

消费万花筒

市场采购贸易申报简便、通关快捷

拓展中小微企业发展新空间

本报记者 杜海涛

“相比一般贸易,市场采购贸易出口申报手续更简化,物流和查验更便捷,出口成本低、通关效率高,有助于我们获得更多国际订单。”江西景德镇盛博源陶瓷有限公司相关负责人告诉记者。

市场采购贸易,是指在经认定的市场集聚区采购商品,由符合条件的经营者办理出口通关手续的贸易方式。2013年,我国率先在浙江义乌开展市场采购贸易方式试点。截至目前,市场采购贸易试点单位已发展至39家。

去年9月,江西景德镇陶瓷交易市场获批成为全国市场采购贸易方式试点市场之一。景德镇海关发挥职能优势,全力助推市场采购贸易发展,培育以陶瓷产品为特色、多元发展的国际贸易产业链生态链。

景德镇海关主动了解企业需求,推动出台《景德镇陶瓷交易市场开展市场采购贸易方式试点工作实施方案》等文件,完成市场采购贸易联网信息平台建设,推动市场采购贸易方式试点工作有序开展。积极搭建海关、商务、企业三方沟通平台,以优化营商环境“一号改革工程”为契机,擦亮“关”助“发展”服务品牌,推动中小微企业积极开拓国际市场。

据介绍,作为一种新兴的贸易形态,市场采购贸易解决了中小商户“单小、货杂、品种多”等难题,许多小商户通过这一新型贸易方式走向海外,实现“卖全球”。

针对市场采购贸易特点,各地海关简化申报手续,开辟绿色通道和专门窗口,实行24小时预约通关;落实“提前申报”“抵港直装”等便利化措施,压缩通关时间和物流成本。企业可根据自身实际选择适合口岸出境,进一步降低了物流成本。2022年,我国市场采购贸易方式出口8883.8亿元人民币,占外贸出口的比重为3.7%。

“下一步,全国海关将继续促进市场采购贸易有序发展,为个体工商户和中小微企业搭建开拓国际市场的新桥梁,拓展外贸发展新空间。”海关总署相关负责人表示。

市场资讯

商务部推动以竹代塑促进绿色消费

本报电 日前,“推动以竹代塑 促进绿色消费”论坛在海南省海口市举办。

近年来,商务部通过培育绿色流通主体、加强塑料污染治理,推动新能源汽车和绿色智能家电消费等系列工作,着力促进绿色消费。

业内人士认为,促进绿色消费是消费领域的一场深刻变革。以竹代塑,有利于减少传统塑料制品使用,协同推进降碳、减污、扩绿,有利于带动竹产业发展壮大,助力乡村振兴,有利于增加绿色产品供给,培育绿色消费新理念。

商务部相关负责人表示,将会同有关部门引导商贸流通主体与竹制品龙头企业产销协同、供需对接,深入推进商务领域塑料污染治理,传递绿色发展理念,推动以竹代塑产业发展,全面促进消费向绿色低碳转型升级,为实现高质量发展作出更大贡献。(王珂)

市场监管总局加强商业秘密保护

本报电 为进一步提升商业秘密保护工作水平,国家市场监督管理总局日前印发通知,启动第二批全国商业秘密保护创新试点申报。

加强商业秘密保护,是强化反不正当竞争的重要任务,也是强化知识产权保护的重要内容。2022年,市场监管总局决定开展全国商业秘密保护创新试点工作,公布第一批20个试点地区名单。这是优化营商环境、激发企业创新活力的开创性举措,对强化知识产权保护具有重要意义。

第一批试点地区积极探索创新,在推动我国商业秘密保护水平整体提升上取得了初步成效。为扩大创新试点的覆盖面和影响力,今年启动第二批创新试点,以计划单列市、副省级城市、地级市、直辖市辖区(县)人民政府为试点主体。经地方自愿申报、省局初审推荐、专家评估论证后,市场监管总局将选择10个至15个地区作为第二批全国商业秘密保护创新试点。(林丽鹂)

