

迎击贸易保护主义

温州企业:修炼内功、勇拓市场

■柯哲人

日前,温州海关发布了温州市今年前四月进出口情况报告。报告显示,今年1至4月,温州市进、出口值均呈现上涨趋势。出口增长率更是高达两位数,达到16.1%,从而力促外贸进出口增幅位列全省第二,高于全省6.2个百分点、全国9.1个百分点。

面对全球贸易保护主义不断抬头之势,温州市外贸的高增长无疑是一剂提振信心的强心针。据悉,不少温企正通过修炼内功、勇拓市场、试点创新的三大制胜招数,积极应对贸易保护主义,增强自身直面外部市场变化的韧劲与底气。

欲成大器者必先修其内功

面对云谲波诡的外部市场,唯有坚守产品品质,始终戮力创新,方可在激烈的市场竞争中立于不败之地。

作为温州市制鞋龙头企业的巨一集团深知这一道理。在皮鞋价格已近乎透明的当下,在巨一集团总经理潘建中看来,传统制

鞋业若想突围,必须在设计、技术与品牌领域出奇制胜。为此,巨一集团早在十几年前就完成制造环节的智能化。

巨一前瞻性的眼光不限于此。走出国门,巨一先后在德国、西班牙等国设立设计工作室,无缝对接当地市场,确保其产品设计走在国际潮流的前沿。

这一系列的内功修炼,让巨一近年的出口订单始终保持平稳,年产量高达1600万双,2018年实现出口额1亿美元左右。

就在上个月,由奔腾激光(温州)有限公司研制的2万瓦智能光纤激光切割机在第16届中国国际机床展上全球首发。该公司总经理吴让大表示,这款2万瓦激光切割机是目前市场上功率最高、速度最快、幅面最大、性能最优的激光切割机,将引领全球激光切割应用变革。

近年来,奔腾激光坚持科技

创新和技术研发,多项研发成果填补了国内空白。去年,奔腾激光研发投入达到销售收入的5%,引进了2名意大利工程师和2名德国工程师,研发人员达到公司总人数的1/4;成立上海激光应用技术中心,完善北京、武汉、温州和佛罗伦萨等5地研发平台网络。

不把鸡蛋放在一个篮子里

前四月进出口情况报告显示,温州市对“一带一路”沿线国家进出口在全市进出口总值中占比达到40.2%,对全市进出口贸易增长的贡献度为37.7%,呈现出持续增长,日益持重的态势。这一趋势,也彰显出温州市外贸企业面对中美贸易战的态度:“全球市场很大,要积极开拓更多更大的市场。”

作为连续多年全省出口量和出口额排名第一的企业,金帝集团对于全球外贸市场的变化十分敏锐。尽管鞋类目前尚未被美国

列入加税名单,但为了应对未来可能存在的风险,金帝集团董事长李建勇表示,早在三年前,他们便开始到处考察国际市场,希望选址设立分厂,“不可以等到加税名单出来,才去想如何应对,那时就晚了。”

同样未雨绸缪的,还有主打外贸出口的瓯海眼镜企业。“一旦眼镜被列入加税名单,对我们来说多少会有影响,但我们已在和客户接洽一些方法。”通达眼镜负责人潘文榜介绍,他们目前对接的客户有很多在世界各地都设有工厂,这可以降低未来美方加税有可能带来的直接风险。

“不能将鸡蛋放在一个篮子里”,成为越来越多的温企应对贸易保护主义的共识。浙江通力重型齿轮股份有限公司董事长项建忠表示,他们正积极提升产品品质与服务,充分扩大东南亚地区的市场占有率,来弥补贸易战带来的连锁影响。主做汽车配件的瑞明集团已成功完成对中美洲、土耳其市场的开拓,从而将贸易战带来的影响降至最低。此消彼长间,今年以来瑞明的外贸情况

表现平稳。

让外贸新业态添加新动力

面对贸易保护主义,企业作为参与者需不断提升自我提升,政府作为引导者也未缺席。

近年来,温州市在外贸领域,积极引进外贸新业态,助力外贸发展新跨越。去年11月28日,温州(鹿城)市场采购贸易方式试点的正式启动,成为全国14个市场采购贸易方式试点之一,为温州市的外贸发展又开辟了新路径。

