

广东广州锚定市场所需做好产销对接

一个服务专班,不到4天让外贸优品上架

本报记者 姜晓丹

■经济聚焦·加快推动内外贸一体化

“这个好不好用?”市民李女士来到位于广东省广州市的广百股份广州友谊时代店,上扶梯刚到二楼,就看到“外贸转内销,一步到家”的牌子立在入口处。其后摆放的一排锅具吸引了李女士的注意,一番精挑细选,她买走了一只不粘锅。

从沟通对接到完成上架,这只锅的“旅程”只用了不到4天。

及时高效的背后离不开广百股份成立的外贸转内销服务专班。这是专班帮助外贸企业美亚厨具集团上架的第一批商品,“价格相当于专柜同类型产品打四折,吸引了不少顾客。”广州友谊时代店总经理范辉说。

“公司一天能生产10万只锅,其中七成售往美国,订单少了,但生产线不能说停就停。还好广百股份的服务专班快速对接,解了燃眉之急。”美亚品牌销售经理李永强说,服务专班为企业开辟了线上绿色通道。

“与外贸企业沟通,从现场验货,到商品进驻,我们分分秒秒。”广百股份采购中心负责人李健看现场、做策划,和同事每天都忙到晚上十一二点,手机上几个工作群里消息不停:

“锅具国外按套装售卖,与国内消费习惯不同,怎么办?”

“拆开卖!”

“展区设在哪?”

“二楼展区!宽敞且人流多。”

翻开专班的工作日志——4月25日,结合中外标识差异难点,对厂家进行中文标识辅导;26日,结合中外购物习惯差异,确定分装

方案;27日,设计主题展台并推进施工……这支由采购、运营、门店骨干组成的服务专班,将常规流程压缩了60%。

在广东,像美亚这样通过服务专班实现产销对接的外贸企业还有不少。

广东省纺织品进出口股份有限公司已经深耕外贸几十年,订单大多出口美国,与国内销售商联系少。“我们急需拓展内销市场,还有政府搭建平台、企业成立专班。”广东省纺织品进出口股份有限公司总经理杜绪说,在广东省政府主办的“外贸优品中华行”广州站,公司与华润万家进行了合作意向签约,接下来还将与线上平台洽谈。

“专班前期基于购物数据进行分析,结合不同区域的消费特征进行选品,比如长三角重点引入竹制厨具,珠三角地区则侧重小家电。”华润万家相关负责人表示,公司已经对接了近200家外贸企业。

为推进内外贸一体化,广州市商务局推出多项举措,包括开展外贸优品进直播间、进社区、进商圈、进专业市场、进展会,组织京东、盒马、华润万家等电商平台与零售企业开通内销24小时“直通车”绿色通道、千亿采购扶持计划等对接活动,线上线下联动拓展市场空间。广州市商务局相关负责人表示,接下来将继续锚定市场所需,做好产销对接,指导零售企业、各大电商平台做好与产业带、外贸企业的对接交流活动。

右上图:顾客在广州友谊时代店外贸专区选购锅具。本报记者 姜晓丹摄



■专家点评

外贸转内销需要系统规划

刘金山

外贸转内销涉及产销对接、商品采购、品牌孵化等多个环节,需要系统规划。国内主要的销售渠道包括电商平台、连锁商超、供应链服务商等,涵盖线上线下。电商平台能够突破地域限制,触达海量消费群体,并通过大数据分析消费者偏好,实现精准推荐;连锁商超拥有线下实体店面和稳定客源,能结合线下消费场景进行精准营销。不同渠道优势各异,只要充分利用,都能助力外贸产品快速进入国内市场。

外贸商品进入内销市场,意味着外贸企业要面临一系列市场转换成本,包括渠道建设、创新转型、品牌认知度提升等。同时,也会增加国内市场竞争,倒逼企业优化生产流程、强化管理水平、提升品牌和技术能力。

政府需要对外贸企业多加支持,包括帮助搭建平台、提供政策指导等。国家相关部门出台加快内外贸一体化的“一揽子”政策,通过“政策+活动”双轮驱动,加大支持力度。外贸企业也要多挖掘本地特色、打造消费品牌、紧盯市场需求,满足国内多样化需求,让外贸优品真正进万家。

(作者为暨南大学经济学院教授,本报记者姜晓丹采访整理)

市场监管总局等五部门约谈外卖平台企业

新华社北京5月13日电 近日,市场监管总局会同中央社会工作部、中央网信办、人力资源社会保障部、商务部,针对当前外卖行业竞争中存在的突出问题,约谈京东、美团、饿了么等平台企业。要求相关平台企业严格遵守《中华人民共和国电子商务法》《中华人民共和国反不正当竞争法》《中华人民共和国食品安全法》等法律法规规定,严格落实主体责任,主动履行社会责任,加强内部管理,合法规范经营,公平有序竞争,共同营造良好市场环境,切实维护消费者、平台内经营者和外卖骑手的合法权益,促进平台经济规范健康有序发展。



近年来,四川省彭州市以新质生产力赋能低空经济创新发展,形成“技术引领+场景落地+产业集聚”的发展态势,为区域经济高质量发展注入动能。图为当地管线巡检人员利用无人机对天然气长输管道进行巡检。乔刚摄(人民视觉)

