

全国月度用电量首破万亿大关

全球范围内也属首次

本报讯 国家能源局8月21日发布的信息显示,1至7月,全社会用电量累计58633亿千瓦时,同比增长4.5%。其中7月单月,全社会用电量10226亿千瓦时,同比增长8.6%。

记者注意到,这是我国月度全社会用电量规模历史首次突破万亿千瓦时大关,在全球范围内也属首次。作为经济运行的“晴雨表”,用电量数字攀升是多轮高温与工业生产稳中向好共同作用的结果。

据国家能源局数据,从分产业用电量看,7月份第一产业用电量170亿千瓦时,同比增长20.2%;第二产业用电量5936亿千瓦时,同比增长4.7%;第三产业用电量

2081亿千瓦时,同比增长10.7%;城乡居民生活用电量2039亿千瓦时,同比增长18.0%。

长期以来,工业是用电的“压舱石”。中国电力企业联合会统计与数智部副主任蒋德斌表示,7月当月,第二产业用电量增速比上月提高了1.5个百分点,高技术及装备制造业用电量增速领先。1—7月,第二产业用电量37403亿千瓦时,同比增长2.8%。

从细分领域来看,中电联数据显示,7月份,四大高载能行业用电量同比增长0.5%,连续两月负增长后转正。消费品制造业中,食品制造业、烟草制品业、农副食品加工业用电量同比分别增长7.3%、

5.3%和5.1%。

蒋德斌介绍,1—7月,高技术及装备制造业合计用电量同比增长4.6%,增速高于同期制造业平均增长水平2.3个百分点。1—7月,汽车制造业(9.7%)、通用设备制造业(7.3%)、专用设备制造业(6.2%)、仪器仪表制造业(5.9%)、计算机/通信和其他电子设备制造业(5.0%)用电量相对领先。新能源整车制造业继续保持高速增长,1—7月用电量同比增长25.7%。

第三产业用电量延续快速增长势头。1—7月,第三产业用电量11251亿千瓦时,同比增长7.8%。7月当月用电量同比增长10.7%,增速比上月提高1.7个百分点。

其中,在移动互联网、大数据、云计算等快速发展带动下,1—7月互联网和相关服务业用电量同比增长28.2%。同期,批发和零售业用电量同比增长12.0%,由于电动汽车高速发展,充换电服务业用电量同比增长42.6%。

根据国家气候中心数据,7月全国多地出现多轮高温,全国平均气温创1961年以来历史同期新高。“受此拉动,当月城乡居民生活用电量同比增长18.0%。在持续高温高湿天气拉动下,全国多地负荷创新高。7月,河南、陕西、山东、四川、安徽、湖北居民生活用电量同比增长超过30%。”蒋德斌称。

多个省市将开展绿色外债业务试点 福建省在列

据新华社电 记者21日从国家外汇管理局获悉,国家外汇管理局近日决定在16省市开展绿色外债业务试点,鼓励非金融企业将跨境融资金用于绿色或低碳转型项目。这16个省市分别是上海、北京、天津、河北、江苏、浙江、安徽、福建、山东、湖北、广东、四川、宁波、厦门、青岛、深圳等。

据了解,试点政策主要针对境内非金融企业从非居民融入本、外币资金且专项用于支持符合中国人民银行等部门相关规定条件的绿色或低碳转型项目。

试点政策允许这类项目更少占用企业全口径跨境融资风险加权余额,从而扩大投资绿色发展或低碳转型项目企业的跨境融资规模上限,同时相关外债登记由银行直接办理,提升绿色外债业务办理便利化水平,有利于吸引全球金融资源向我国绿色低碳发展等领域有序聚集。

市场监管总局——

拟对公用事业领域反垄断出台新规

据新华社电 市场监管总局20日对外发布《关于公用事业领域的反垄断指南(征求意见稿)》,面向社会公开征求意见。

公用事业,是为社会公众生产生活提供必需的普遍性商品或者服务的一系列行业的统称,包括供水、供电、供气、供热、污水处理、垃圾处理、广播电视、公共交通等行业,多数具有自然垄断环节。从市场监管部门查处案件情况

来看,公用事业领域滥用市场支配地位行为多发,特别是在供水、供气、供电、供热等行业。

指南征求意见稿指导公用事业经营者准确理解行为边界,针对不公平高价、拒绝交易、限定交易、搭售、附加其他不合理交易条件和差别待遇等滥用市场支配地位行为的考虑因素逐项作出细化。

例如针对实践中较为多发的限定交

易行为,指南征求意见稿提出,可以考虑是否要求交易相对人只能采购公用事业经营者或其指定的经营者提供的工程施工服务或者设备材料等,是否通过直接拒绝、故意拖延提供服务等方式,或通过设置报装流程、服务过程、格式合同、管理系统和名录库等方式,对交易相对人实施限定交易。

