

前8月南方五省区全社会用电量同比增长8.3%

广东用电规模居全国首位



“三新”行业用电量延续高速增长态势 图/新华社

高质量发展 新动能

羊城晚报记者 董鹏程 通讯员 包莉婷

9月25日,记者从南方电网获悉,1-8月,广东、广西、云南、贵州、海南五省区全社会用电量11238亿千瓦时,同比增长8.3%,增速高于全国0.4个百分点,较去年同期提高1.9个百分点。发展新动能新优势持续培育,带动南方五省区电力消费保持较快增长势头,反映出经济延续向好的积极态势。1-8月,广东全社会用电量6030亿千瓦时,同比增长7.4%,用电规模保持全国第一。

A 高技术制造业驱动高质量发展

分产业看,1-8月,南方五省区第一、二、三产业和城乡居民用电量同比分别增长4.3%、9%、9%和5.9%。其中,工业用电量同比增长9.3%;制造业用电量同比增长9.4%,增速较去年同期提高6.1个百分点,体现制造业转型升级趋势,新质生产力加快发展。

从生产看,高技术制造业发展韧性十足,驱动南方五省区制造业高质量发展。1-8月,南方五省区

九大高技术及装备制造业用电量同比增长12.7%,对拉动制造业用电量增长贡献约34%。其中,计算机、通信和其他电子设备制造业,电气机械和器材制造业,通用设备制造业用电量增速居前,分别为17.2%、12.7%和11.8%。西部地区加快产业转型升级,高技术及装备制造业用电量增速亮眼。1-8月,云南、广西高技术及装备制造业用电量增速分别达38.5%和21.7%。

B “三新”行业成用电量增长新引擎

以新产业、新业态、新模式为代表的“三新”行业用电量延续高速增长态势,折射中国经济提“质”向“新”。1-8月南方五省区“三新”行业用电量同比增长36.8%,其中,8月份五省区“三新”用电量增速达37.3%,连续19个月增速超25%,成为用电量增长新引擎。

与新能源相关的行业用电量保持高位增长,1-8月南方五省区风能原动设备制造、充换电服务

业、光伏设备及元器件制造需求旺盛,用电量增速分别达57.5%、47.8%、30.3%。

在第一经济大省广东,1-8月,全社会用电量6030亿千瓦时,同比增长7.4%,用电规模保持全国第一。其中,信息技术服务业用电量增长较快,广东信息传输、软件和信息技术服务业用电量同比增长6.6%,其中互联网数据服务用电量同比增长22.4%。

C 电力消费保持较快增长势头

从消费看,服务业持续恢复,发展内生动力继续增强,1-8月,南方五省区第三产业用电量同比增长9%,其中,文娱旅游、体育赛事等新的消费增长点激发消费潜力,带动相关产业用电量较快增长,1-8月,南方五省区教育、文化、体育和娱乐业,批发和零售业,住宿和餐饮业用电量同比增长12.2%、15.5%和8.5%。

在贵州,今年以来,特别是入夏以来,旅游市场持续火爆,以黔南州荔波古镇为例,7-8月,荔波古镇接待游客近50万人次,餐饮、住宿业用电量大幅度增长,同比增长113%。在旅游出行方面,电动汽车充电桩的用电量也呈现出爆发式增长。梵净山旅游景区及附近景区充电桩的使用频率大幅提高,仅7月充电量就达36293千瓦时,同比增长598%,充电订单量翻好几倍。1-8月,贵州电网公司充电基础设施全省充电量同比提升89%,减少碳排放5.87万吨,充电订单数同比增加82%。

从进出口看,海关数据显示,今年前8个月,广东、广西、海南外贸进出口同比均呈两位数增长。其中,前8个月,广东船舶、电动汽车、集装箱等新增

长点保持较快增长,分别增长47.6%、68.2%和133.1%。8月份,广西“三样”产品出口总值达31亿元,同比增长347.4%,拉高8月广西出口增速8个百分点。

