

在浙江嘉兴平湖服装城,商户们逆势创造销售旺季——

谁说卖不动?有商户30万件羽绒服一个夏天卖光!

本报记者 邹偶然
本报通讯员 谭罗敏 邹潭

不产羽绒,却产出全国一半以上的羽绒服。作为全国体量最大的羽绒服专业市场,近来,平湖·中国服装城一片忙碌的景象,装满货物的推车随处可见。商户店门口堆满新到件的羽绒服,准备发往全国各地。

同质化竞争严重、价格越来越贵,消费者时尚观念发生变化……近年来,羽绒服卖不动、被冷落的声音不时出现。然而,墨尚品牌主理人杨龙却不以为然。今年夏天,他一边忙着接待南来北往的客商,一边盘点销量,忙得不亦乐乎。

“从3月开始,我们就一直在做反季款。”杨龙算了算,30万件反季款羽绒服基本上都在今年夏天卖光了,销售额大概3000多万元。“反季销售给我们回流了一定资金,可以更好地为冬天做准备。”

不只是羽绒服,在刚刚过去的夏天,毛衫、卫衣等“嘉兴制造”的冬装也都迎来了逆势热销。

抓住淡季生产销售低成本“窗口”

“家人们,这件羊绒衫手感很舒服,上身非常轻盈……”外面虽是35摄氏度的酷热天气,但在桐乡濮院羊毛衫市场,喜歌羊绒直播间里,秋冬装早已是主场,主播张术娇正卖力地推荐着一款羊绒长袖衫。

“现在单喜歌羊绒这个直播间里,每天能卖出上千件羊绒衫和羊绒大衣,销售额日均可达70万元。”浙江喜歌实业公司常务副总裁余晓庆告诉记者。

阅读提示

同质化竞争严重、价格越来越贵,消费者时尚观念发生变化……近年来,羽绒服卖不动、被冷落的声音不时出现。然而,今年夏天,在浙江嘉兴,全国体量最大的羽绒服专业市场平湖·中国服装城的羽绒服生意却异常火爆。商户们积极开拓市场,让反季服装热卖,为其他地方服装经营者提供了借鉴。

和线下门店“四季分明”、夏天很难买到冬装不同,直播间早已淡化了四季的变化。鹅绒服就是喜歌夏季直播间里的热卖单品,一件鹅绒服,再加上夏天过季的裤子或者内搭,成套售价999元。这个夏天,该直播间卖出了将近6000件鹅绒服。

冬衣销售季节性很强,库存压力是老大难问题。反季促销,余晓庆算的正是这笔库存账。“过季的商品会占用大量的库存面积,产生空间使用费。通过过季产品折价销售,可以快速清理库存,为新品腾出更多的空间。”

夏天卖袄,做羽绒服生意的杨龙算是淡季旺季的成本账。杨龙卖的反季款都是去年的爆款,和正季款主打“90鸭绒”(即羽绒含量为90%)不一样。反季款主要卖的是“50鸭绒”,虽然保暖性和舒适性稍逊于“90鸭绒”,但胜在原材料成本低、夏季加工费也低,售价自然也更低亲民,这很好满足了消费者买反季产品“捡便宜”的心理。正因为如此,杨龙的30万件反季羽绒服一销而空。

依靠外贸市场打“时间差、价格差”

在平湖·中国服装城内,从2017年开始,很多商家开始卖反季款商品。伊佳依品牌负责人张慧玲是最早的人局者之一,她算的则

是人工账。“做羽绒服生意淡季很明显,像去年的11月1日到月底,我们就卖了10多万件、3000多万件的货,一个月就做了全年大部分的生意,工人也是这段时间最抢手。但是假如只做这一季,那么到了夏天,做羽绒服的工人就流失了,旺季又到哪里去找人呢?”张慧玲说,坚持做反季羽绒服,主要是为了维持住稳定的工人队伍,但收获却不止于此。

