

财眼

汽油柴油价格迎年内首次下调

据新华社电 在连续九次上涨后，汽油、柴油价格迎来年内首次下调。国家发展改革委3月31日称，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31日24时起，国内汽油、柴油价格每吨分别降

低225元和220元，折合每升价格下调近2角。

国家发展改革委有关负责人表示，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管力度，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。

本轮成品油调价周期内，国际市

场原油价格大幅下降。国家发展改革委价格监测中心分析认为，由于海外疫情防控形势再度严峻，市场此前对全球经济复苏的乐观预期有所降温，预计短期内国际油价下行压力有所加大。



**花城时尚闪耀中国国际时装周
“走进中国国际时装周”广州主题日活动在北京举办**

新快报讯 记者陆妍思 通讯员穗商务宣报道 3月30日，2021广州国际时尚产业大会单元活动之“走进中国国际时装周”广州主题日活动在北京时尚设计广场751D.PARK第一车间成功举办，花城时尚首次闪耀中国国际时装周。

本次活动由广州市商务局主办，广州国际时尚产业大会组委会、广州专业市场商会、广州文版通投资有限公司、广州市邓兆萍服饰设计有限责任公司承办，广州市新的社会阶层人士联谊会时尚行业分会、广东普丽衣曼实业有限责任公司协办。市政府副秘书长高裕跃、市商务局相关领导出席活动。活动现场还吸引了超过1500位时尚界人士参加。

中国最佳女装设计师、中国十佳服装设计师邓兆萍，美国设计师协会CFDA官方Gefferey Beene scholarship全美前五获得者余昌晟，以及花城时尚新锐设计师代表分别举办了专场发布秀场，充分展现了广州服

装、美妆、鞋帽、箱包、皮具、珠宝饰品、钟表等时尚产业集群优势，全方位演绎千年商都时尚大秀，展现广州创意设计力量和花城品牌孵化培育能力，助推花城时尚品牌“走出去”，推动建设“时尚之都、魅力广州”。

广州市商务局相关负责人在活动中表示，大力发展时尚产业是广州市推动高质量发展，创造高品质生活的重要抓手，是服务构建新发展格局的有力举措，对加快对于实现老城市新活力四个出新出彩具有重要意义。广州素有“千年商都”美誉，作为国家重要中心城市、国际商贸中心和综合交通枢纽，时尚产业领域供应链基础深厚、时尚消费氛围浓厚、时尚产业品牌孵化培育能力优越，时尚产业发展生机勃勃。广州在服装、皮革、家居、化妆品、钟表、黄金珠宝等传统优势产业已初具时尚产业雏形，拥有超过5万名服装设计师，数量位居全国第一，是全国最大的设计师和品牌聚

集地。广州将继续依托设计师人才优势，推动服装服饰等时尚产业发展，把广州打造成具有国际影响力时尚流行策源地、时尚文化交汇点、时尚品牌集聚区、时尚商品集散地和时尚活动荟萃地。

去年，广州市商务局、市工业和信息化局印发《广州市打造时尚之都三年行动方案（2020—2022年）》，加速促进广州时尚产业与相关产业深度融合，推动时尚产业规模进一步扩大。RCEP协议的签订，也将为广州扩大高水平对外开放，打造时尚之都创造新的机遇。

业内人士表示，本次活动的成功举办，进一步发挥了广州国际时尚产业大会更大的平台作用，充分展现广州优秀服装设计师群体的优势实力，推动花城品牌转型升级并接轨世界时尚舞台，在中国国际时装周上打响了“花城时尚”的品牌，擦亮广州“时尚之都”名片，提升广州时尚设计核心竞争力。

第129届广交会启动云推介活动 将在32个国家举办44场

新快报讯 记者陆妍思报道 3月30日，第129届广交会首场云推介活动连线新西兰，广交会副主任兼秘书长、中国对外贸易中心主任储士家宣布：“第129届广交会云推介系列活动正式启动！”

近年来，广交会率先在全国会展业打造全球“云推介”平台，积极开展云邀约、云签约、云对接等全渠道云营销工作。

本届广交会紧贴国家发展战略，携手广交会全球合作伙伴，下沉市场，渠道联动，将在印尼、泰国、马来西亚、越南、新西兰、澳大利亚、韩国、美国、瑞典、秘鲁、哈萨克斯坦等32个国家共举办云推介系列活动44场。