据介绍,由于公用事业的公共性、地

域性、政策性等特点,其垄断行为的类型、表现和损害均呈现一定特殊性。此次市场监管总局发布指南征求意见稿,旨在进一步明确公用事业领域反垄断执法的基本原则,细化垄断行为分析思路和认定标准,为公用事业领域反垄断执法和经营者合规提供更明确、清晰的指引,健全监管长效机制,促进公用事业领域持续规范健康发展。

◆◆

国家发改委:近期将开展冻猪肉储备收储

本报讯 据国家发改委网站消息,近期,由于夏季天气炎热,消费季节性偏弱,加之前期二次育肥生猪出栏,猪肉市场供应有所增加,生猪价格小幅回落。据国家发展改革委监测,近日全国平均猪粮比价跌至6:1以下,按照《完善政府猪肉储备调节机制 做好猪肉市场保供稳价工作预案》规定,进入三级预警区间。为促进生猪市场平稳运行,近期国家发展改革委将会同有关部门开展中央冻猪肉储备收储。(发网)

◆◆

前7个月——我国农产品网络零售额比增7.4%

据新华社电 商务部新闻发言人何咏前21日介绍,今年1至7月,我国农产品网络零售额同比增长7.4%。

何咏前在商务部当天举行的例行新闻发布会上说,近年来,在各地各部门共同努力下,农村电商高质量发展取得积极成效。

具体来看,农村消费市场不断繁荣,1至7月,农村网络零售额同比增长6.4%。农村物流体系日趋完善,2022年以来,县域商业建设行动支持各地建设改造县级物流中心1285个、乡镇快递物流站点1457个,全国行政村快递服务覆盖率已达95%。农村电商创业持续活跃,相关研究机构数据显示,截至7月底,全国农村网商数已超过1950万家,同比增长6.4%。

◆◆

国家氢能汽车产业计量测试中心获批筹建

本报讯 记者21日了解到,为提升氢能汽车产业核心竞争力,更好地发挥计量对氢能汽车产业的技术支撑和保障作用,近日,市场监管总局批准依托位于重庆的中国汽车工程研究院股份有限公司筹建国家氢能汽车产业计量测试中心。

氢能是一种来源丰富、绿色低碳、应用广泛的二次能源,我国正在大力发展氢能汽车产业,在多地布局氢能汽车产业园。计量与氢能汽车密切相关,是保障氢能汽车产业链中制氢、储氢、加氢、燃料电池系统、整车性能等多个环节的基础技术。当前我国氢能汽车产业还存在产业关键计量技术缺失、现场在线计量校准问题突出、产业专用国产化检测设备研发不足等问题。(央视)

◆◆

企业信用指数总体保持高位运行

本报讯 国家市场监督管理总局21日公布,7月,中国企业信用指数为160.10。面对外部环境复杂多变和国内极端天气等不利影响,指数略有回落,但总体保持高位运行态势。

7月,中国企业信用指数较6月下降2.35点,受新列异企业数量增多等因素影响,监管性分指标降幅明显,但全国企业信用水平总体仍处于高位震荡中,企业信用向好基本面没有改变。

区域企业信用水平高位回调。7月,信用指数排名前五的省份分别为北京、安徽、天津、重庆、陕西。本月北京信用指数环比上升,重返全国首位。全国大部分区域信用指数环比下降,其中,天津、福建等地降幅较小,排名显著提升。(中新)

LABUBU带火娃衣生意

海外订单大增 服企加速布局



“穿新衣”的LABUBU玩偶。(CFP 供图)



美国阿纳海姆,LabuTique商店内一面墙上挂满了LABUBU玩偶的服装。(CFP 供图)

“娃娃的新衣”火了

搭配衣服、接头发、镶牙钻、做美甲、穿小皮鞋……近期火爆的LABUBU带动了周边产业的发展,娃衣赛道也随之迎来新风口。

据了解,娃衣就是给娃娃穿的衣服,这些娃娃的配件如眼睛、发型、服饰等都可随心所欲地更换,为玩家带来了许多乐趣。

连日来,与娃衣相关的话题引发许多网友热议,“给玩偶做衣服日销10万。”“一件小到手指头都套不进去的娃衣,居然能卖出上千元。”“女子兼职给LABUBU钩衣服月入超2万元。”“订单接不过来,缝纫机踩到凌晨3点。”

社交平台数据显示,目前娃衣相关词条的笔记数量已超过13万篇,而以娃衣为关键词的话题浏览量更是超过12.6亿次。在电商平台上,LABUBU相关娃衣产品的销量达数千甚至数万,作为一个细分商品品类,娃衣正逐渐从爱好者圈层走向大众市场。

售价从十几元到近百元不等

“我‘娃’穿着好看的衣服,特别漂亮!”消费者晓翠两年前开始成为LABUBU的粉丝,她告诉记者,今年以来已不满足于收集不同版本的玩偶,开始为玩偶打造专属衣橱。而时尚博主阿鱼表示,自己更喜欢尝试为玩偶缝制衣服,面料成本大概20元。

