



体育用品扬帆“出海” “义乌智造”跑出“加速度”

■本报记者 赵学毅
见习记者 梁傲男

在义乌市金尊文体用品公司繁忙的车间内,工人们正聚精会神地进行铸模、打样、组装、喷涂的步骤。该公司总经理叶德模对《证券日报》记者表示:“从去年年底开始,接到了多批与奥运相关的订单,订单量实现显著增长。奖杯、奖牌是公司的核心产品。”

目前,巴黎奥运会如火如荼地进行中。而“义乌智造”几乎覆盖了“奥运经济”的方方面面。从吉祥物玩偶、乒乓球到助威棒,再到可回收地板材料、专业级文具设备、精密运动器械……“义乌智造”正从幕后走向台前。据巴黎奥组委统计,本届奥运会中高达80%的吉祥物产品来自中国,其中大部分产自浙江义乌。

可以说,巴黎奥运会不仅见证了体育竞技的辉煌瞬间,更见证了“义乌智造”在世界舞台上的持续发展和不断进步。在全球化的浪潮中,“义乌智造”正乘风破浪,扬帆远航。

“义乌智造”触达全球市场

“世界超市”义乌与巴黎相隔上万公里,但当地商家早就进入“奥运时间”,奥运相关商品的制造与销售持续升温。

走进义乌国际商贸城,各式各样的运动用品及衍生品琳琅满目,从球衣、摆件到荧光棒、篮球、足球等,应有尽有,吸引了众多国内外客户的目光。这些商品也推动了义乌体育用品出口额的显著增长。

义乌海关统计数据显示,上半年,义乌出口总额2880.3亿元,同比增长21.4%。其中,义乌体育用品及设备出口50.2亿元,同比增长42.3%。明显的增幅,得益于赛事经济的积极拉动。

以义乌互悦工艺品有限公司为例,该公司获得了巴黎奥运会官方手环的供应授权,并承接了

百万量级的手环生产任务,订单量庞大。公司总经理林道来对《证券日报》记者表示,这些奥运手环提前运抵巴黎,确保在奥运会开幕前能够准时上市。

这样的案例在义乌比比皆是,共同展示了“义乌智造”的强大实力和灵活应变能力。

主营赛事周边产品的商户夏扬对《证券日报》记者表示:“公司业务中,体育赛事相关产品占据绝大多数,从NBA到世界杯,再到欧洲杯、奥运会,每一场体育盛事都是业绩增长的保障。”

海外市场需求旺盛,企业感知最为明显。谈及巴黎奥运会,有生产奥运会授权产品的厂商自豪地表示,自去年末起,公司生产线便马力全开。有了奥运会订单的带动,公司今年第二季度的销售额相比去年同期增长了30%。

周坚经营着一家乒乓球专卖店,他向《证券日报》记者表示,受益于奥运效应,最近很多做电商的客户都来拿货,点名要奥运款的产品。

7月27日,为中国队夺得巴黎奥运会首金的“00后”射击新星黄雨婷惊艳世界,她头上佩戴的可爱发卡也登上了网络热搜。记者注意到,有义乌商家当天便以惊人的“义乌速度”,推出了“黄雨婷冠军同款发卡”,产品推出后供不应求。

“奥运经济本身就是‘注意力经济’,具有较强的传播效应。借助奥运赛事的东风,世界看到了‘义乌智造’的多样魅力。义乌紧抓外贸机遇,以创意与工艺为产品增值,推动义乌商品走向世界,成为提升中国形象的一张亮丽名片。”中国国际经济交流中心经济研究部副部长刘向东对《证券日报》记者表示。

持续探索品牌“出海”之路

事实上,每当世界级大型体育赛事开幕,“义乌智造”总能以新颖的设计和卓越的品质赢得市场青睐。大型赛事对于体育用品



行业的促进作用尤为显著,不仅直接刺激了常规体育用品的销售,更激发了市场对定制化奥运主题产品、纪念品及礼品的巨大需求。

中国信息协会常务理事、国研新经济研究院副院长朱克力对《证券日报》记者表示,“义乌智造”在国际体育赛事中的广泛参与,是我国制造业完备产业链、高效供应链以及技术创新等核心优势获得国际认可的印证,也是中国企业“走出去”步伐加快的体现。

借助国际赛事平台,企业能更好地展示自身实力,进而在全球市场上占据一席之地。不过,也有业内人士表示,“奥运经济”带来的热潮有时效性,商家需平衡短期红利与长远发展,充分利用智能化技术打造全新的发展模式。