经过半年多的培育,市场采购贸易方式试点对温州市外贸增长的贡献度持续提升。目前,温州通过试点已累计完成报关3922票,出口涉及金额3.34亿美元,其中,今年4月出口金额呈现翻倍增长态势。温州海关介绍,目前通过市场采购贸易出口的主要商品有箱包、鞋靴、五金件等;在出口国家地区方面,东南亚的越南、泰国和欧洲的意大利占了较大比例,这得益于温州的口岸优势和侨资资源,今年将确保完成20亿美元出口目标。

中国长三角一体化 古镇文旅创新大会举行



■闵玲艳、郭婧

日前,“互通互融‘镇’”——2019年中国长三角一体化古镇文旅创新大会”在浙江西塘古镇举行。来自上海市、江苏省、安徽省、浙江省的15个古镇,齐聚一堂,共话发展。

2019年,长三角一体化发展上升为国家战略,长三角示范区“呼之欲出”,区域发展将迎来发展“夜周庄”等特色小镇产品,展示新机遇。中国的江南古镇大多分布在这片充满机遇的热土上,他们一脉相承,一水以贯;他们承袭文化,创新发展。相近的地缘,相亲的文化,随着区域一

体化的发展,交通基础设施的互通,高质量协同发展体制机制的完善,必将带动区域内古镇文旅市场的繁荣。

目前,浙江省嘉善县西塘古镇已与江苏省苏州市吴江区黎里古镇开出了公交专线,形成了良好的游客互动互换;而江苏省苏州市的周庄,为了吸引长三角一体化区域内游客,积极推出了“夜周庄”等特色小镇产品,展示了水乡特色化、差异化、精致化的旅游项目;上海市青浦区金泽镇未来将建成总投资约100亿元、总用地面积约108公顷的华为研发基地……

医化、汽配、智能马桶 三大千亿产业样样有

椒江海门街道成为区域经济发展的领跑者

本报讯 记者潘仙德报道 5月9日,台州市椒江区海门街道岳头区块的37亩老旧厂房被拆除,标志着该街道属地的8个老旧工业区块的改造提升工程首战告捷,这一工程将为当地企业高质量发展腾出600多亩土地。这也是海门街道为落实省委“三服务”和市委“两抓年”而打响的一场攻坚战。

“作为区域经济发展的领跑者,我们应用加减法两步解题,为高质量发展注入动力。”海门街道党工委书记陈再灵如是说。

据了解,该街道第一步做的是“减法”,就是倒逼产业调整。医化产业是海门街道的龙头产业,但长期存在生产能力低、能耗大、生产方式落后的问题。于是,他们将23家规模以上医化企业重组为7家,并倒逼这7家企业完成产业升级。重组后的东港工贸集团盘下200多亩土地加速产业升级,年产15500吨活性染料项目已进入设备调试。年产18500吨的染料生产升级项目开始动工建设,一期工程的第一部分已完成环保池建设。浙江乐普药业股份有限公司在目前在化工行业面临严峻考验的情况下,实现逆势增长,今年1至3月产值增长65.4%。东港工贸集团今年1至3月产值增长达43.9%。

第二步是做“加法”,就是加技术、加要素、加平台、加服务,让企业释放出创新转型新动力。该街道抓住台州建设大湾区高质量发展的空前良机,做强实体经济,尤其是工业经济。他们通过实施零地技改,全力提质增效,让强者更强。培育壮大工业企业由传统的真空设备、船舶制造、纺织印染逐步转型升级到汽车零部件、智能卫浴、新材料等新兴产业,泰田机械、鑫可精密、博奕科技、怡和卫浴、星远控股等一大批企业高速增长,合理的产业结构,促进了该街道工业经济在高质量发展的道路上行稳致远。

在台州市的七大千亿产业中,海门街道就占有其中之一。医化、汽配、智能马桶三大千亿产业成为引领海门高质量发展的“三大引擎”。今年,海门街道着重推进东部区块的绿色药都特色小镇和智能马桶特色小镇建设,目前已入驻企业78家,完成投资35亿。太和工业区日趋成熟,义乌商会回归园、慧谷科创园的建设,使东部区块产业园区的集聚效应进一步显现。慧谷科创园今年1月交付使用,首批入园企业达25家以上。

