



高质量发展求新解 数说行业新动能

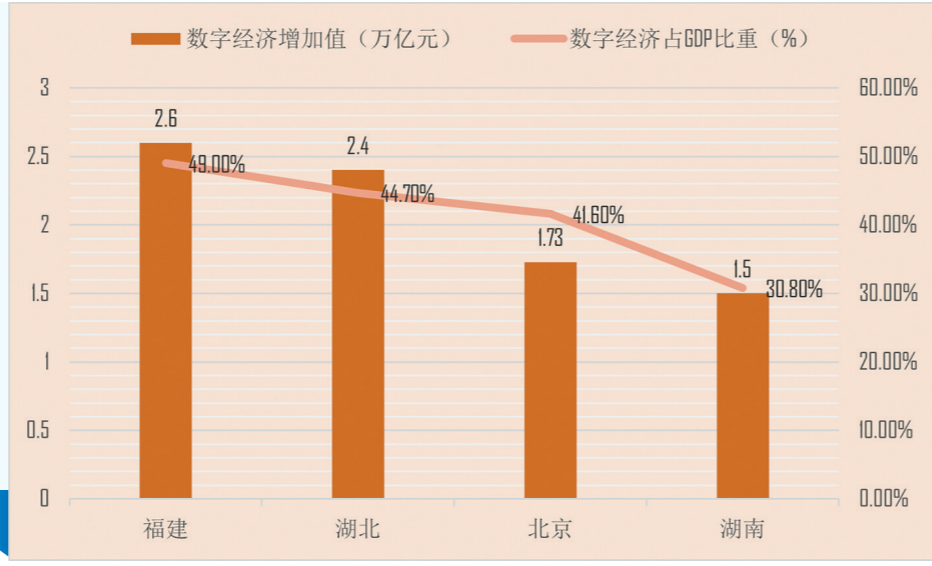
各省数字经济版图初现,16个省份规模破万亿元

广东数字经济规模居全国首位

文表 羊城晚报记者 许张超

近日,中共中央、国务院印发了《数字中国建设整体布局规划》(以下简称《规划》),提出夯实数字基础设施和数据资源体系“两大基础”,推进数字技术与经济、政治、文化、社会、生态文明建设“五位一体”深度融合,强化数字技术创新体系和数字安全屏障“两大能力”,优化数字化发展国内国际“两个环境”。

全国各省市在数字经济的这场比赛中成绩如何?羊城晚报梳理发现,2021年全国有已16个省份(省、自治区、直辖市)数字经济规模破万亿元,2022年已交出当年数字经济“成绩单”的9个省份成绩亮眼,数字经济发展较为领先的城市整体上集聚在京津冀、粤港澳大湾区、长三角三大城市群。



2022年部分省份数字经济增加值及其占GDP比重

1 强势崛起: 多省份数字经济规模破万亿元

数字经济已成为中国增长的新动能。工信部统计测算数据显示,从2012年至2021年,中国数字经济规模从11万亿元增长到超45万亿元,数字经济占国内生产总值比重由21.60%提升至39.80%,年均增速高达15.90%。

羊城晚报记者了解到,全国多个省份的数字数字经济增加值已破万亿元大关。根据中国信通院发布的《中国数字经济发展白皮书(2022年)》,截至2021年,国内有16个省份数字经济规模突破万亿元,分别是广东、江苏、山东、浙江、上海、北京、福建、湖北、四川、河南、河北、湖南、安徽、广东、江西、辽宁,其中广东位居第一。

其中,北京、上海、天津等省份的数字数字经济占GDP比重已超过50%,成为拉动地区经济发展的主导力量,浙江、福建、广东、江苏、山东、重庆、湖北等省份数

2 区域格局: 群雄并起打造城市发展名片

根据工信部中国电子信息产业发展研究院发布的《2022数字经济城市百强榜》,该榜单划分出“一线、新一线、二线、三线”四大线级。其中,北京、上海、深圳、杭州、广州稳居数字经济一线城市,成都、苏州、南京、重庆等14城为数字经济新一线城市,厦门、西安、福州等25城跻身数字经济二线城市。

从上述数据可以看出,数字经济已经成为各地经济发展的“稳定器”。为了抢抓数字经济发展机遇,全国31个省份早已重点部署数字经济,并明确了具体发展目标。其中,江苏力争数字经济规模突破5.5万亿元,浙江将培育超百亿元数字企业40家,福建将实现数字经济增加值2.9万亿元以上,江西提出数字经济规模占GDP比重目标达45%以上。

数字经济占比超过全国平均水平;贵州、重庆、江西、四川、浙江、陕西、湖北、甘肃、广西、安徽、陕西、内蒙古、新疆、天津、湖南等省份数字经济持续快速发展,增速超过全国平均水平。

记者梳理各省份相关部门数据,发现9个省份已交出2022年数字经济“成绩单”。其中,福建、湖北、北京、湖南的数字数字经济增加值分别为2.6万亿元、2.4万亿元、1.73万亿元、1.5万亿元,占GDP比重分别为49.0%、44.7%、41.6%、30.8%;江苏数字经济规模超5万亿元,安徽、江西突破万亿元,山西突破5000亿元,西藏达到200亿元以上。