本版责编:罗珊珊

体验 走近身边小商户 新时代·追梦人



图①:店主王岩正在冲咖啡。



图②:咖啡店一角。



图③:新制作好的拉花咖啡。

以上图片均为本报记者新博摄

『既要吸引回头客,也要争取新客户』

探访天津『预约制』咖啡店经营户

本报记者 新博

走进天津和平区一条狭窄的街道,推开沿街一扇木质小门,是一间只有十几平方米的咖啡店。

下午1点,记者按照约定来到这里,店主王岩正坐在吧台后面等着:“要不要试试这款巴拿马瑰夏咖啡,它散发着浓郁的热带水果香气。”氤氲的咖啡香气弥漫开来。

2018年,王岩创立了这间精品咖啡店。5年来,在王岩的潜心经营下,咖啡店已经小有名气。在这里,记者体验咖啡店一天的忙碌。

王岩的咖啡店,曾在天津创下两个纪录——面积最小的咖啡店,最早的“预约制”咖啡店。“每天下午营业,每小时只接待一组预约的客户,每天6组客人,后来预约实在太多,改成了每次同时接待3位。”王岩介绍。

“为什么要实行‘预约制’?”王岩笑道:“咖啡店发展最重要的就是咖啡的品质和客人的体验。‘一对一’预约服务可以让客人近距离体验选豆、研磨、冲煮、装杯的全流程服务。短期看,可能效果不明显,但从长远来看,能增加用户黏性,对店铺发展是有利的。”

说话间,客人到了。“一开始确实是被点评网站上‘预约制’吸引来的,来了之后发现,不光咖啡品质好,而且店主很健谈,我们边喝边聊,这是在其他的咖啡店很难体验到的。”赵先生是天津一家外贸企业的业务经理,很喜欢这种预约模式,几乎每周都来,成了店里的常客。

“跟店主聊咖啡,就像听一场咖啡主题的演讲。”赵先生评价,王岩爱聊天、心态平和,“没有花里胡哨的东西,真诚是最好的营销。”

在王岩的帮助下,记者打开咖啡店的预约网页:“本周剩余预约时间:周三上午7点后3位;周四下午2点3位……”根据咖啡店的预约情况,王岩放出最近几天可预约来店的时间段。

客人的留言也不少:“我下午4点去,能拼个桌吗?”“给留点新鲜的咖啡豆,最好是坚果调的。”“有没有云南咖啡豆?我想和朋友一起尝尝。”

……

面对客人的不同要求,王岩一一给出回复。“作为一个小咖啡店,预约有利于主客双方规划时间,提高效率。现在基本上每天都会预约满。”王岩认为,“预约制”某种程度上也是一种筛选模式,最终留下来的都是愿意为一杯好咖啡和好体验付出时间的客人,合适的规则锁定了目标客群,也产生了盈利。

投身咖啡行业5年,王岩的生意越做越好。2020年,王岩在老店不远处新开了意式咖啡门店,2021年在和平区一家商场里开了“站台店”,刚刚过去的“五一”假期,又开了第四家门店。

“既要吸引回头客,也要争取新客户。”王岩说,他的几家门店都在和平区,这也是天津市独立咖啡店最集中的区域,“政府积极打造咖啡经营特色,除了举办咖啡节,不定期发放的酒店消费券也吸引了不少外地的朋友来。”

咖啡店里,客人面前并排摆着3台磨豆机,分别是不同的刀型。“就像熬粥时你有时会用玉米粉,有时会用玉米粒。不同的咖啡豆、同一款咖啡豆不同的烘焙程度,也需要不同的磨豆机。”王岩说,几年下来,在设备上就投入了30多万元。

“来天津之前就做好了攻略,感觉大家在老建筑里坐在一起喝咖啡、吃甜品的氛围感特别好。”来天津旅游的北京大学生刘俊琛点了一杯冰美式、一份甜品,一边品着咖啡,一边听王岩聊起咖啡的制作过程。

说话间,第一杯咖啡见了底,“试试这款危地马拉的‘日晒’,有橙子和巧克力的香气。”王岩向客人建议。

客人先选豆子,再选杯子。“咖啡风格非常鲜明,即便没有受过训练,也能喝出不同豆子的风味。”王岩说。

在王岩帮助下,记者制作了一杯危地马拉日晒咖啡:拿出量杯,在电子秤上称好15克豆子倒进磨豆机,调试机器、选咖啡豆、研磨……一套程序下来,有些手忙脚乱。

伴着一阵机器声,磨好的咖啡粉落入杯中,记者拿起量杯一闻,除了中浅烘带来的香气,一丝丝橙皮香也“蹿”进鼻子。

随后,在王岩指导下,85摄氏度的热水从长长的壶嘴中流出,沿着粉面的中心点轻盈快速地向外绕圈,“第一段闷蒸注水量少,但非常重要,一是激发香气,二是将粉体里的二氧化碳挤出来,同时让咖啡粉能够上下