据了解,目前钩织一件娃衣,根据复杂程度不同,耗时从20分钟到3个小时不等。在价格方面,娃衣根据款式不同,售价可从十几元到近百元不等。

业内人士表示,这个行业确实能带来可观的收益,因为面料成本相对较低,而手工成本是主要开支。手艺精湛的制作者能吸引并留住一批忠实顾客,长期从事这个行业的人员,订单相对稳定,每月盈利可达两三万元。

记者在社交平台上留意到,定制黄金头饰、珍珠头箍、天然宝石项链等娃衣设计火爆。其中,定价30元左右的娃衣受众比较广,一些品质较高、价格比较贵(约在

80元)的款式也有固定的消费客群。

广州一家小型服装工作坊的负责人透露,以往娃衣的订单以团体为主,今年以来多了不少“散客”,且一下单就超过10件。“直接买成衣的价格在20元至30元不等。定制设计款的价格更贵,可达四位数。”该负责人告诉记者,3月至5月工作坊订单回购率较高,预计年内销量比较理想。

娃衣商机吸引企业布局

娃衣市场的火热吸引了不少服装企业积极布局。

浙江桐乡濮院古镇一家毛线手工店铺的负责人告诉记者,当前购买娃衣的消费者主要是亲子家庭和年轻人群。暑假期间,店铺娃衣的销量比去年同期增长了近50%。

在世界超市义乌,近期“娃衣”生产企业迎来大量海外订单,南美、北美、日韩等地的订单量甚至成倍增长,企业也加紧了生产。

一位义乌工厂老板透露,从他那儿拿货10元一套,800套为一件,日产量可达2万至3万套,即便如此,流水线仍供不应求。“现在一半以上是海外订单,每天出货3万件以上。”义乌商贸城配件谷会杰透露,LABUBU相关产品已远销东南亚、欧美市场。

在义乌国际商贸城的“娃衣”店铺,各色“娃衣”琳琅满目,精致的蕾丝裙、虎头虎脑的毛线外套、配饰齐全的潮流套装……经营户表示,近期“娃衣”的出口订单十分火爆,不少国外客户加大了采购力度。

当前,全球潮玩市场处于高速发展阶段,数据显示,全球潮玩市场规模从2020年的203亿美元增长至2024年的418亿美元,预计2025年将达到520亿美元。随着全球潮玩产业蓬勃发展,娃衣出口还将迎来更多发展机遇。

“情绪经济”成消费新风口

事实上,从早些年的芭比娃娃,到如

今火爆的毛绒LABUBU,为玩偶购置“专属衣服”并不是新鲜事。时尚商业分析师小唐表示,LABUBU的火爆让更多消费者关注“娃衣”领域,除泡泡玛特外,还有许多玩偶IP如迪士尼、芭比、棉花娃娃等,“换装”市场比大家想象的要大得多。可以预见,“娃衣”消费需求在增长,消费者购买意愿持续攀升。

在社交媒体与产业链的双重推动下,娃衣所承载的“情绪价值”正吸引许多人为之买单。某电商平台的“6·18战报”显示,潮玩、宠物、运动三大情绪经济赛道爆发,453个品牌成交破亿元,2400家潮玩店销量增速超100%。

娃衣的火热也敞开了时尚玩偶圈的新赛道。麦肯锡调研显示,65%的中国消费者将精神满足列为刚需。在消费力方面,97%受访者的情绪消费首选线下实体店,近半受访者情绪消费支出金额区间为1001元至5000元。有分析人士称,从潮玩盲盒到电子宠物,从疗愈经济到户外运动,为情绪买单已成为新一代消费者的核心消费逻辑。(中商)

商务部:

有信心有底气继续推动外贸稳量提质

前7个月中信保公司短期险承保5735亿美元,同比增长14.7%;进出口银行新投放外贸领域贷款超7000亿元人民币。

从多元合作来看,前7个月,我国对新兴及其他市场进出口同比增长5%,占比65.5%,同比提高0.9个百分点。其中,对东盟、非洲进出口同比分别增长9.4%、17.2%,均明显高于整体;对共建“一带一

路”国家进出口同比增长5.5%,占比提升至51.7%。

从动能释放来看,前7个月,我国机电产品出口同比增长9.3%,占比60%,同比提高1.1个百分点。智能家居、电动汽车、工业机器人、船舶等高技术、高附加值产品保持较高出口增速,有进出口实绩的外贸企业达65.4万家,其中近九成是民营

企业。

何咏前说,多个国际组织均指出,关税壁垒显著增加全球贸易成本,严重影响全球供应链的效率与稳定性,全球贸易仍面临下行风险。我们将始终坚持扩大高水平对外开放,坚定不移办好好自己的事,以高质量发展的确定性应对各种不确定性。