

丝绸正迎来花样“蝶变”

广交会上受青睐

新华社广州11月4日电 近年来,随着科技创新的推进、研发设计的提高、新业态的布局,中国丝绸的新工艺、新产品、新模式不断涌现,丝绸正迎来花样“蝶变”。

宋锦手包、香云纱披肩、真丝睡衣……第126届广交会上,来自21家中国丝绸品牌企业的700余件丝绸制品,吸引了众多外国客商驻足。

2018年中国真丝绸商品出口近30亿美元,远销欧盟、美国等地。但新形势下也面临新挑战,“巴西、印度等地竞争对手崛起,国内成

本上升,贸易摩擦影响等加剧挑战。”国际丝绸联盟秘书长费建明说,创新发展已经成为业内共识。

在工艺上,不少中国茧丝绸企业开始改进,以满足产业转型升级的需要。浙江巴贝集团的厂房里,人工饲料工厂化养蚕这一技术性变革正在上演。

“工厂智能养蚕能节约八九成土地,200个工人抵得上上万个农户的生产量。”巴贝董事长金耀说。未来将着重研究提高真丝性能,比如将蜘蛛基因嫁接到蚕虫上以增强柔韧性、挖

掘医药应用功能等等。

关于面料研发,新技术、新材料与丝绸产生了奇妙的“化学反应”。浙江凯喜雅集团总裁吴金根介绍,他们与科研院所合作,将产品开发当作研发课题来做。目前成功用数学算法建模让发亮的缎面变哑光,用电脑生产出大规模模拟自然纹理。对于玻尿酸、石墨烯等不同材料与蚕丝的融合研究也在深入。

应用推广上,各界深挖丝绸文化底蕴,进行多领域开发。蚕桑学会科普示范基地、丝绸小镇等新业态

频出,茶、瓷、丝绸等特产套餐以及汉服、文具等文创IP也不断推出。

品牌设计方面,结合创新技术、融入文化底蕴的中国品牌开始崭露头角。苏州上久楷丝绸科技文化有限公司董事长吴建华介绍,公司挖掘出“上久楷”这个百年真丝品牌并注册,建立宋锦文化园,还原古代织机织造技艺。此前,“上久楷”宋锦欧洲设计中心在米兰挂牌成立。

参加完广交会,吴建华将赶往上海进博会。以“丝”为媒,中国灿烂的传统文正走向世界。

服务贸易逆差持续收窄

同比减少超1200亿元

新华社北京11月4日电 记者4日从商务部获悉,今年前三季度,我国服务进出口总额超4万亿元人民币,其中,服务贸易逆差持续收窄,同比减少超1200亿元。

商务部数据显示,2019年前三季度,我国服务进出口总额达40228.0亿元,同比增长3.0%。其中,出口14208.4亿元,增长9.4%;

进口26019.6亿元,下降0.2%。值得注意的是,我国服务出口增速高于进口增速9.6个百分点,推动服务贸易逆差下降至11811.1亿元,同比减少1288.8亿元,下降9.8%。

服务贸易逆差自去年以来持续收窄,一方面得益于服务贸易出口的快速增长,同时,也与进口下降有关。

前三季度,我国服务出口占服务进

出口比重为35.3%,同比上升2.1个百分点。其中,软件和信息技术、金融等服务业快速发展以及整体营商环境的持续改善,促使知识产权使用费、电信计算机和信息服务、金融服务等生产性服务出口快速增长。

在服务贸易的出口中,知识密集型服务贸易增长强劲,前三季度,进出口达13702.2亿元,同比增长

11.0%,高于服务进出口整体增速8个百分点,个人文化娱乐服务、电信计算机和金融服务等表现亮眼。

商务部研究院国际服务贸易研究所所长李俊认为,一定程度上与国内扩大进口、跨境电商迅速发展,以及人们出境旅游消费更加理性有关。“这也是我国经济结构优化调整的结果。”

■ 资讯 ■

汽油、柴油价格小幅上调

新华社北京11月4日电 国家发展改革委4日发布消息,根据近期国际市场油价变化情况,按照现行成品油价格形成机制,自2019年11月4日24时起,国内汽油、柴油价格每吨均提高105元。

本次调价折合汽油和柴油价格每升上调不到1角。国家发改委有关负责人说,中石油、中石化、中海油三大公司要组织好成品油生产和调运,确保市场稳定供应,严格执行国家价格政策。各地相关部门要加大市场监督管理力度,严厉查处不执行国家价格政策的行为,维护正常市场秩序。消费者可通过12315平台举报价格违法行为。