江苏无锡在养老机构等地引入可穿戴式机器人康复仪器 穿上“肌肉外甲” 他们可以重新行走

本报记者 白光迪

俯身把可穿戴式机器人绑到腿上,腰间系好带子,穿戴过程不超过3分钟,凭借手臂的支撑,73岁的杨大爷从椅子上站了起来,在养老院活动区开始慢慢行走。

“穿上之后,感觉有一股力量在提拉大腿,走起路来有支撑了。”2023年9月,杨大爷突发脑卒中,造成下肢行走功能障碍,此后仅能依靠轮椅出行。他所在的江苏省无锡市梁溪区瞻江幸福颐养院每天都会组织老人锻炼。“但由于缺少专业医生和设备,养老院难以帮助下肢功能障碍的老人恢复身体机能。”颐养院院长李唯唯说。

今年以来,可穿戴式机器人在社交平台上热度升温,依靠设备爬山徒步的视频刷屏网络。“这种可穿戴式机器人能帮助老人走路呢?”李唯唯打算试试。

巧的是,总部设在无锡市的新型可穿戴机器人公司远也科技正在和相关部门联系,希望能够将自主研发的轻量级可穿戴居家下肢行走训练机器人投放到社区、养老机构使用。远也科技创始人丁也介绍,可穿戴式机器人细分领域很多,实现路径各不相同,“外肌肉”“外骨骼”等都可统称为可穿戴式机器人。

可穿戴式机器人从工业端走入消费

端需要扩展应用场景。“我们将自己这款机器人称为‘肌肉外甲’,适用于因脑卒中、脑外伤、脊髓损伤、脑瘫、周围神经损伤、帕金森等导致下肢运动功能障碍的人群。”丁也说。

可穿戴式机器人是如何帮助行动困难人群行走的呢?在柔性骨骼上有多个自适应的高精度传感器,穿戴者行走时,传感器记录步态信息,人工智能实时分析穿戴者行走速度、步态、地面高度等信号。“设备可以预判穿戴者的行动意图,具有较高的人机互动性,根据数据自动适配助力策略。”丁也介绍。

“我们与远也科技达成合作,先体验使用产品,基于使用效果,后期再考虑租赁或采购。”李唯唯说。

无锡市已陆续在医院、社区、养老机构引入可穿戴式机器人康复仪器,以探索各种应用场景,帮助更多人群进行康复。“民政部门积极推动养老科技产品和老年群体的供需匹配,通过组织产品集中演示、免费体验等方式,加快可穿戴式机器人落地应用,通过科技赋能增强老年群体的获得感幸福感。”无锡市民政局局长周立军说。

经过近一个月的康复训练,杨大爷下肢功能部分改善。“也许有一天,我能够实现生活自理。”杨大爷说。

警惕三大陷阱 注意五个步骤

珠宝贵金属首饰这样选

本报记者 林丽鹂

近期,很多消费者关注如何选购贵金属和珠宝玉石首饰。为此,记者采访了珠宝国检集团品牌建设与市场部主任孟晓珺,她提醒消费者购买珠宝贵金属首饰时,应注意以下消费陷阱:

一是过度营销。商家在打折促销、有奖销售等宣传活动中,如果有过度让利的销售承诺,需提高警惕。

二是虚假宣传。线上选购时要注意是否存在伪造场景虚构产品来源、美化图片严重失真、产品故事离奇等。

三是以假乱真、以次充好。贵金属和珠宝玉石首饰等各个类别,都存在天然相仿品类,再加上科技手段日益更新,处理材料、合成材料令人眼花缭乱。不良、不法商家李代桃僵、从中获利,令消费者难辨真假、权益受损。

消费者在选购高值的珠宝贵金属首饰时,最好提前做一些简单的功课。根据自己需求确定合适的购买方向,例如日常佩戴还是收藏投资,根据预算确定目标价位,避免盲目跟风、冲动消费。具体有以下5个步骤:

一看渠道。品牌。珠宝贵金属首饰大部分属于价值较高的贵重产品,消费者在购买时,应首选正规商场专柜或知名品牌专卖店。选择网购此类产品时,应首选正规可靠、信誉度高的电子商务平台进行购买。建议选择知名品牌的旗舰店或支持7天无理由退换货的优质商家,质量和售后服务更有保障。如在景区或车站周边的路边摊等非正规渠道购买,或

网购时来源不明、价格比市场价低得多、不能提供有效购买凭证等,以假乱真和以次充好的风险更大。

二看外形。购买珠宝贵金属首饰时,一定要仔细观察产品外观,检查是否有变形、划痕、镶嵌不牢固等问题,对于珠宝玉石产品要查看其颜色、质量等级等是否符合预期。

三看标识、标签。对于贵金属首饰要查看印记标识,镶嵌钻石首饰的印记中会标明钻石质量等信息。消费者应了解珠宝贵金属类产品的印记、标识和标签等管理要求。例如按照国家强制标准贵金属首饰必须有明确的印记,需要打印在首饰之上,来源不明的无标识商品,不能选购。对于珠宝玉石类产品,天然珠宝价值更高,合成宝石(如合成钻石、合成红宝石)或经过染色、充填等处理的珠宝需在标签或质量文件等明确标注,二者之间价格差异很大。对于国家标准规定能够做品质级别划分的珠宝玉石类产品,级别的高低与价格直接关联,同样需要在选购时擦亮眼睛。

