

前三季度,电热水器、电暖器等品类对欧洲出口实现快速增长

中国取暖设备何以畅销海外

本报记者 韩鑫

经济聚焦

电热水器出口订单不断,电热毯呈现产销两旺、电暖器出现“补单潮”……冬季临近,中国取暖设备迎来新一轮出口热。数据显示,今年前三季度,我国电热水器、电暖器等品类对欧洲出口实现快速增长,累计出口额分别为1.6亿美元、8.5亿美元,电热毯出口额同比增长46.1%。

“今年以来,面对需求收缩、供给冲击等压力,多数家电产品对欧洲出口额呈下降态势。”中国轻工业联合会会长张崇和说,在此背景下,取暖设备逆势增长、持续走俏,既成为行业发展的亮点,助力轻工经济稳增长,也展现了中国制造的发展水平。

中国取暖设备何以畅销海外?如何保持出口热度?记者采访了多家相关企业及专家。

淡季旺销助力取暖器企业效益向好

组装、质检、装箱……走进浙江慈溪富运电器有限公司车间,4条生产线正满负荷运转,一台台电暖器在这里下线,销往德国、英国、法国等欧洲国家。

“欧洲的取暖器销售旺季一般在9月份结束,但近期收到不少来自欧洲客户和大型商超等采购商的加急补单。”公司总经理徐松烈介绍,目前企业日产能较去年同期增长50%,一天出货量最多达15万台。

淡季旺销助力取暖器企业效益向好。今年前三季度,富运电器取暖器销售额已超1.5亿元,较往年增长20%以上,其中,新客户追加订单超过2000万元。据宁波海关统计,前三季度,慈溪取暖器出口40.62亿元,同比增长12.6%,其中出口欧盟18.67亿元,同比增长34.8%。

将目光移向广东,同样能感受到中国取暖设备的出口热度。“受欧洲等地能源市场变化因素影响,海外消费者需求旺盛,不少海外进口商追加暖风机、快热炉等取暖类产品订

核心阅读

今年以来,我国生产的取暖设备畅销海外,前三季度出口额实现快速增长。这离不开企业的转型升级和技术创新,也离不开我国持续完善的产业体系和产业链。未来,企业还需持续发力,专注转型升级,打造自主品牌,把眼下的出口热度转化为长期的增长动力。

单。”美的生活电器事业部海外产品经理谭成波说,截至10月初,美的生活电器取暖类产品在德国、法国、英国的销售额同比增幅在20%左右。

来自阿里巴巴国际站秋季网交会的最新数据显示,截至10月底,中国生产的新能源储能相关产品类交易额增长超过300%,取暖类产品增势良好,其中电热毯需求增长最大,销量同比增长近5倍。“平台上相关产品类需求激增,不排除受到季节性和短期突发因素的影响。”网交会项目负责人陈唐分析,从长期观察结果来看,销量增长主要得益于国内企业近年来不断提升产品品质,并借力数字化加速跨境电商贸易。

技术创新和完善的产业体系助力中国制造走俏海外

不只是取暖设备,倘若将观察的周期拉长,不难发现,近年来,每当国际市场上一

产品出现供应短缺,中国制造总能及时“补位”、大显身手。

2020年,新冠肺炎疫情全球蔓延,海外消费者囤货意愿强烈,带动中国制造的冰箱冰柜加速“出海”。数据显示,2020年,我国累计出口冰箱数量同比增长35.6%。2021年,海外消费者对绿色出行的需求不断上涨,中国生产的自行车再度成为热销产品,全年出口额超50亿美元,同比增长超40%。

中国制造走俏海外,离不开企业持续推进转型升级和技术创新。

“取暖设备之所以受到青睐,主要在于其以更优的价格、更多的功能,更好契合了海外消费者的需求。”谭成波说,与往年相比,今年海外消费者更加关注产品的节能属性。通过持续增加研发投入,企业研发出暖风机节能发热体,配合加湿模块,不仅提高了热能转化效率,还提升了加热的舒适度,带动海外订单不断增加。

既开发新功能,也推出新产品。根据客户需求,去年广东万和新电气股份有限公司自主研发了兼具节能和美观属性的电壁炉,广受市场欢迎,销量同比增长超30%。据介绍,今年企业自主研发的电烤炉产品,首批面向国际客户的订单正在生产,明年预计还会新增电器产品生产线。

中国制造受到欢迎,离不开我国持续健全和完善的产业体系和产业链。

“慈溪取暖器出口量占全国近1/3,已形成相对完善的产业集群。”徐松烈说,生产一台电暖器,从原材料到零部件都可以就地取材,产能供应相对稳定可靠,还有效降低了物流成本,让产品的国际竞争力更强。

“取暖器热销,与我国家电工厂的强大制造能力密不可分。”赛迪研究院战略研究中心研究室主任孙海亮说,我国家电业在长期市场竞争中,形成了门类齐全、配套较为完整的产业链和一批具有全球竞争力的特色产业集群,领先的技术应用水平和巨大的消费市场为我国家电业进一步提升全球竞争力奠定了坚实基础。