这位负责人表示,正密切跟踪成品油价格形成机制运行情况,结合国内外石油市场形势变化,进一步予以研究完善。

本轮成品油调价周期内,国际市场原油价格有所上涨。国家发改委价格监测中心预计,短期国际油价低位运行的态势不会改变。一方面全球经济增长放缓,市场对原油需求前景担忧加大;另一方面,美国原油产量继续增长。这些因素部分抵消了石油输出国组织减产和地缘政治风险对国际油价的支撑。

第126届广交会

出口成交平稳

“一带一路”

沿线市场向好

新华社广州11月4日电 第126届广交会4日闭幕,在世界经济增速放缓、外贸环境更趋复杂严峻的背景下,本届广交会出口成交总体平稳,采购商到会符合预期,“一带一路”沿线市场发展稳定向好。

本届广交会累计出口成交2070.9亿元人民币(折合292.88亿美元),同比下降1.9%。对“一带一路”沿线国家和地区出口成交110.56亿美元,增长14.81%,占总成交额的37.75%。

机电商品仍排在成交首位,机电商品成交159.41亿美元,占总成交额的54.43%;轻工产品成交72.2亿美元,占总成交额的24.65%;纺织服装成交16.83亿美元,占总成交额的5.75%。

部分市场和行业发展稳定向好。从区域看,对金砖国家出口成交36.5亿美元,增长4.17%;对东盟出口成交34.35亿美元,增长39.22%;对非洲出口成交28.13亿美元,增长10.72%。从行业看,新能源、卫浴设备、电子电器及照明产品增长较快。

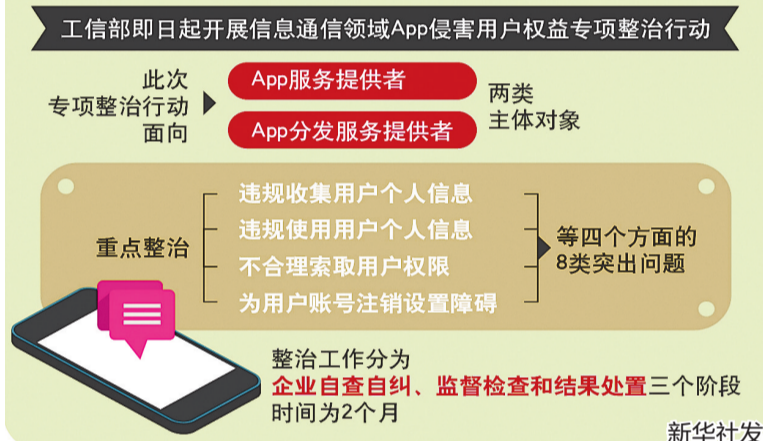
采购商到会符合预期,质量稳步提升。本届广交会采购商到会186015人,来自214个国家和地区,同比第124届下降2%。“一带一路”沿线采购商到会稳中向好,到会85445人,同比增长1.03%。新采购商与会踊跃,共有74722人,超过总人数的40%。

工信部:

重拳整治App侵犯用户权益现象

新华社北京11月4日电 记者4日从工信部获悉,工信部即日起开展信息通信领域App侵害用户权益专项整治行动。对违规收集用户个人信息、违规使用用户个人信息等8类突出问题重拳整治。

工信部提出,此次专项整治行动面向App服务提供者和App分发服务提供者两类主体对象,重点整治违规收集用户个人信息、违规使用用户个人信息、不合理索取用户权限、为用户账号注销设置障碍等四个方面的8类突出问题。整治工作分为企业自查自纠、监督检查和结果处置三个阶段,时间为2个月。



澳门购物节下月精彩登场

总值850万元澳门币礼品带给境内外游客多重惊喜



第九届澳门购物节开幕式现场,本届活动将一直延续至12月31日。

本报澳门电 特派记者宋雪梅报道:11月4日,记者从“第九届澳门购物节”新闻发布会上获悉,以“GO轻松·购好玩”为主题的第九届澳门购物节即将于下月精彩登场,活动将一直延续至12月31日。本届购物节精心打造了多重惊喜,除设置了总值超过澳门币850万元的礼品抽奖,还特设了匠心独具的纪念展,搜罗到多种以“回归”为元素的设计精品。