推介活动精准定位采购商需求，将广交会专业板块对接目标市场，融合重

点地区大型经贸活动，境内境外联动，邀请相关行业协会、政府官员、专家学者、综合贸易服务商等，分享贸易政策、行业趋势、市场信息，以吸引更多更优质采购商参会。

首场云推介活动上，新西兰采购商代表索尔兹伯里表示，中国制造业发达，广交会展馆宏伟、展品种类丰富，令人目不暇接。他鼓励新西兰商家积极把握巨大的中国商机。

本届广交会还将举办“云签约”和“云对接”等系列活动，助力中外企业开拓国际市场，促进贸易成交，拓展广交会全球营销网络。

其中，“云签约”活动将有美国、俄罗斯、印度尼西亚、巴西等10家工商机构、大型跨国采购企业、行业协会、会展企业和商旅机构与广交会签订合作协

议，加入广交会全球合作伙伴计划。

“云对接”活动将邀请印尼长友集团、俄罗斯X5集团和美国克罗格公司举办线上采购专场，直接对接国内重点企业的参展企业。中外企业通过广交会平台积极利用两个市场和两种资源，实现共赢发展。

为了让更多采购商更加熟悉广交会网上平台功能，随着储士家宣布第129届广交会全球云推介系列活动正式启动，广交会全球采购商教育培训系列活动也随之开启。

外贸中心将分阶段、分批次、全渠道组织开展超过300场境外采购商培训，按采购商行业类别和区域分布实现重要客户群体全覆盖、全触达，定制专题培训内容，创新培训模式，提高培训的针对性和实效性。

华为2020年财报： 重压之下仍增长

未公布手机发货量，来自国内的收入比重进一步提高

新快报讯 记者陈学东报道 3月31日，华为发布2020年财报，总体来说，销售收入和净利润小幅增长，但经营活动现金流情况并不理想。年报显示，华为2020年的销售收入和净利润分别为8914亿元和646亿元，同比增幅分别为3.8%和3.2%，显著低于2017年以来的增幅。过去5年，华为收入和净利润的年复合增长率分别高达14.3%和14.9%。经营活动现金流352亿元人民币，同比下降61.5%。明显放缓的增长背后，是华为全年处于实体清单下的大背景。

与往年有所不同的是，2020年年报中，华为并未披露智能手机发货量。但根据IDC发布的全球智能手机出货量数据，2020年华为智能手机出货量为1.89亿台，同比减少了21.5%，位列第三，较上年降低了一个位次。

从各地区收入来看，来自国内的收入比重进一步提高，从2019年的5067.33亿元增至5849.1亿元，对应占比从上年的59%提高到65.62%，其他几个地区的收入均有不同程度减少，其中来自美洲的收入降幅高达24.5%。

年报显示，中国市场的增长，主要受益于5G网络高速建设，企业业务数字化转型机遇和消费者业务中PC、平板、智能穿戴业务的布局。美洲地区的收入减少，则主要受部分国家运营商市场投资波动、消费者业务无法使用GMS(谷歌移动服务)生态的影响。

喜茶创始人： 今年没有上市计划

新快报讯 记者陆妍思报道 3月30日晚间，有消息称喜茶正式启动赴港上市的手续，中金瑞银已为其安排管理层路演。对于上述说法，喜茶创始人聂云宸在微信朋友圈辟谣：“今年喜茶没有任何上市计划。”

喜茶于2012年在深圳成立，根据喜茶披露的2020年数据，截至2020年底，喜茶已在国内外61个城市开出695家门店，其中仅2020年便新增304家门店。在加密门店布局的同时，作为新茶饮行业数字化建设的先行者，喜茶持续提升业务数字化水平。截至2020年底，“喜茶GO”微信小程序会员超3500万，全年新增超1300万会员。“喜茶GO”小程序有效引导消费者灵活消费，订单大幅改善消费体验，显著提升门店营运效率，最终消灭了品牌成立之初备受诟病的排队现象。