2018年海门街道实现工业产值74.77亿,同比增长27.2%。

以书会友农家乐



凉亭边,汉白玉护栏上小鸟叫个不停;凉亭下,潺潺清泉哗啦啦地流。门前小桥上坐满了人,有的手捧领袖人物传记,有的拿着保健书,看得津津有味,俨然一家室外图书馆。这是笔者在湖州安吉县大溪村夏庄农家乐所见的一幕。夏青是个农家汉子,2007年开

办了这家能接待50多人的农家乐。夏青好读书,家里有各类藏书3万多册。他将客户群锁定在读书人,以书会友,不接旅行社介绍的客,客人在家不准唱卡拉OK,这一招还真灵。上海、南京、杭州的客人纷至沓来,且大多数是专家教授。由于他书读得多而杂,经常为

书中的观点、一个故事甚或一句话与客人争得面红耳赤。说来也怪,客人不但争得有趣,而且十有八九都成了回头客。夏青还是一个收藏爱好者,收藏几十册烟标、粮票、邮票等,吸引着四面八方慕名而来的客人,经过几年的努力,他终于成功创业。 易人 摄

招商“一盘棋” 做强产业链

杭州构建“大招商”格局

■林佳佳、傅静之、赵路

近日,杭州发布了《全市“一盘棋”产业链精准招商工作制度(试行)》,以解决以往招商引资过程中“产业生态形成难”“引领核心项目缺乏”“产业项目落地受限”等痛点难点。这也是全省首个以市级层面为统筹,整合发改、财政、规划等部门资源,联动市、区(县、市)及产业平台资源的招商制度。

据悉,杭州将“一盘棋”产业链精准招商细分为“四个统筹”,即规划统筹、政策统筹、项目统筹和要素统筹,从空间规划、产业链布局、评价体系、一链一策、一事一议、项目首报首谈、用地能耗基金等12个方面对全市的招商引资给出了指导性意见。“东一枪、西一炮的点对点招商,容易造成产业空间的碎片化,还会使招商引资工作缺少引领,无法形成自己的产业特色和竞争力,这样的招商理念已经无法适应时代的需要了。”杭州市投资促进局相关负责人表示,系统化的招商,除了空间规划先行,还应在产业布局上有所思考。

今后,杭州的招商引资将强

化“一盘棋”理念,进一步加大市域统筹力度,构建“大招商”格局;从制度上改变以往各区县、街道和产业平台“各自为政”的传统招商模式,优化杭州市范围内的资源配置,保障重大优质产业项目落地,提升产业投资促进竞争力。《杭州“十三五”经济社会发展规划》显示,杭州将重点打造1个万亿级数字经济集群,大力发展信息产业以及6个千亿产业集群。在这些重量级主导产业内,孕育了多条产业链。

据悉,杭州近一年内梳理了全市范围内的产业平台,并已完成《杭州市重点产业(链)投资布局指引》(下称《布局指引》)编制的初稿,引导重点产业平台布局,做深做实重点产业链规划,因地制宜深化招商路径,引导区域集中精力发展优势产业,形成各有特色的产业生态,提高产业集聚能级。同时,制定精准化、个性化的市级重点产业“一链一策”,形成市级招商引资基本政策,根据“有所为有所不为”的原则,今后不符合《布局指引》的项目,将无法得到市级层面的产业政策支持。

这一制度将自今年6月6日起正式实施。

24小时紧盯火情,第一时间报警提醒

嘉兴秀洲区建设智慧平台管控秸秆焚烧

■金晖、胡正一

嘉兴市秀洲区近年来秸秆焚烧污染管控工作不断在技术上提档升级,于2018年6月建成的智慧管控平台(以下简称智慧管控平台)现运转良好。此平台建设为浙江省首创。

秀洲区政府领导高度重视智慧管控平台建设工作,将其列入年度治气工作的重点之一,列入年度目标责任制考核内容,并作为政府民生工程——大气污染防治工程的一项重要内容。

秀洲区利用五镇两街道所覆盖的基站铁塔资源,共安装摄像头151个。执法人员通过手机客户端或者互联网登录相应

的平台系统,就能清楚地看到不同点位附近1~2公里的实时画面,如果有火情,手机客户端或者互联网都会实时接收到自动报警提醒,智慧管控平台将发送包含火情点经纬度位置、现场秸秆燃烧照片的短信。

24小时紧盯火情的智慧管控平台,有效解决了农村治气巡查人力少、监管难的问题。目前,五镇两街道各明确了一名管理员和两名执法人员,一旦发生火情,能确保执法人员第一时间赶赴现场。

智慧管控平台运行之后,各主体各部门各司其职、协同配合,有效保障平台系统运行顺畅。



“古银杏长廊”:何以成为响亮的品牌?