近日,《义乌市重点产业链培育工作方案》出台,明确了高端化、数字化、绿色化的发展路径。旨在

通过深入研究重点产业、加速产业数字化转型、强化产业基础、精准招商、保障重大项目实施,提升创新平台能力、加强品牌与质量标准建设以及优化产业链供应链循环等多个维度,着力培育8条重点产业链,构建起具有义乌特色的高能级现代化产业体系。

在转型过程中,义乌积极运用新技术平台助力产业升级。2020年,义乌推出数字化贸易综合服务平台“Chinagoods”,依托义乌市场7.5万家实体商铺资源,以贸易数据整合为核心驱动,对接供需双方在产品设计、展示交易、市场管理、物流仓储、金融信贷等环节的需求。2023年上线了Chinagoods AI 创智平台,通过其中的“数字老板娘”功能,可一键视频翻译36种语言,照片秒变“数字人”直播带货,使“24小时做生意”成为现实。

此外,去年9月份义乌发布“义乌中国小商品城”品牌“出海”

计划,以海外分市场、海外仓、海外展厅、Chinagoods 国家站、海外展五大模式全面发展,探索品牌“出海”的集群化发展之路。

电子政务建模仿真国家工程实验室首席数字经济专家陈晓华对《证券日报》记者表示,义乌应持续推动数字化转型,吸引外资与人才,同时培育本土品牌,完善知识产权保护体系,提升创新能力,争取在全球价值链中占据优势地位。

在刘向东看来,企业要抓住新一轮高水平对外开放的浪潮,用足用好已签订的多双边经贸渠道,利用广交会、进博会、服贸会、数贸会等平台,拓展触达世界各地订单的机会,利用跨境电商、海外仓、市场采购、保税维修等新业态新模式,拓展中间品贸易、绿色贸易等外贸增量空间,统筹高质量共建“一带一路”和境外合作园区,以高水平走出去带动商品和服务“走出去”。

跨境电商为“中国智造”触达四海提供助力

■梁傲男

眼下,巴黎奥运会赛事正酣,“奥运经济”热度居高不下。跨境电商平台正以实时性、高效性和全球化优势,为消费者与企业“搭桥建梁”,成为无数中小商家实现全球布局的关键跳板。

一是为产品“出海”搭建平台。跨境电商平台凭借在全球范围内的广泛覆盖和高效的物流网络,为国内外商品流通搭建了便

捷渠道,不仅满足了消费者对“买全球、卖全球”的需求,也为产品“出海”提供了强有力的支撑。

二是推动供应链体系更为完善。想要入局跨境电商,构建高效、灵活的供应链体系是制胜的关键。随着消费者对个性化商品和即时服务的期望日益提升,跨境电商供应链网络必须实现对消费者数据的实时捕捉与分析,并反馈至产品研发与生产流程中,驱动供应链的快速响应与创新。

因此,行业正不断推动建立“全链协同”的数字化供应链体系,实现从原材料采购、生产制造、物流配送到售后服务的全链条数字化、智能化运营。

三是促使电商主体创新。跨境电商平台通过洞察全球市场趋势,利用大数据与AI赋能电商主体,降低创新门槛,探索直播、社交等新电商模式。同时,依托政策支持构建创新生态,促进电商主体间的合作与交流,共同驱动

行业创新与发展。

截至2024年,跨境电商连续11年被写入《政府工作报告》。经过多年发展,我国已形成165个跨境电商综合试验区,正不断完善拓展跨境电商零售进出口正面清单,不断创新跨境电商通关监管,推动跨境电商跑出“加速度”。

据海关总署数据,今年上半年我国跨境电商进出口1.22万亿元,同比增长10.5%,高于同期我

国外贸整体增速4.4个百分点。

相信随着“中国智造”的“触角”延展至全球,跨境电商在撬动全球大市场中的作用将更加凸显。随着更多产品依托跨境电商实现出口外销,“中国智造”的“东风”将继续吹向全球,为全球经济注入新的活力。



上海第四轮土拍揽金109.5亿元

■本报记者 陈潇

8月7日,上海2024年第四轮土拍正式开拍,本次共出让5宗地块,分别位于浦东新区、虹口区、青浦区、奉贤区、徐汇区,总出让面积11.56万平方米,总起价97.7亿元。

最终,5宗地块全部成功出让,总土地出让金额为109.5亿元,成交楼面均价42838元/平方米,1宗地块封顶摇号,1宗地块溢价成交,3宗地块底价成交。

其中,2宗溢价地块均由绿城中国夺得,成为此次土拍的一大看点。其余3宗底价成交地块中,浦东新区北蔡地块由浦开集团斩获,青浦区重固镇地块由保利发展摘得,奉贤新城地块由奉贤新城公司摘得。

具体来看,8月7日上午,虹口区江湾镇地块竞争较为激烈,绿城中国与保利发展等房企展开激烈竞争,经过24轮报价,最终绿城中国以12亿元竞得上述地块,溢价率6.48%,成交楼面均价为48447元/平方米。