数字经济占比超过全国平均水平;贵州、重庆、江西、四川、浙江、陕西、湖北、甘肃、广西、安徽、陕西、内蒙古、新疆、天津、湖南等省份数字经济持续快速发展,增速超过全国平均水平。

记者从工信部中国电子信息产业发展研究院发布的《2022数字经济城市百强榜》,该榜单划分出“一线、新一线、二线、三线”四大线级。其中,北京、上海、深圳、杭州、广州稳居数字经济一线城市,成都、苏州、南京、重庆等14城为数字经济新一线城市,厦门、西安、福州等25城跻身数字经济二线城市。

从区域格局看,京津冀、粤港澳大湾区、长三角三大城市群数字经济实力稳增,成渝、长江中游城市群加速追赶,区域“五极”成员悉数登场、蓄势待发,构成中国数字经济发展的“弓箭型”空间格局。其中,粤港澳大湾区各城市联动发展程度持续提升,数字化配置加速,是中国培育世界级数字产业集群的重要抓手。

作为数字经济大省,广东数字经济规模在2021年达到5.9万亿元,连续5年居全国首位,数字经济占GDP的比重达到47.50%。今年,广东更是在政府工作报告中提出,加快发展数字经济,推进网络强省、数字广东建设,促进数字经济和实体经济深度融合,新推动5000家规模以上工业企业数字化转型,带动10万家中小企业“上云用云”。

新型导游人才日趋抢手 旅游走向高质量发展正当时

据红星新闻报道,急增的用人需求让导游市场价格上涨,有旅行社开出400元/天的高薪招聘导游;杭州有旅行社开出兼职年薪20万元的条件;浙江衢州市开化县曾向全国发出招聘启事,百万年薪聘导游。

在许多人眼中,目前是“后疫情时代”,之前被疫情困扰和压制的行业都应该尽快恢复起来。要急招导游,就是因为旅游业复苏。因为旅行社有人报了,可没有导游怎么办呢?所以导游也是必然要有的。

可是,疫情之下旅游停滞,社会却是在不断辞旧迎新的,历史是在滚动发展的。今天的导游和三年前的导游还能一样吗?这是值得思考的地方。有山有水有旅游,讲解内容不变,那么讲解人也不必变化;有路有桥有车辆,组团方式不变,那么导游也不必变化。真的如此吗?

其实旅游业本身就应该利用曾经的低谷,做出向上改变的努力。这包括了尽快修缮可见的配套设施与停车场,迎接日益蜂拥的客流,也包括了很多看不到,但是让人揪心的问题。比如低价游依然存在,由此带来旅行品质差,被动购物多,公众投诉多。如果还是一样的盈利模式,一样的导游,那么老问题是不会消失的。

那么高薪招来的导游,是

佛山两大制造业巨头要一起出海做事?

科达制造拥有非洲海外市场业务

羊城晚报记者 李志文 实习生 庞博

近日,发生在佛山两家制造业巨头之间的举牌行为引发关注。科达制造股份有限公司发布公告披露,今年1月18日至2月28日,广东联盟科技实业有限公司通过上交所集中交易系统买入科达制造(600499)股票9742.10万股,合计持股比例达5%,因此构成举牌行为。这两家公司之间“联合”所谋何事?

两家企业总部相距不远

据公开资料显示,举牌方——广东联盟总部位于佛山顺德龙江镇,成立于1999年12月,注册资本为28亿港元,公司全资控股股东为联盟集团有限公司,实际控制人广东联盟。据了解,中国联盟主要从事制造及销售塑料管道、建材家居、环保、光伏综合能源解决方案及运营供应链服务业务。科达制造是中国联盟主要在中国从事制造及销售塑料管道和管件的全资控股子公司。

而被举牌方——科达制造总部在佛山顺德陈村,成立于1992年,2002年在上海证券交易所上市,主营建材机械、海外建材、锂电材料及设备,并战略投资锂电设备。科达制造以陶瓷机械起家,在建材机械领域实现了“陶机机械装备国产化”“做世界建材装备行业强者”的历史目标,目前已成长为我国乃至世界陶瓷机械行业龙头企业,是亚洲第一、全球第二大的建筑陶瓷机械装备供应商。

地图显示,两家企业的总部相距不远,车程仅1个小时。今年1月,广东联盟以15.13元/股-16.12元/股买入科达制造股票3198.39万股;2月份,前者又以14.87元/股-16.38元/股买入后者股票6543.71万股。即使以最低买入价估算,广东联盟此次举牌科达制造耗资逾14亿元。

对于举牌原因,广东联盟表示,其一直通过投资绿色常规及环保提倡行业可持续发展。科达制造主要业务涵盖(包括但不限于)建材及装备、锂电材料及装

中国制造一站卖全球有了新销路

拼多多跨境电商业务将正式登陆澳洲

政策扶持,出海正当时

就在3月6日,京东上线“百亿补贴”打响国内电商的价格战,这意味着国内电商的竞争愈发激烈。而与此同时,中央经济工作会议提出“鼓励平台企业在国际竞争中当大显身手”的政策支持,多重背景下,出海成为各大电商企业当下重要的第二增长曲线。