■孙建新、王一文

在湖州市长兴县小浦镇有一条美丽的“十里古银杏长廊”,这里有3万余株几百年甚至上千年的原生野生银杏树,遍布10余公里,构成了罕见的生态奇观,当地也因此被誉为“世界古银杏之乡”。依托这项地方特色农产品,当地居民乔志平于2008年创建了浙江长兴古银杏食品科技有限公司,专注发展当地银杏的深加工产业。其生产的银杏食品不仅是当地人居家常备的零食,同时也受到全国各地消费者的喜爱。

“好的产品一定要有自己的品牌,这样才能让更多的消费者认识你,记住你。”乔志平认为,企业要做大做强,必须走品牌发展

之路。因此,在浙江长兴古银杏食品科技有限公司成立之初,乔志平便成功注册了“古银杏长廊”注册商标。此后便不断致力于品牌的建设与推广。

“十里古银杏长廊”地处山间谷地,环境优美,周边民居古色古香,篱笆菜园,鸡犬相闻,一派天然无污染的景象,很受北京、上海等地城市游客的追捧。因此,当地政府大力发展旅游业,通过一二三产融合发展的方式,将“十里古银杏长廊”打造成了“吃、住、行、游、购、娱”要素齐全的旅游景观。

乔志平看准其中机会,将他的“古银杏长廊”牌银杏深加工产品摆到了景区的各家餐饮店、民宿、副食店的柜台上,让每家店都成为他的销售点、推广员,

使得游客走到哪里都能看到他的产品、尝到他的产品、买到他的产品。

乔志平就这样借着当地旅游发展的优势,将自己的“古银杏长廊”牌银杏深加工产品向来自全国各地的游客进行推广。而他的产品也因品质好、价格优、易保存等优势,成为游客们最喜爱购买的当地特产之一。

要提高品牌知名度,守着景区“守株待兔”是远远不够的。为了将自己的产品推广到其他省份,乃至其他国家去,乔志平经常奔波全国各地参加展销会,推销自己的品牌和产品,并且参与各种比赛与评比,捧回不少奖状和称号。比如“古银杏长廊”牌银杏果荣获了“2017中国特色旅游商品大赛”银奖,

2017浙江省优秀旅游商品称号,2016年中国义乌国际森林产品博览会优秀奖,2018年中国义乌国际森林产品博览会金奖,2018年、2019年连续两年被认定为湖州名牌产品等。2016年,浙江长兴古银杏食品科技有限公司被评为湖州市农业企业技术研发中心,浙江省AAA级信用品牌食品科技企业。

随着市场的开拓,乔志平也不断开发出越来越多的银杏深加工产品以满足市场的需求。除了常规的银杏果粉、即食银杏果仁等银杏食品,银杏保健品外,甚至还发明了银杏面膜,在市场上也很受欢迎。

但是乔志平深深地知道,品牌的核心竞争力还是产品品质。“你的产品种类再丰富多样,

没有品质保证,消费者还是不会买账。所以我一直都十分重视提高产品的品质。比如我们的银杏果粉都是选用了长兴‘十里古银杏长廊’几百年的银杏果,经过蒸汽熏、机械脱壳、超微细粉碎、自动杀菌精制而成。我们的产品不添加任何食品添加剂,是100%纯银杏果粉。”乔志平介绍起自己的产品时信心十足。

依托地方特色农产品,发展绿色产业,走品牌发展之路。乔志平经过多年的不懈努力,顺利地将自己的“古银杏长廊”牌银杏深加工产品推广到了全国,提高了品牌的知名度,打开了产品销路。同时也实际解决了当地老百姓生果销售难的问题,惠及了更多的当地百姓。