此外,下午出让的徐汇区斜土街道地块也备受市场关注,这一地块起拍价格36.96亿元,起拍楼面价10.08万元/平方米。尽管总价不低,但仍吸引包括保利发展、华润置地等7家房企参与竞争,最终,绿城中国在摇号阶段以48.048亿元价格摘得该地块,成交楼面价13.10万元/平方米,溢价率30%。

据了解,该地块为原小米总部地块,此次该地块成交楼面价打破了2016年融创中国在上海拍出的楼面价10.03万元/平方米的纪录。

“上海土拍指导价10%限价取消后,越优质的地块大家越竞争,这次设置了30%的门槛,如果没有的话,楼面价可能会更高。”同策研究院研究总监宋红卫向《证券日报》记者坦言。

“该地块依然设置最高限价,也进一步说明上海基于‘一城一策’的考虑,对于重点地块会有不同的定价要求,既保障了地块未来的开发空间,也防范未来售价过高所产生的风险问题。”上海易居房地产研究院副院长严跃进对《证券日报》记者表示。

值得一提的是,今年以来,上海、深圳等多地高端住宅项目受到市场青睐,不少地区频现“日光盘”。

“最近两年,政策方面强调对改善性住房需求的支持。当前大城市核心区优质住宅用地供应明显增多,增加了对于高端房地产项目的供应,有助于改善性住房需求的释放。”严跃进表示,对于房企来说,也有望通过布局高端项目获得可观利润。

“绿城中国此次在上海拿下两大地块,与公司积极布局长三角地区、以核心区优质地块为目标有关系,从资金方面来看,绿城中国现金流较为充裕。从‘小米地块’来看,位置核心且稀缺,项目利润可观。”宋红卫如是称。

算力与电力协同布局成新趋势 上市公司积极落子

■本报记者 丁睿

得益于人工智能、物联网等产业的蓬勃发展,算力需求快速提升,数据中心规模呈快速增长趋势,随之而来的能耗问题也逐渐引起关注。近日,国家发展改革委、国家能源局、国家数据局联合发布的《加快构建新型电力系统行动方案(2024—2027年)》提出,提升算力与电力协同运行水平,提高数据中心绿电占比。

深度科技研究院院长张孝荣在接受《证券日报》记者采访时表示:“绿色算力建设关系到数字经济的可持续发展,绿色算力的建设,随着算力需求和数据中心规模的快速增长,能源资源的竞争成为算力竞争的重要组成部分,低碳运营的数据中心已成为必然选择。未来算力与电力的协同布局将成为新的趋势。”

《加快构建新型电力系统行动方案(2024—2027年)》提出,实施一批算力与电力协同项目。统筹数据中心发展需求和新能源资源禀赋,科学整合源网储资源,开展算力、电力基础设施协同规划布局。探索新能源就近供电、聚合交易、就地消纳的“绿电聚合供应”模式。

我国高度重视绿色数字中心建设。根据今年7月份国家发展改革委、工业和信息化部、国家能源局、国家数据局发布的《数据中心绿色低碳发展专项行动计划》,到2025年底,算力电力双向协同机制初步形成,国家枢纽节点新建数据中心绿电占比超过80%。

《数据中心全生命周期绿色算力白皮书》显示,预计到2030年,中国数据中心能耗总量将超过4000亿千瓦时,若不加大可再生能源利用比例,2030年中国数据中心二氧化碳排放或将超2亿吨。

“推进算力与电力协同布局十分重要和紧迫,推动数据中心绿色转型升级势在必行。”中国企业资本联盟副理事长柏文喜在接受《证券日报》记者采访时表示。

在算力与电力协同水平提高的大趋势下,存量数据中心的低碳化改造有望继续推进,液冷等节能技术的渗透率将进一步提升,人工智能等技术在数据中心运维中的应用将加强,多家上市公司在这些环节早有落子。

银轮股份在数据中心冷却系统方面深耕多年。公司8月6日发布公告称,控股子公司开山银轮近日与某数据中心整体解决方案服务商签订了《产品销售合同》,开山银轮将为客户提供BTB算力中心的液冷散热系统108套。东方证券研报表示,随着液冷技术在数据中心领域的应用不断推进,预计银轮股份后续有望在数据中心热管理领域开拓更多新客户、新项目,打开新增成长曲线。

中兴通讯作为绿色智慧数据中心引领者,从绿色节能、快速易构、智慧管理、安全可靠四个方面建设高可用数据中心,并推出电力模块、液冷系统等节能产品。公司在投资者互动平台上表示:“公司以弹性供电、弹性制冷为技术支撑,聚焦打造创新节能产品。在弹性供电方面,推出30千瓦高压直流输电、前置化电力模块系统,有效提升能效;在弹性制冷方面,全域冷板式液冷、大功率间接蒸发空调等产品,提供风液融合制冷。”