去年,张慧玲的反季羽绒服卖了20万件,销售额2000多万元,相当于又创造了一个小旺季。

洪合众创毛衫精品市场经营户张小林,打的是国内外的“时间差”。从单一的内销到国内外市场两手抓,转型做外贸是他实现毛衫销售淡季不淡的秘籍。

“毛衫的季节性很强,国内的旺季基本上在秋冬,比较局限。”张小林告诉记者,依靠外贸可以打“时间差”和“价格差”。

“夏季销路最好的是尼泊尔、利比亚等地,那里的天气变化和国内差不多。我们从6月底开始接单,生产、包装、发货,再经过两个月的海上运输,产品抵达时正好上市售卖。”今年夏季以来,张小林卖出了约50万件毛衫,实现销售额近1000万元。

加强原创设计,提升产品品质

“夏季卖袄”的背后,凸显了市场经营者们迎难而上的果断与智慧。但要真正突破冬衣的季节局限,实现“衣”卖四季,破局之道还在于进一步贴近消费需求,提升品质、拓展品类。

“只卖羊毛衫”曾是许多人对于濮院羊毛衫产业的刻板印象,如今走进濮院羊毛衫市场,“全品类”是广告牌上的醒目字样。

余晓庆告诉记者,如今,在企业的业务板块中,毛衫只是其中的一部分,其他还包括鹅绒服、夹克外套、冲锋衣、短袖等,全品类化的趋势越来越明显,这也是桐乡毛衫产业发展的缩影。

在濮院针织产业园区管委会副主任彭振看来,反季热销的背后,反映出客户对于高性价比、去中间商、直奔工厂源头的追求。“市场是最好的老师。我们正在紧跟这一需求变化,推动市场转型,推动毛衫市场从集散中心向品质化展示贸易中心转型。”彭振说。

“目前,大多数经营主体都在通过加强原创设计提升产品品质,从而更好地突破羽绒服的淡季限制。”平湖·中国服装城公司运营总监陈杰告诉记者,服装城已推出原创设计款式备案登记制度,对市场内商家的原创设计提供保护。备案的原创设计款式从2019年的800多款增加到了去年的2200多款。原创带来了更强的竞争力,也实现了销售长红。

春节后研发新款、春季制板打样、5月订货会、夏季反季款、8月订货会、9月进入采购高峰、年底冲刺销售……如今,“四季有订单,淡季不空闲”已经成了平湖羽绒服产业从业者的常态。



“红色海滩”吸引游客打卡

9月14日,游客在辽宁省锦州市凌海市红海滩国家风景廊道欣赏红海滩。

每到秋季,在渤海湾东北部,有一片被红色覆盖的海岸线,沙与土、盐与碱,在这里有机结合。特殊的环境所孕育出的碱蓬草,铺满整个滩涂,4月长出地面,初为嫩红,渐次转深。

这块由大片碱蓬草组成的湿地,被列入《中国国家地理》杂志评出的“中国最美沼泽湿地”之一。新华社记者 周华摄

水利部针对沪苏浙豫琼启动洪水防御Ⅳ级应急响应

新华社北京9月18日电 水利部18日发布汛情通报,受台风“贝碧嘉”“普拉桑”及南海热带低压影响,浙江、江苏、河南、海南等地一些河流将在未来两天出现明显涨水过程,暴雨区内部分中小河流可能发生超警以上洪水,水利部当日18时针对沪苏浙豫琼5省市启动洪水防御Ⅳ级应急响应。

汛情通报显示,据预报,18日至20日,受台风“贝碧嘉”“普拉桑”及南海热带低压影响,太湖水位将持续上涨并于21日前后超警编号,周边河网区部分水位站将止落回涨并再次超警,维持高水位;浙江钱塘江、椒江、甌江,江苏秦淮河、滁河,河南沙颍河及涡河上游、黄河干流花园口至夹河滩区间,海南万泉河、南渡江及昌化江上游等将出现明显涨水过程,暴雨区内部分中小河流可能发生超警以上洪水。

此外,受天文大潮和风暴增水共同影响,浙江、上海、江苏等地沿海部分潮位站可能超警,沿海河流洪水下泄受顶托明显。

水利部针对5省市启动洪水防御Ⅳ级应急响应的同时,要求相关水利部门和流域管理机构密切监视台风移动路径,加强监测预报预警,强化值班值守、会商研判和信息报送,科学精准实施水利工程防洪调度,全面落实水库和在在建工程安全度汛措施,突出抓好中小河流洪水和山洪灾害防御,全力做好台风暴雨洪水防御工作。