航运贸易蓬勃发展,港口集装箱装卸繁忙,国内国际双循环畅通有力。海运是全球货物贸易生命线,近两年航运的显著增长带动了集装箱需求持续上涨。在广东,东莞南方中集物流装备制造有限公司相关负责人表示,目前企业订单已经排到11月,同比增长3倍,红火的订单催生了不断增长的用电需求,1-8月该公司用电量同比增长287%。

使用绿电、购买绿电有助于企业降低能耗,满足国外市场对出口产品及产业链的绿色生产要求。1-8月,广西柳州参加绿电交易的新能源汽车及零部件制造、充换电服务行业等企业参与绿电交易成交电量达1.04亿千瓦时,同比增加195%。产业能源消费绿色转型,带动柳州新能源汽车逐“绿”出海。数据显示,今年上半年,柳州新能源汽车销量达23.8万辆,同比增长96.2%;柳州出口电动载人汽车1.02万多辆,同比增长30.1倍。



羊城晚报记者 孙绮曼
实习生 吴淑君

近年来,小企业如雨后春笋般涌现,成为推动国民经济和社会发展的生力军。

数据显示,2024年上半年全国新增餐饮企业高达134.7万家,接近去年全年总和。

激烈竞争下,中小餐饮企业如何突出重围?在越来越卷的市场里,下一步还能卷什么?随着餐饮赛道的分化,企业们怎么样让产品飘香?餐饮企业出海有没有时机之分?带着这些餐饮行业的热门话题,记者采访了业界专家和相关企业。

中小餐饮企业面临经营挑战

根据天眼查数据,今年上半年,国内餐饮相关企业新注册量达到134.7万家,注销、吊销量达到105.6万家。这意味着,新成立餐饮企业数量仍大于关闭数量,行业供给继续增加。

值得注意的是,今年上半年注销、吊销的餐饮企业数量,已经接近去年全年之和(135.9万家)。这说明餐饮行业在大量开店的同時也伴随着一定数量的关店。

天眼查数据显示,当前存续在业的餐饮企业数量为1631万家,其中成立一年以内的餐饮企业为255万家。也就是说,15.7%的餐饮企业成立时间不到一年。

“大企业做颠覆式品类创新,小企业做渐进式品类创新。”大树落地辅导战略咨询联合创始人、中国小企业战略专家李亮向记者表示,对于小企业而言,战略的价值要远远高于大企业,行业的规则是“老大”制定的,资源也被“老大”占据,“旧地图永远找不到新大陆”。

李亮向记者展示了一组数据:在中国,中小微企业贡献了全国50%以上的税收、60%以上的GDP、70%以上的发明专利、80%以上的城镇就业、90%以上的企业数量,是国民经济和社会发展的主力军。

“其实中小企业才是中国的未来,增长放缓也好加速也好,承担的这个主力还是大批

上半年134.7万家新餐饮企业入局

餐饮企业面临两大机遇

的中小型企业。现在问题在于中小型企业成活率非常低,包括今年上半年的餐饮数据都不乐观。”李亮举例道,他们服务的部分餐饮企业在上半年营收下降了30%-40%。这个时候不能一味地卷客单价,应该更好地引导企业寻找新的发展路径。

向前端布局 and “出海”是两大机遇

目前的餐饮市场中,头部餐饮企业遥遥领先,其它的大量中小餐饮企业分布在不同省份中攻城略地。

餐饮企业应该如何提升竞争力?李亮举了一个例子:日本在十几年前的经济下行时代依然崛起了几个品牌,其中一个叫萨莉亚,一个是优衣库。

“这两个牌子人们觉得便宜,但其实它们的毛利率非常高,关键就是质价比。”李亮剖析道,这些企业都在向前布局,优衣库在全球范围内把握住了纱线、纺织技术等前端资源,它的速干衣做到了全球第一;萨莉亚向前布局,去研究意面的面粉、种植小麦的品种,去改造适合最终的意面的呈现,包括