均匀地被水浸润。”王岩的介绍十分专业。停留几十秒,开始第二段注水,“这算是正式冲泡,主要是萃取的过程。”

不一会儿,一杯冒着热气的咖啡终于制好了。记者轻轻一吸,日晒豆特有的醇感和香气涌入口腔。

王岩坦言,咖啡店是这几年年轻人创业的热门。但如何实现长远发展,其实还有很长的路。归根结底,要用高质量的产品和服务赢得口碑。

王岩的店面虽然小,咖啡出品却不马虎。正对吧台的墙上摆放着王岩从各处搜集来的咖啡杯,其中不乏名家手作和电影中出现的同款:“这款就是电影《花样年华》里的那款青玉色咖啡杯,在香港一个店里淘来的。”

在王岩看来,咖啡市场快速发展的背

后,既反映了国内消费水平的提高和消费习惯的改变,也反映了国内咖啡产业从种植、处理到销售、烘焙乃至门店全产业链的迅速发展。

“我们刚开业时只买进国外的拍卖级生豆,现在我们的手冲新店有了云南的国产精品豆。可以说,精品咖啡的快速发展背后是国内咖啡产业的崛起。”王岩对这几年大热的云南咖啡豆不吝赞美,“云南豆的优势很大,比如物流优势,就决定了云南豆的新鲜度很好,加上没有关税,在成本上也有竞争力。”

“国产咖啡豆还有许多方面需要提高,比如咖啡产量不稳定、处理技术不成熟。另外消费观念也需要更新,有些同行和客人认为价格和品质一定正相关,反而导致具有成本

优势的云南豆认知度不高。”王岩介绍,“实际上,现在一些海外的名店已经在云南保山的咖啡种植园定期拿货了,这是云南豆竞争力最好的体现。”

创业5年来,王岩养成了一个习惯,每天都会朋友圈写一段日记,记录和客人之间的点滴,时间一长,这些日记汇编成了两本书,成为门店故事的一部分。“喝的是咖啡,记录的却是生活。”一位客人这样评价。

“写日记和做咖啡一样,需要耐心和毅力。坚持下来,你的努力一定会被看到。”王岩认为,开咖啡店做的是有情怀的事业,“有专业性、烟火气,也要有温暖治愈。”

“这段时间,来店的客人越来越多了。”临别前,王岩对记者说,“感觉咖啡市场的春天来了!”

本期统筹:欧阳洁 罗珊珊

以新消费加速释放内需潜力

杜海涛

展,个性文创、户外休闲等新消费活动,受到越来越多人关注。在不少城市,无论是茶饮,还是咖啡,一间面积不大的门店,经常出现排长龙的场面:“顾客到店自提咖啡要排队几十分钟,节日期间甚至要排队2个小时。”“这里装修风格,环境也不错,很适合给生活增添一些仪式感。”类似店员或消费者的评价,就是新消费市场活力的生动注脚。

应该说,互联网技术和社交媒体的涌现,改变了人们的消费观念,进一步助推了新消费的兴起。但新消费的长远发展,不能完全

依赖于互联网,还需要在后续经营中提升产品质量,形成新的亮点。推动新消费持续健康发展,相关部门、企业和全社会要共同努力。

加强监管,优化新消费环境。要健全新消费领域法律法规体系,建立一体化消费信用体系,明确网上营销规则,建立良好的网络交易管理机制。加快新型基础设施建设,积极拓展新消费场景。鼓励商店、街区、物流中转站向智慧型发展转型,促进各类服务型消费线上线下相结合,为人们提供更加丰富的消费

市场漫步

坚持以质量为中心,在不断提升产品和服务品质的同时,进一步提升企业管理水平,为长远发展夯实基础

喝一杯香浓的咖啡,在安静的阅读中度过午后时光;品一壶清香的绿茶,和朋友一起回忆甜蜜的往事……如今,以社交、休闲、健康等为目的的新消费脱颖而出。无论新式茶饮、休闲文创,还是健康养生、户外露营,各种消费形式快速发展,成为经济高质量发展的新引擎。

新消费是指由新技术、新商业模式和新消费关系共同推动形成的新消费行为。近年来,产业升级持续推进,科技水平不断突破,利好政策接连推出,为新消费创造了适宜的发展环境。同时,随着消费者收入水平提高,居民消费正在向舒适化、定制化、品牌化方向发展