税、费合并成一笔支付业务,前端一次收缴、后台自动清分

福建推行不动产登记“税费同缴”

本报讯(记者李润剑)近日,福建省自然资源厅、省财政厅、省税务局、中国人民银行福建省分行联合印发通知,在福建不动产登记业务中推行“前端一次收缴、后台自动清分”税费同缴模式,从简化流程、服务群众出发,进一步提升不动产登记便民利民服务水平。

不动产登记“税费同缴”是指在办理不动产登记时,将所需缴纳的交易税费和不动产登记费、工本费等合并成一笔支付业务,申请人线上或线下支付一次,实现“前端一次收缴、后

台自动清分”。该模式以多部门业务数据共享为基础,通过将不动产登记系统、非税综合管理系统、人行系统、税务管理系统、银联支付平台等数据对接,实现“数据跑”代替“群众分窗办”,解决当前申请人分别缴纳纳税、费的问题。群众只需进行一次支付操作,便可缴纳不动产登记涉及的印花税、个人所得税、增值税以及不动产登记费,无需分别办理缴费。

据悉,相关部门将制定统一的标准和流程,指导各地完成不动产登记机构系统改造

和接口开发,及时接入“税费同缴”系统,实现不动产登记涉及的申报、缴税、缴费信息由系统自动提取、自动汇集、自动清分、及时入库,形成税费从申报、推送、汇集、清分到及时入库的完整链条。

目前,福州、泉州、龙岩作为试点地区先行启动该工作,相关业务调整将于今年年底前完成。在总结试点经验的基础上,福建其他地区将逐步推进,争取2025年底前实现不动产登记税费同缴全省范围覆盖。

强制弹窗索要位置权限,强制要求同意“霸王条款”,用户无法注销账户

超市“扫码”违规收集个人信息 北京重拳整治

本报北京9月18日电(记者赖志凯)个人信息事关人身财产安全,超市购物又与每个人日常生活息息相关。随着个人信息保护意识的增强,消费者在超市购物结算过程中对App索权愈加敏感。记者今天从北京市委网信办举行的新闻通气会上获悉,为回应市民诉求,北京市进一步加强超市购物领域个人信息保护,提升大型连锁超市企业收集使用个人信息合规能力和数据安全保护能力。

“北京市通过实地调研、远程测试、联合约谈、现场检查、合规培训、合规指引等方式,对市民日常生活消费的超市购物常用二维

码、小程序进行了重拳整治。并就存在强制关注、违规收集使用消费者个人信息等问题,督促经营者认真整改,让App成为快捷支付的帮手,而不是透视隐私的窗口。”北京市委网信办网管处有关负责人说。

该负责人介绍,7月中旬,北京市委网信办组织专业力量,赴11家大型连锁超市68家门店实地调研。7月下旬,北京市委网信办会同国家互联网应急中心北京分中心,依据《个人信息保护法》《App违法违规收集使用个人信息行为认定方法》以及《北京市扫码个人信息收集使用消费者个人信息案例解析及合规指引》,对

9家大型连锁超市使用的App进行远程测试。测试发现,部分App存在不同程度的过度收集个人信息、隐私政策不合理、功能不健全等问题,具体表现有:强制弹窗索要位置权限,未提示用户阅读隐私政策,强制要求同意母公司其他产品隐私政策和服务协议,用户无法注销账户等。

针对远程测试发现的问题,8月5日~6日,北京市委网信办会同市商务局、市市场监管局对相关企业进行约谈,要求对照测试形成的《违法违规收集使用个人信息分析报告》,逐条逐项严格开展整改,15个工作日内

整改完毕。9月初,北京市委网信办对整改后的App进行精准复核,均已达到验收标准。

为便于各超市企业自查整改,不断提升超市企业个人信息处理活动全流程合规能力,北京市委网信办还组织物美、盒马、永辉、京客隆、七鲜、首航、超市发、北京华联、华冠、幸福荣耀等10家大型连锁超市(在京门店共1049家,覆盖全国会员数量近1.3亿)进行个人信息和数据安全合规培训,以实际案例为鉴,详细讲解分析安全隐患及防护措施。据了解,上述超市使用的App在收集使用个人信息方面均通过合规整改。