将在大湾区三城举行预热活动

据悉,第九届澳门购物节是由澳门旅游零售服务业总商会、澳门国际品牌企业商会、澳门零售管理协会等24个单位共同举办,全澳门各大购物商场、零售商店共同参与,共同打造的澳门第一大购物盛事。12月20日至29日期间,还将在渔人码头励骏广场内举行为期10天的本土特色市集“精美澳门”系列活动,展现澳门多元零售特色。

本届购物节筹委会主席周锦辉表示,零售业是澳门经济的重要经济支柱之一,期望通过购物节拉动澳门内需,推动本地中小企业和零售产业的协同发展,同时通过购物节活动充分展示澳门旅游零售业的优秀服务品质,提升城市形象。

11月期间,购物节还将推出系列预热活动,着重在粤港澳大湾区进行宣传,将在珠海横琴、中山及

江门举办三路路演活动,全面强化澳门与大湾区内地城市间的纽带。

“我们希望将澳门购物节打造成为澳门旅游品牌标志性活动,致力于澳门特别行政区打造休闲旅游产业品牌。通过购物节活动的举办,扩大澳门旅游购物的影响力。”澳门旅游局局长文绮华表示,希望通过购物节吸引内地游客前来澳门旅游,尤其注重吸引珠三角的游客。

奖品总值850万元澳门币

据了解,本届购物节亮点多多:11月1日至12月31日期间加入MOMeplay互动游戏,无需消费即可参加大抽奖,所赢取的金币可兑换购物优惠券或直参与抽大奖;12月整个澳门购物节期间,消费每满澳门币500元凭消费单据即可到指定抽奖点登记参加一次“全城购物大抽奖”,抽奖点共设20个,覆盖整个澳门;消费累计满澳门币10000元更可参与“高端消费抽奖”,抽出三位幸运儿,每人均可获得总价值高达10万元澳门币的礼品。礼品抽奖总值澳门币850万元。

为方便内地游客参与,本届澳门购物节还与工银e支付及信用卡、支付宝和微信支付合作,不仅购物支付更便捷,还可享受多重超级优惠;使用工银e支付即享“全城笔笔减”,随机立减最高达澳门币188元;使用工银信用卡“爱购全球”消

费,入境旅客消费享返现高达21%;使用支付宝“福利锦囊”,红包越扫越大,最高可获人民币2888元;使用微信支付“境外礼包”,扫码领取5倍优惠!周六更享888元惊喜红包。主办方力求通过电子支付消费“笔笔减”活动,推动商家提供优惠回馈游客和市民,充分享受购物欢乐,从而带动澳门旅游。

时尚博主黎贝卡担任购物节形象大使

本届澳门购物节再度邀请到知名时尚博主、网络红人黎贝卡担任形象大使。作为中国最有影响力的时尚博主之一,这是其第三次代言澳门购物节。黎贝卡微博及微信《黎贝卡的异想世界》拥有近千万粉丝,她将通过微信公众号、微博、小红书等多个社交平台推广、宣传澳门购物节。

对于本届购物节,黎贝卡表示,除了延续黎贝卡“买买买”的超级“导购”号召力,还将为网友推介澳门的旅游特色,如网红打卡拍照地、澳门的美食等等,在购物之余,带大家认识地道的澳门。

此外,本届购物节,黎贝卡还与Rainbow合作,一起推出了快闪店Rainbow X 黎贝卡的移动衣橱,在澳门壹号广场,凡是在“黎贝卡的移动衣橱”购买满澳门币10000元,即可获赠黎贝卡自有品牌miss fantasy精选时尚单品一份。

《中央定价目录》再修订

定价项目缩减近三成

国家发展改革委11月4日就《中央定价目录》(修订征求意见稿)公开征求意见

根据修订征求意见稿,具体定价项目减少到16项,缩减近30%。

此次修订对2015年发布的《中央定价目录》进行了全面梳理和修订。

修订的主要内容包括

删除近年来已经明确放开价格或取消收费的定价项目,巩固价格改革成果

根据机构改革,部门名称和职能调整情况,明确定价部门,落实定价职责

规范项目表述,推进定价项目清单化、规范化

修订后的《中央定价目录》(修订征求意见稿)保留了

输配电	油气管道运输	基础交通运输	重大水利工程供水
重要邮政服务	重要专业服务	特殊药品及血液	等7种(类)

新华社发(李栋制图)

谈股论市

A股高开高走

各指数全线收红

新华社上海11月4日电 11月4日,A股高开高走,各指数全线收红。当日,上证综指以2964.58点开盘,全天高开高走,最终收报2975.49点,较前一交易日涨17.29点,涨幅为0.58%。深证成指收报9868.13点,涨65.80点,涨幅为0.67%。创业板指数涨0.77%至1699.92点;中小板指数涨0.82%至6268.69点。