未来仍需专注转型升级,加速海外布局,构建自主品牌

取暖设备畅销海外,彰显了中国制造的强劲活力,如何让眼下的出口热度转化为长期的增长动力?在采访中,不少企业表现得更加理性和从容。

——保持发展定力,专注产品升级。“虽然当前取暖设备呈现出出口热,但不能盲目扩张产能,创新升级才能长久。”徐松烈说,近两年,公司持续推进智能化转型升级,通过产线改造降本增效,扩大产品的性价比优势,助力企业持续发展壮大。

业内专家表示,近年来,国际市场对产品环保和能效的关注度越来越高,不同国家和地区对产品性能要求也有差异,企业应积极把握需求趋势,不断推陈出新。

——布局海外渠道,拓展全球市场。

“虽然今年的订单翻倍增长,但考虑到企业目前在欧洲还没建立起完整的售后服务体系,我们对接单还是有所控制的。”浙江中广电器集团海外营销中心总经理刘丽萍介绍,企业不追求产品销量的一时增长,而是希望加快建设海外网络,在欧洲布局销售中心、售后服务中心、海外仓等,等到时机成熟,将在海外建生产线。

孙海亮介绍,目前我国家电企业在海外的线上渠道主要是大型国际电商平台。“这些平台已经开放第三方卖家入驻多年,对于新入驻的国内家电企业而言,获取流量成本高、突围难度较大。这就亟须我们自己的电商平台加大力度走出去,为自主品牌拓展全球市场、增强国际竞争力提供渠道支持。”

“从长远来看,家电企业需要持续发力自主品牌建设,不断提升海外市场占有率。”孙海亮说,现阶段我国家电产品出海仍以贴牌销售为主,相较于巨大的生产规模,自主品牌的海外市场占有率明显偏低。下一步,提升区域品牌认可度、夯实用户群体基础是我国家电企业阔步走出去、迈向高质量发展的重要路径。

经济时评

加快建立完善数据产权制度

梁心怡

推动数据产权制度的建立与完善,让数据确权更精准、数据流动更通畅,数字经济将获得更广阔的发展空间,迸发更强大的创新活力

党的二十大报告提出,“加快建设制造强国、质量强国、航天强国、交通强国、网络强国、数字中国。”2021年,我国数字经济规模达到45.5万亿元,位居全球第二,为经济发展提供了强大动力。习近平总书记在主持中央全面深化改革委员会第二十六次会议时强调:“统筹推进数据产权、流通交易、收益分配、安全治理,加快构建数据基础制度体系。”

数据产权制度体系是支撑数字经济发展壮大的关键环节。建设数据产权制度,重在做好数据分类分级及数据产权分置,根据其不同特性进行区别化的精准管理,从而保护数据要素市场各参与方的合法权益。具体而言,可以从以下几方面着手:

一是确定数据权利主体,分类分级推进公共数据、企业数据、个人数据确权授权使用。从发展角度看,近3年来,我国数据产量每年保持约30%的增速,厘清各主体的数据权利与义务,有利于优化数据资产管理,促进数据有序流通。从安全角度看,数据分类分级是数据安全的基础。对于关系国家安全或重大公共利益的公共数据,要明确其公有性质,所有权归国家所有,根据数据级别采取不同的保护措施。对于承载个人信息的数据,应划定隐私与一般数据的边界,在保护隐私的同时通过脱敏、加密等技术手段促进一般数据流通使用。

二是确定数据权利内容。区别于传统要素,数据具有可复制性、非排他性等特点,在同一数据上可能承载多方主体的数据权利,这也为法理层面的数据确权带来很大困难。对此,还需建立数据资源持有、数据加工使用权、数据产品经营权等分置的产权运行机制。

三是在明确数据权属的基础上,健全数据要素权益保护制度。其中既包括充分保护数据被采集方的合法权益,也包括尊重数据使用者为采集、存储、处理数据所付出的劳动、技术、资本,依法保护其使用数据和获得收益的权利。

数据是数字经济的关键生产要素。明确数据产权归属、建立数据产权制度,是推进数据要素市场化的重要前提。推动数据产权制度的建立与完善,让数据确权更精准、数据流动更通畅,数字经济将获得更广阔的发展空间,迸发更强大的创新活力。

秋粮收购工作开局良好进展顺利 截至10月31日,主产区累计收购3034万吨

本报北京11月2日电(记者杜海涛)全国秋粮收获已接近尾声,当前秋粮正在集中上市,收购工作开局良好、进展顺利。国家粮食和物资储备局最新发布,截至10月31日,主产区累计收购秋粮3034万吨,同比增加434万吨;其中,收购中晚稻1599万吨、玉米1397万吨、大豆38万吨。

国家粮食和物资储备局相关负责人表示,秋粮上市以来,各类企业积极入市收购,市场购销较为活跃,收购进度快于上年。据各地反映,收购中优质优价特征明显,中晚稻优质品种价格比普通品种每斤普遍要高1角钱以上。为切实保护种粮农民利益,国家有关部门已批复江苏、安徽、河南、湖北四省启动中晚稻最低收购价执行预案,共准备收储库点400多个、仓容550万吨左右,能够满足收购需要。截至目前,四省已累计收购最低收购价中晚稻近30万吨。