科信技术可提供数据中心网络能源建设方案。公司数据中心产品主要包括智能微模块数据中心、封闭冷通道、IDC机柜等产品,能够为数据中心机房提供供电、数据传输、物理支撑及散热等功能。

张孝荣表示:“在算力与电力协同布局的新趋势下,绿电供应、储能、智慧能源管理等赛道的企业都将迎来新的发展机遇。”

多家银行停发部分信用卡产品 信用卡业务步入精细化运营时代

■本报记者 彭妍

银行密集停发多款信用卡产品,引发消费者关注。7月份以来,包括国有大行和股份制银行在内的多家银行宣布,在未来几个月内将下线多款信用卡产品。

中央财经大学证券期货研究所研究员杨海平对《证券日报》记者表示,银行密集停发多款信用卡产品,主要是由于《关于进一步促进信用卡业务规范健康发展的通知》(以下简称“信用卡新规”)的施行以及信用卡风险的暴露,使得商业银行信用卡进入精细化运营阶段。商业银行通过综合评估运营成本、收益以及风险状况、未来发展前景等,主动停发部分信用卡以进一步优化产品结构,提升信用卡整体运营绩效。

停发多款信用卡产品

记者了解到,7月份以来,农

业银行、交通银行、平安银行、中信银行等多家银行宣布停发部分信用卡产品,停发的信用卡主要集中在联名信用卡、主题信用卡、普通信用卡等。从停发原因来看,包括但不限于客户需求变化、与第三方合作期满、市场策略调整以及监管政策变化等。

7月26日,平安银行信用卡中心发布公告称,因信用卡整体产品升级优化及结构调整,该行将于2024年9月10日起停止新增发行6款信用卡产品,包括平安银行好车主白金卡耀享版、平安银行好车主白金卡耀享版LED、悦享白金卡书香徐州版、平安银行好车主白金卡PLUS2.0版等。

7月19日,农业银行信用卡中心发布公告称,因业务调整,2024年9月1日起,将停发国家宝藏信用卡。7月10日,农业银行信用卡中心也发布公告称,8月

23日起,将停发27款信用卡产品,包括兔年生肖卡、漂亮悦己VISA信用卡、银联公务卡(白金卡)、海航联名卡(VISA白金卡)等。

7月12日,交通银行太平洋信用卡中心宣布,因信用卡产品策略调整,王者荣耀职业联赛主题信用卡将于8月31日起停止发行。

苏商银行研究院高级研究员杜娟对《证券日报》记者表示,停发原因主要有三方面:一是从成本收益的角度出发,信用卡收益主要来源于利息和手续费,而成本则包括获客成本、运营成本、权益成本、风险成本、资金占用成本等。目前信用卡市场进入存量竞争阶段,还需面对花呗、白条等“类信用卡”产品的竞争,获客成本、运营成本、权益成本等上升,导致信用卡收益下行。二是信用卡监管日益严格,停发部分信用

卡也体现出银行信用卡业务日趋合规化、精细化。

信用卡业务需提质增效

对商业银行来说,信用卡业务机遇与挑战并存。长期来看,信用卡业务仍然具有较好的发展前景,但同时面临诸多挑战。

今年7月份,信用卡新规正式结束了两年过渡期,进入全面实施阶段。新规对于银行在信用卡经营等方面提出了新的要求:不得以发卡数量、客户数量等作为单一或主要考核标准。在信用卡新规下,各银行机构应如何探索新打法?

杨海平表示,“存量时代”竞争加剧,传统业务边际收益下降;信用卡风险管理的难度也有所上升。从机遇来看,其一,目前中央和各级地方政府采取积极措施刺激消费,不断创造出新的消费热

点,为信用卡业务获客活客提供了机遇。其二,生活场景数字化步伐加快,为信用卡业务提供了围绕数字化优化服务、提升竞争力的机遇。

素喜智研高级研究员苏筱芮对《证券日报》记者表示,在信用卡新规下,信用卡机构需要不断发力产品创新及运营手段,强化服务能力,打造一体化经营体系。

杜娟认为,信用卡是银行发展零售业务的重要抓手,有银行通过调整组织架构提升信用卡展业效率、创新产品功能、调整获客方案以及运用数字技术提高信用卡使用体验、加强场景生态合作等多样化方式提高竞争力,实现了业务较快增长。

随着电子支付的便利度提升,银行信用卡要摒弃单纯追求发卡量的粗放式增长,用更好的服务维护客户、吸引客户。