种番茄,番茄的口味、酸味、甜味的比例,从而去改造前端的种子等等。现在的萨莉亚后台可能连一把菜刀都没有,微波炉是工作得最多的,因为都是预制产品。

“这些品牌我们看到的,感觉到的是它卖得便宜,其实是质价比,它有庞大的核心竞争力的壁垒,因此质量很高,毛利也高。”李亮提到,目前在餐饮界内,费大厨也在尝试向前布局,和院士一起研发螺丝椒,让螺丝椒和它的皮肉搭配做到最适合炒辣椒炒肉。

他强调,在产业化的过程当中,这是核心,未来卷价格,企业不能比便宜,只有更低,没有最低。相反,企业应该要往前端建立壁垒,在前端才是真正的核心,我们的竞争力来源于前面,世界级的品牌,尤其是餐饮品牌都在干这个事,都在往前端布局。

李亮认为,在现阶段,餐饮出海是必须项,甚至无关规模和阶段。不要等万事俱备才出海,而应该占据主动权。比如蜜雪冰城在东南亚一口气开了4500家,东南亚的每一家店的营收净利润是国内的三五倍。

“目前,企业出海进入全球市场有两种方式,一种方式是‘中国第一’进入到外面市场,用‘第一’的影响力去影响市场;另一种方式是该企业是这

个品类第一个进入的。”以餐饮业为例,很多打地区差异,地区特色的品牌并不在本地发展,比如一些在北上广很火的云贵酸汤牛肉火锅,本地无人问津,海底捞在四川没影响力。出海也是同样的逻辑,率先进入建立标准、建立影响力,都被认为是代表着中国。

餐饮分化 一碗小面也有大门道

在越来越“卷”的市场中,中小餐饮企业如何突出重围?

从事餐饮行业多年的李生向记者表示,关键是分化。全球餐饮估值最高的前20家企业都是分化的——麦当劳是做汉堡的,小辣椒是做墨西哥卷的,第三名是百胜集团,做炸鸡的,它的规律就是分化。中餐也是天生分化为王,八大菜系里面的川湘粤是头牌中的头牌,川菜、湘菜、粤菜,是在华人世界最有影响力的三大菜系,它也是分化的,天生分化为王。

最近,中式快餐品牌遇见小面在广州市的门店数突破一百家,是为数不多的在2024年仍然保持门店快速扩张的中式快餐品牌之一。

许多人不知道的是,虽然“小面”带着浓浓的重庆基因,但遇见小面却是个扎实的广州企业。记者了解到,遇见小面以广州为起点,将门店开设到包括北京、上海、深圳在内的21个城市,并于今年5月在香港开出首店。截至目前,其全国门店已接近350家。

这与李亮所提到的“异地崛起”类似。为什么这家体量并不算大的餐饮企业能够发展得如此之快?记者了解到,这家企业的管理团队有着在头部快餐品牌麦当劳、肯德基的从业履历,这也让它们自创立起便以国际头部连锁快餐品牌为模板,从品牌形象、产品研发、营运标准、组织体系、数字化能力等各个环节着手,探索一条属于它们的中式连锁餐饮品牌之路。

“我们能够在广州这片创业沃土迅速成长,得益于这座城市开明的政策、开放的胸怀造就出的优秀的营商环境。务实的企业文化和广州的城市性格不谋而合,也是遇见小面品牌在广州飞速成长并获得阶段性成果的根本原因。”遇见小面相关负责人告诉记者。

遇见小面的创始人也加码餐饮分化。其向记者透露,遇见小面目前定位为全时段服务的川渝风味面馆,以口味独特的重庆小面切入餐饮市场,在细分市场占据领先地位。

文明健康 有你有我

自我减压

培养兴趣 愉悦身心
释放情绪 放松自我