第132届广交会官网累计访客数超千万

本报广州11月2日电(记者李刚)记者近日从广交会组委会获悉:第132届广交会自10月15日在线上开幕以来总体运行平稳,截至10月24日,广交会官网累计访客数1042万人,访问量3856万次,分别比上届增长3.27%、13.75%。

本届广交会扩大了参展企业范围,参展企业总数达3.5万家,比上届增长40%;展品总量超330万件,比上届增长10%,参展企业和展品总数双双创历史新高。广交会全球合作工商机构增至177家,来自229个国家和地区的51万名境外采购商注册企业级信息,“一带一路”沿线国家采购商达28.46万人,占比为55.72%;72家跨国大型企业参会,比上届增长41.18%;境内采购商2.49万人观展,比上届增加0.9万人。

重庆建设智能网联新能源汽车零部件产业

本报重庆11月2日电(记者王欣悦)《重庆市建设智能网联新能源汽车零部件供应链体系行动计划(2022—2025年)》(以下简称《行动计划》)日前出台。《行动计划》提出,到2025年,重庆力争引进300家智能网联新能源汽车零部件企业,推动500家传统零部件企业转型升级,零部件领域国家级专精特新“小巨人”企业达到100家,全市智能网联新能源汽车零部件产业规模将达到2500亿元。

此外,到2025年,重庆还计划基本建成相对完整、重点突出、全国领先的智能网联新能源汽车零部件供应链体系,力争打造一批全国领先的零部件企业,突破一批关键技术,形成一批市场占有率居全国前列的单项产品。

右岸首台机组投产发电 大藤峡水利枢纽工程

本报北京11月2日电(记者王浩、庞革平)11日,大藤峡水利枢纽工程右岸首台机组(1号机组)投产发电,较原计划提前两个月完成。大藤峡水利枢纽工程是国务院确定的172项节水供水重大水利工程的标志性项目,也是珠江流域关键控制性工程,防洪、航运、发电、水资源配置、灌溉等综合效益显著。工程共配备8台轴流转桨式水轮发电机组,单机容量20万千瓦,总装机160万千瓦。机组安装分左右岸两期进行,其中,左岸3台机组已于2020年7月全部投产运行,截至目前累计发电超84亿千瓦时;右岸5台机组计划于2023年底全部投产。

图为10月31日拍摄的大藤峡水利枢纽工程全景。张成栋摄(人民视觉)



打开江苏省扬州市公共资源交易平台的网站,江苏润桥建设工程有限公司的工作人员赵林点击要投标的项目,显示保证金为15万元。他没有选择直接转账,而是接着购买了电子保函,从银行、保险公司、担保公司等诸多服务机构里选了一家。结算页面跳出,显示需要3.5‰的手续费,填好公司信息,付好525元,不到10分钟,电子保函出单,投标完成。

“自从平台上线电子保函以来,公司已经使用这个业务70多次,减少资金占用1000多万元,投标数量也增加了。”江苏润桥建设工程有限公司董事长栾文成告诉记者,作为一家中小企业,公司业务覆盖道路施工、老旧小区改造等。以前使用纸质保函,每次都要去银行现场办理,常常要等好几天才能出函,不仅耗时长、占用资金,工程密集时还影响公

江苏推行电子保函替代保证金缴纳

减少资金占用 激发企业活力

本报记者 尹晓宇

司投标。公共资源交易领域长期存在着缴纳保证金投入总量大、返还周期长的问题,加大了企业资金周转压力,影响了市场主体发展活力。今年5月,国务院印发《扎实稳住经济的一揽子政策措施》,要求“在招投标领域全面推行保函(保险)替代现金缴纳投标、履约、工程质量等保证金”。

为落实部署,江苏全面推进电子保函替

代现金缴纳保证金。江苏省政务服务管理办公室党组书记、主任徐光辉介绍,企业原本需缴纳十几万元乃至几十万元的保证金,现在只要支付几百元至几千元的电子保函保费。此外,江苏还印发了《关于进一步规范工程建设招标投标领域投标保证金应用的通知》,进一步规范公共资源交易平台运行,全面打通投标电子保函接收渠道。1—8月,全省通过推行电子保函为投标企业减少资金占用超

420亿元。除了投标人,招标人也从中受益颇多。在扬州市名城建设有限公司从事招标工作的孙岩告诉记者,通过系统交互自动获取电子保函,从源头上杜绝了假保函的出现,不用像以前一样盯着银行现场要保函。此外,电子保函在开标前都是加密的,全程电子化系统留痕,极大避免了投标信息泄露造成围标串标发生,保障了交易环境的公开、公平、公正。

扬州市政务服务管理办公室负责人张其龙介绍,电子保函已经实现了申请、支付、出函、解密、退保到索赔的全程不见面线上办理,覆盖了住建、交通、水利、农业等领域,自上线以来已服务企业3007家,担保金额超23.5亿元,全市投标保证金电子保函替代率达80%以上。