑"有条不紊地指挥着所有生产环节;热闹的电商直播间里,一个个爆款卖到"断货";车水马龙的服装市场上,新兴品牌脱颖而出……在江苏常熟,这样的场景每天都在发生。

4000多家纺织服装企业,35个专业交易市场——体量巨大是常熟的优势,也意味着面对电商、快时尚、柔性生产等冲击时,转型升级难度更高。常熟纺织服装产业如何走上升级之路?

智改数转,给车间装上"数字大脑"

前不久,江苏金辰制衣有限公司接到一个订单:在10天内加急赶制6万件衣服。仅一周,产品全部交付客户。

"过去,这么短时间肯定赶不出来。"金辰制衣业务部负责人林国师解释,每上一款新衣服,流水线都得重新磨合,生产线流畅运作通常要一周。因此,很多服装企业无法接时效性要求特别高的大订单。

生产车间里,智能生产吊挂传输系统抓取袖口、衣领、前襟等一件件组成服装的"零部件",精准送到各岗位工人面前。每个工位上方,都安装了一台平板电脑,屏幕上的数字不断跳动,工人们抚平衣物、拆线、踩踏缝纫机等操作都被电脑中的"针聪明"系统实时识别并记录。

正是这款智慧生产协同系统,给车间装上"数字大脑",使得金辰制衣具备了快速反应能力。"生产一件款式复杂的衣服,可能需要两三百道工序。通过将人工智能技术应用到服装生产制造,剪裁、车缝、质检、后整等所有环节都在系统驱动下'一手包办',实现工厂内各部门、各环节高效协作。""针聪明"的研发者之一、飞榴科技联合创始人兼首席产品官刘珂博士告诉记者。

在服装设计方面,"数字大脑"也大显身手。

苏州市拉波尼服饰有限公司是常熟一家大型服装企业,每年生产服装上千万件,设计服装3000款以上。拉波尼董事长陈开恩介绍,按照传统做法,设计一款衣服要经过画设计稿、2D打版、备料、打样、改样等多个环节,需要十几个部门协作。制作出来的样衣稍有偏差,又得重新走流程,耗时最少半个月。

如今,得益于一个名为"Style3D"的服装产业3D数字化服务平台,设计衣服变得像搭积木一样简单。设计师打开软件,从资料库选取衣服的"零部件",并移动鼠标、进行反复拼接,再对细节进行精心修改,不到半小时,一件3D样衣便出现在屏幕上。如需修改,点点鼠标即可完成。

如今,在数字技术助力下,纺织服装这个传统劳动密集型行业越来越有"科技范儿"。常熟市工信局产业政策科科长俞喆介绍,近3年来,常熟全市已有700多家纺织服装企业开展数字化改造,累计改造投入超20亿元,企业平均劳动生产率提升35%、产品制造周期缩短19%。

转型电商赛道,打造另一个千亿级市场

位于市区的服装城曾是常熟最繁华的地段,近年来很多人感觉这一带不像以前那样热闹了。服装城沉寂了吗?

"当然不是,2022年,常熟服装城完成市场交易额超1421亿元,同时,另一个千亿级市场也在迅速崛起。"常熟电子商务协会秘书长刘亚说。

如今在常熟,一个规模庞大的服装"线上市场"正在"云端"登场,2022年,常熟服装线上交易额超千亿元。

"姐妹们,这件防晒服是今年最新款,面料加入了很多科技元素,可有效阻隔紫外线,穿着特别凉爽……"走进服装城综合市场的玖号源点数字时尚基地,一个个直播间热闹不已。直播间外,仓库管理员推着小车在基地穿梭,将一件件衣服扫码打包,再发往各地。

常熟服装城综合市场副总经理魏慧告诉记者,这里曾是一座建筑面积近6万平方米的五金大市场,如今成为数字直播基地。几年来,集聚了近百家商户、机构和企业,涵盖抖音、淘宝、拼多多、快手等平台。

基地二楼的花概念旗舰店直播间,主播郭亚军正在推介一款黄色的棉质五分袖衬衫,这是该店最近的"爆款",一个月卖出上万件。

看中强大的纺织服装产业基础,2014年,郭亚军和丈夫来到常熟开启电商创业之路。郭亚军告诉记者,常熟纺织服装产业转型升级不断加速,给电商发展带来了新的契机。

"为了顺应电商时代的个性化、精准化需求,很多工厂都具备了'小单快返'能力。"郭亚军说,他们与本地十几家服装厂建立合作关系,可以根据网店预售情况,与工厂协同联动,迅速反应。现在,旗舰店每年能卖出数十万套各类服装。

从传统服装批发市场到全国直播电商高地,截至2022年底,常熟服装城销售额破亿元的直播商户有25家,超过2000万元的有235家。在常熟,直播业态与市场、品牌、物流、人才、供应链、传统电商等正在全面融合。

强化品牌建设,突破产业发展天花板

在常熟谈服装,总是绕不开波司登。这家创办于1976年、产品远销72个国家的服装企业,逐渐成为羽绒服行业的高端品牌。然而前些年,波司登也走过一段弯路——由于走进"贪多求全"误区,三年内营收下跌近40%,关店9000多家,品牌价值受到影响。

2017年起,波司登砍掉不熟悉的冗杂产品线。"在家居服领域,我们已经做到了十几亿元的规模,但最终还是选择抛掉。"波司登集团董事局主席兼总裁高德康说。重返羽绒服主航道、实施"高端化"战略、进行品牌升级,短短几年间,波司登逐渐可以与国际一线羽绒服品牌竞逐。

以品牌为制胜法宝的并非只有一线品牌。常熟市发改委产业经济发展研究专员王洵告诉记者,常熟纺织服装产业链虽然完备,但多数是代工厂、小作坊。近年来,越来越多企业转变经营模式,走上品牌发展之路。

常熟市欧西依织造有限公司是一家从事各种针织经纬编面料开发、生产和销售的企业。总经理彭钢坦言,虽然公司属于规模型企业,但业务以代工为主,市场竞争激烈、利润率非常低。

为了突破发展天花板,2021年,欧西依与供应链上的三家企业"抱团",共同打造出一个名为"橙线"的家居服品牌。面料、印染、制衣,几家企业发挥各自在供应链上的长处。

去年10月一场直播上,"橙线"一晚上卖出3万多套家居服,销售量远超预期。然而,仓库只备了1万套货,4家企业紧急联动,短短10天,缺额的两万多套家居服便赶制出来。

"走品牌路线,发展空间更广阔。""橙线"品牌负责人刘晓阳说,未来5年,公司计划把年销售额做到5亿至8亿元。

常熟纺织服装行业正不断向品牌化、高端化迈进,传统品牌不断升级,一大批新兴服装品牌涌现。常熟市工信局相关负责人表示,接下来将着力引进和扶植培育一批时尚设计师品牌和服装高级定制品牌,在不断推动行业转型升级的同时打造品牌体系。 **(人民日报)**