沪深两市个股涨跌数量基本相

当,上涨品种逾1700只,下跌品种逾1700只。不计算ST个股,两市约30只个股涨停。

科创板方面,多数个股上涨。南微医学涨幅最大,上涨11.90%,其余个股涨幅在6%以内;下跌个股跌幅在7%以内。

板块概念方面,手势识别、医用耗材、民用航空涨幅居前,涨幅逾4%;MLCC、黑色金属、橡胶塑料跌幅居前,跌幅在1%以内。

大打“优惠”牌 注重“体验感”

珠海实体店提前打响“双十一”促销战

本报珠海记者宋雪梅报道:“剁手价”“买买买”“大优惠”……一年一度电商群雄争锋的“双十一”即将到来,记者经过多日走访发现,过去仅限于网上平台的“双十一”而今已变成线上线下共享的狂欢购物节。在距离“双十一”尚有几天的时间,珠海一些实体店就抢先机开展了大促销,风头丝毫不输线上网店。

线下实体店赢回顾客青睐

“双十一”已经不仅是买买买,更是一场涵盖吃喝玩乐购的全民狂欢,今年“双十一”线上线下渠道正在走向平衡。一方面,线上网店各种精明套路让消费者懒得再做算术题,另一方面,线下实体店通过渠道融合,主动让利、精准营销赢得客流持续增长。

记者连日走访发现,为在“双十一”购物狂欢节多分一杯羹,珠海各家实体店早早推出各类促销活动,加入这场没有硝烟的“战争”,来“阻击”电商冲击。

“11月8日前,顾客到泰锋门店凑单20元可再获价值1000元抵用券一份和美的电饭煲一台。”珠海泰锋电器推出的“锋”让利活动,向顾客抛出诱人的促销“橄榄枝”。其公共事务部经理王敬告诉记者,促销活动早在半月前就先后通过微信群发布,相关紧俏优惠货品还可提前预订,活动在11月1-3日期间优惠力度最大。

实体店牵手电商推出新玩法

“囤货不等‘双十一’,进口猪排19.98元一斤!”今年“双十一”,家乐福直击“猪肉价格”这个消费痛点,向顾客抛出诱人的促销“橄榄枝”。其公共事务部经理王敬告诉记者,促销活动早在半月前就先后通过微信群发布,相关紧俏优惠货品还可提前预订,活动在11月1-3日期间优惠力度最大。

据王敬介绍,上月刚被苏宁收购的家乐福,今年首次以新成员的身份加入苏宁“双十一”战队,亮剑

“1小时场景生活圈”,从门店支付交互、会员专享到场景联动等各个方面制定了相应的活动和玩法,为消费者带来不一样的惊喜。

事实上,家乐福早在去年就已经尝试通过渠道融合,在京东、美团、饿了么等各个电商平台布点,加之其自身App和微信顾客群的加持,锁定了一批稳定的顾客群,今年“双十一”将可尝到与电商融合的甜头。

信誉度撑起实体店“底气”

由于阿里巴巴入股,珠海居然之家在今年“双十一”将实行家居行业新零售转型,其上冲门店10月21日即与天猫同步开启活动,线下门店,爆款在天猫页面均有体现,通过天猫把客流引流到线下,加之推出满3000元减600元活动优惠,叠加天猫优惠券减免,其渠道融合效应凸显。

“我们在全市总共有三家门店,活动开展至今,天猫对上冲门店的引流作用很明显,虽然时下尚处在‘十一’优惠酬宾后的淡季,距离‘双十一’的爆点还有一段时日,但上冲门店客流量已增加了30%。”居然之家营销部经理杨杰荣告诉记者,加之商家也很给力,100多项爆款折扣低于五折,顾客可采取首付+尾款的灵活付款方式,促销效果不错。

杨杰荣告诉记者,由于沙发等大宗家居网商品跟实物差别很大,退货不易,而家居实体店的商品则货真价实,近年来,不少顾客通过对比,最终还是会选择到实体店选购家具。“实体店的体验优势是电商无法企及的,这也是我们实体店的底气所在。”

泰锋电器营销总监叶敏也表示,作为电商实体店,感觉到近年不少对网购有戒心的人开始回流,“如果价格差异不是很大,顾客仍然会倾向于实体店消费,并且常年经营,就在自己身边,售后服务也放心。”



珠海商家备战“双十一”。

本报记者 吴长赋 摄