假期出行热!
中秋假期出行人数
超6.2亿人次

今年中秋节假日(9月15日至17日)

全社会跨区域人员流动量
62956.4万人次
日均20985.4万人次

比2023年同期日均增长31.1%

具体来看

铁路客运量
4257.3万人次
日均1419.1万人次水路客运量
198.1万人次
日均66万人次民航客运量
506.9万人次
日均169万人次公路跨区域人员流动量
57994万人次
日均19331.3万人次

资料来源:交通运输部

新华社发(王威制图)

进出口从11.3亿美元上升至近6万亿美元

75年来我国外贸实现跨越式发展

本报北京9月18日电(记者时澜娜)国家统计局今天发布的新中国75年经济社会发展成就系列报告显示,75年来,我国对外经济贸易实现跨越式发展,取得历史性成就。

1950年,我国货物进出口总额仅11.3亿美元。1978年以来,我国货物贸易规模稳步扩大,1979年~2012年,货物进出口总额增长186.4倍,年均增长16.6%。2023年,货物进出口总额达到59360亿美元;2013年~2023年,我国货物进出口总额年均增长4%,增速高于同期全球货物贸易平均水平1.6个百分点。

在贸易规模稳步扩大的同时,商品结构也持续优化。新中国成立初期,我国工业制成品出口在出口总额中所占比重不足20%,1978年提高到46.5%。该比重持续稳定提高,2023年已达到95.1%,在我国出口商品中占据绝对主导地位。

今年开行超1.3万列,发送货物近140万标箱

中欧班列运行品质持续提升

本报北京9月18日电(记者刘静)记者今天从中国铁路集团有限公司(以下简称国铁集团)获悉,今年以来,中欧班列开行数量和运行品质持续提升。1月~8月,中欧班列累计开行13056列,发送货物139.9万标箱,同比分别增长12%、11%。8月当月,中欧班列开行1653列,发送货物17.3万标箱,连续6个月单月开行数量突破1600列。

国铁集团货运部负责人介绍,今年以来,跨里海中欧班列实行常态化开行,通道多元化发展稳步推进;境内运输协调持续强化,中欧班列辐射范围进一步拓展,陕西榆林、山西吕梁等城市首开中欧班列,助力内陆城市高水平对外开放;各地积极推广快速通关模式,持续提升中欧班列通关效率和便利化水平,呼和浩特首次开行采用“铁路快通”模式的中欧班列。

中秋假期全国揽收投递包裹超27亿件

月饼成为快递市场“主角”

本报北京9月18日电(记者甘智)国家邮政局监测数据显示,今年中秋节假日期间(9月15日~17日),全国邮政快递业运行总体平稳,揽收快递包裹13.07亿件,比去年中秋假期日均增长35.4%;投递快递包裹14.07亿件,同比增长45.7%。

中秋佳节,月饼是当仁不让的“主角”。各地特色月饼纷纷出圈,迎来一波销售热潮。快递企业积极通过开展批量发货、备货入仓、恒温冷链、整车直发等模式,缩短月饼运输时间,保障高峰的发货需求。全国400万名快递小哥坚守岗位,穿梭在大街小巷,守护着万家团圆。

进入9月以来,海鲜、水果等产品的寄递需求旺盛。快递企业强化运力调配,优化网络资源,升级生鲜冷链运输方案,有效助推了消费市场潜力的加快释放。与此同时,快递企业探索推出“换新+回收”服务,为耐用消费品以旧换新提供支持。



商都县150万千瓦光伏草业项目稳定推进

商都县150万千瓦光伏草业项目位于内蒙古自治区乌兰察布市商都县东南方约22公里处,总投资额高达76.8亿元,项目建设方式为EPC总承包模式,由中国电建集团北京勘测设计研究院有限公司承建。

目前该项目建设如火如荼,光伏场区、升压站、集电线路全面开工建设,预计今年11月底具备全容量并网条件。本报通讯员 李乾毓 摄