记者梳理发现,在电商出海这个领域,除了当下关注度最高的SHIEN、TEMU外,国内几大巨头早有布局。在2022年12月,阿里因年内第三次向东南亚电商平台Lazada注资再次引发诸多关注。自2016年收购Lazada以来,阿里方面便一直在向其“输血”,据不完全统计,截至目前相关资金总额已接近48亿美元。

而在TEMU上线不久,字节跳动旗下海外快时尚独立站If-Yooou登陆欧洲市场,而在此之前,字节跳动还曾先后推出独立站Dmonstudio以及独立电商APP Fanno。此外,字节跳动旗下的TikTok也于2021年便开始在印度尼西亚试水直播电商业务TikTok Shop,并不断加快扩展的步伐。

值得一提的是,今年以来,全球经贸形势变得极其严峻,外需走弱,订单下降成为我国外贸当前面临的主要矛盾。全国各地也相继出台一系列政策,支持外贸企业抢抓订单、拓市场。

“特别像是像安克、泽宝、棒谷、有棵树、跨境电商、通拓、赛维、子不语、三态、傲基、致欧、易佰等跨境电商大卖家,因为销量大海外备货多产生的退运需求更大,政策充分考虑了跨境电商企业的诉求和利益,推动我国跨境电商进出口税收政策的更加完善,也促进了出口跨境电商行业的快速发展。”张周平称。

而作为平台方,拼多多则在去年正式上线跨境电商业务后,为国内的制造业企业量身定做“2022多多出海扶持计划”,旨在发挥平台的数字化优势,从产品结构、设计研发、生产制造、品牌打造等方面,为制造业企业提供全链路的数字化服务,助力中国制造业企业在出海的过程中实现转型升级,进一步提升国际竞争力。

“今年3月开始,多多出海扶持计划的专项团队将先后深入广东、福建、浙江、江苏、山东、河北、安徽、陕西、四川、湖北等国内100个优质产业带,全面推动制造业企业出海拓市场,加快数字化转型升级,更好地参与国际竞争。”拼多多跨境电商业务相关负责人表示。

中信证券指出,在政策大力支持以及配套服务体系完备的情况下,中国跨境电商市场份额有望持续增长,2024年我国跨境电商市场规模有望达2.95万亿元,在全球跨境电商市场(除中国)占比有望由2021年的8.6%提升至13.1%。基于成熟电商模式在国内的成功实践,看好国内头部平台根据自身优势进行的能力输出以及为公司带来的潜在估值增量。

新闻追

羊城晚报记者 沈钊

面对2月底以来摩拳擦掌的京东“百亿补贴”的进攻,在国内市场“无动于衷”的拼多多在出海业务上有了新的动作:据最新消息,拼多多跨境电商业务将于3月13日正式进入澳大利亚、新西兰,持续推动中国制造业直连澳洲以及全球市场。机构指出,在国内流量红利见顶的背景下,电商出海将是国内电商平台重要的第二增长曲线。



中国生产的服装在海外市场颇受欢迎 新华社发

海外霸榜,快速扩张中

去年9月,拼多多正式在北美地区上线跨境电商平台TEMU。自上线至今,TEMU已经实现对国内制造业品类的全覆盖,先后推动服装、数码、家电、箱包、户外、配饰、玩具、文具等上万家制造业企业成功出海。目前,TEMU平台上的女装、小家电等热销产品已经实现单日销售1万件,单日店销超过3万单。

与国内的代理电商模式不同,TEMU在海外做的是保姆式的自营平台。即TEMU负责商品定价、营销获客、履约(由合作方提供服务)等环节,商家作为供应商只需备货到仓,平台最终赚取购销价差,承担获客、履约等成本。

但是,与国内自营平台普遍“价廉”不同的是,TEMU这样的类自营平台很好延续了拼多多“极致性价比”的用户心智。有试运营过TEMU平台的商家表示,价格较低的产品更容易通过平台审核;另有商家称,服装类的商品价格要低于阿里1688价格的10%-20%才更容易过审。

“极致性价比”的策略确实奏效。TEMU自上线之后也深受海外消费者的喜爱。截至2023年2月23日,TEMU在App Store购物榜、Google Play购物榜中分别霸榜69天和114天,新增下载量超过4000万,成为中国制造业直连海外消费者的新平台、新渠道。而下一个能够以类似姿态霸榜的APP还是SHEIN。

值得一提的是,TEMU上线4个月,扩张计划便被提前上日程。除了早先便有规划的全面启动北美市场外,在今年2月初,TEMU开启了加拿大站,并到了3月初,TEMU进军澳大利亚、新西兰的消息已

被证实。接近拼多多的人士认为,这非常符合拼多多的“性格”。此前从2015年9月创立到登陆纳斯达克,拼多多只用了两年11个月的时间,刷新了中国互联网企业的最快上市纪录。现在拼多多显然希望在海外复制这种速度。