四看核验检测证书。贵金属饰品通常配备明示产品质量和纯度的证书或证卡,消费者应要求商家或卖家提供与商品对应的检测证书或证卡。

五要求复称、索要发票。消费者在正规商场专卖店采购贵金属首饰,尤其是以克重计价时,有条件的情况下可以要求当场使用电子天平复称核对质量数据是否准确,并索要发票。

■身边的经济故事

阳光穿过云层洒落在水面上,波浪轻抚岸边,远处山水一色。面朝苍山洱海,云南省大理白族自治州的双廊古镇风景如画。摇曳的蓝花楹下,游客三三两两正在打卡拍照。

“这个壁炉可以用大理传统青砖、红砖来设计,增加一些本地元素,既可以保留传统韵味,又能为住客提供更多审美体验。”在双廊古镇一家民宿的休息区,李安军和业主交流起设计思路。

十几年前,建筑师李安军从北京来到大理,成为一名民宿设计师和经营者,这家民宿是他最早在双廊古镇设计的一家。这次翻新,他不打算对建筑本身做过多调整,而是把重点放在拓展更大的公共空间上。“游客对民宿的体验感和舒适度要求越来越高,我们要随之改变,把‘歇脚处’变为‘心归处’。”李安军说。

近年来,大理文旅产业加速发展,游客从双廊古镇、大理古城等热门旅游地来到周边村落,不少村落成为网红打卡地。“人们来大理更想体验闲适生活、田园美景。游客越来越多,乡村民宿设计需求越来越旺。”李安军说。

驱车从大理古城出发,10多分钟便能到达鸡邑村。村子风光秀丽,还保留了不少乡土味道。村民们抓住商机,出租自行车,开特产商铺,从事旅拍……“大家收入都增加了不少。”上鸡邑村村民李爱霞说。

民宿火了,进一步丰富了乡村旅游业态,但也面临一些“成长的烦恼”。

“村里的民宿越来越多,怎样才能做出自己的特色?”上鸡邑村的一名业主找到李安军,想将自家老宅改造成民宿,但又担心同质化竞争。

空间规划、设施配套、特色房间布置……在进行基本设计的同时,李安军发现业主家有很多石雕、砖雕、扎染手工艺品。我们可以设计一个有民族特色的展室,把这些工艺品都放进去,打造独特记忆点。”

“这个细节好,正是我想要的。”业主和李安军一拍即合。

不规则躺椅、木质挂件,清新的色彩搭配、灵活的多功能区,流行的“松弛感”也被李安军运用到作品里。

最近,李安军穿梭于当地的手工艺作坊,忙着收集当地的竹编、木雕以及各式各样的土陶制品,这些承载着地方记忆的小物件,成为李安军设计的灵感来源。

“民宿是一种有别于传统旅店的非标准住宿形式,个性和风格越突出,越有利于避免同质化竞争。大到规划布局、环境景观,小到室内软装,乃至一个小物件的摆放,都要注重细节,才能更好满足游客的多样化、个性化需求。”李安军说。

在古城里喝下午茶,到苍山徒步漫游,在洱海边写真,体验扎染、白族甲马制作……各种花式玩法开启游客在大理的活力之旅。刚刚过去的“五一”假期,大理共接待国内外旅游者369.77万人次,同比增长39.37%;实现旅游总花费44.55亿元,同比增长42.65%。



李安军(右)在修改民宿设计方案。

受访者供图

■链接

民宿业发展前景广阔

近年来,住民宿成为越来越多游客的选择。主要民宿预订平台发布的数据显示,每逢节假日,民宿都会迎来一轮预订高峰。一些经营者在提供住宿的基础上,推出更丰富的“民宿+”活动,提供个性化服务,在文旅市场上走俏。

民宿业的发展得益于相关政策的鼓励和支持。文化和旅游部等10部门联合印发《关于促进乡村民宿高质量发展的指导意见》,提出针对性举措:在加强产品建设方面,提出“尊重历史文化风貌,合理利用自然环境、人文景观、历史文化和文物建筑等资源突出乡村民宿特色,将农耕文化、传统工艺、民俗礼仪、风土人情等融入乡村民宿产品建设”;在完善规划布局方面,提出“将乡村民宿发展纳入各地旅游发展规划,与国民经济和社会发展规划、国土空间规划等衔接”。

北京联合大学旅游学院教授刘敏认为,随着旅游消费需求持续释放和升级,民宿业未来发展前景广阔。紧跟旅游消费升级趋势,打造品质化、多元化的产品,更好满足人们回归自然、开展深度旅游的需要,民宿业将释放更大潜力。

(本报记者 王珂)

把“歇脚处”变为“心归处”

本报记者 李茂颖

本报记者 姜晓丹