

民生商品储备足供应稳

交易价格北京下降

占地面积达1600多亩的北京新发地市场，一直是首都市民的“菜篮子”“果盘子”。记者近日探访新发地市场发现，近期北京蔬菜、肉类等供应呈现运输便利、保供效率高的特点。

9月23日下午3点，在新发地本报报道，“茄子大王”李军正在计算一天的交易额。“批发价格在每斤一块四五左右，质量好点的能达到两块钱。”李军告诉记者，当天共进场韩永志

韩永志大车40多吨长茄子，货量充足。“货源主要来自辽宁、山西，可随时根据市场需求调货，6个小时就能到北京，市民没有必要囤菜。”茄子、西红柿等耐储存蔬菜上市量逐步增加，正是新发地市场保供稳价的一项措施。北京新发地市场宣传部部长童伟介绍，假期临近，新发地市场蔬菜供应一直维持在1.9万吨左右。“平时日交易量超过1.83万吨，供应充足。”童伟说。

蔬菜价格行情也印证了这一趋势。9月23日，新发地市场蔬菜交易量为1.93万吨，加权平均价为3.2元/公斤，价格稳中有降。目前新发地市场蔬菜供应以北京以北及周边蔬菜为主，占交易量的80%左右。同时，南菜也开始北上“探路”，约占市场交易量的20%。

在新发地综合交易大厅一层，牛羊肉、鸡肉、水产海鲜等区域正在有序交易。今年中秋节前，这个由原牛羊肉大厅改造而成的综合交易大厅正式开放，为首都“肉案子”价格稳定再添砝码。经营牛肉20余年的新发地商户张亮告诉记者，自综合交易大厅重新开放后，人气逐渐恢复。仅9月23日当天，他就卖出六七头牛，牛肉供应量稳步增加。新发地市场公布的数据显示，今年中秋节假期，北京市场羊肉消费需求大幅增加，但供应增加幅度仍超过需求增加幅度。整羊价格不升反降，连续回调的走势一直延续到现在。目前整羊价格低价位运行，活羊存栏量充足。

童伟表示，为了丰富国庆节及元旦等节日期间市场供应，市场已经动员商户积极筹措货源，保障充足供应，保证价格稳定。“我们将做好市场监测预警和巡视监察，时刻关注市场供求和价格变化情况，及时采取切实可行的措施，快速处置突发情况和市场波动。”

（上接第一版）近年来，我国明确了新能源汽车发展方向，不断完善相关规划和政策体系，为新能源汽车产业提供了良好的发展环境。新能源汽车行业依托国内拥有超大规模市场优势，在相对完整产业链支撑下，制造水平持续提升。同时，随着“双碳”发展理念的普及，国际市场对新能源汽车的需求也快速增长。

麦肯锡在一份报告中指出，中国电动车领军企业具有明显优势，拥有极具未来感的内饰设计，以及丰富的车联网功能。欧洲车企如果想匹配同样的能力，报价则要高得多。

“走出去”需长期规划

中汽协预测，今年我国汽车出口有望超过240万辆，销量占比有望逼近10%，成为我国汽车产销量的重要组成部分。实际上，根据前8个月数据，240万辆的预测或许有些保守。

中汽协常务副会长兼秘书长付炳锋表示，在汽车产业逐步回归正轨后，仍需关注制约产业发展的诸多不确定性因素。比如，国际环境更趋复杂严峻，世界经济复苏放缓，全球通胀压力居高不下，以及动力电池原材料价格出现上涨苗头、国内疫情多点散发等多重因素为产业链供应链带来不确定性，需要行业密切关注并及时采取有效应对措施。

除了外部环境，汽车出海还面临着

新的挑战。中国机电产品进出口商会汽车分会孙晓红认为，在各方对行业高速发展寄予美好期望的同时，也应该清醒地看到，目前我国汽车产品贸易的主要方式还停留在一般贸易阶段，海外投资设厂规模远不及跨国汽车制造商，配套供应链自主性和品牌影响力仍在建设之中，不能仅靠出口数据来评价一国汽车产品的竞争力。

由单纯的贸易模式，向品牌“走出去”模式转变，正成为部分中国车企出海的新目标。9月16日，蔚来在匈牙利佩斯州投资建设的蔚来能源欧洲工厂完成首座换电站下线，这是蔚来在海外建设的第一座工厂，也是蔚来加电产品的欧洲制造中心、服务中心和研发中心。上汽集团已经在海外建立了伦敦、硅谷、特拉维夫3大研发创新中心，拥有98个生产研发基地。

许海东表示，目前来看，中国汽车出海仍以贸易为主，海外直接投资较少。未来，随着出口量不断增加，车企在海外市场的产品设计、供应链、管理和服务，以及二手车体系建设都要跟上。全球化发展是车企做大做强 的必由之路，也是我国成为汽车强国的重要体现，有实力的企业要勇于开拓。

工业和信息化部近日表示，未来将结合产业发展形势和企业需求，加大政策法规、消费金融、信用保险等政策供给，助力中国品牌“走出去”。

业发展逐步恢复，各地乡村休闲旅游呈现恢复增长态势，为旅游行业恢复发展注入强劲动能。

本次活动突出“体验乡村休闲，品味乡土美食”。活动期间，来自北京、宁夏、浙江等地的代表进行了精彩推介，通过歌舞表演、非物质文化遗产展示等丰富多彩的形式，汇集了一批具有地域特点、传统厨艺、独特风味的乡土美食。

本次活动选在第五个中国农民丰收节期间举办，旨在促进乡村休闲旅游消费，推动休闲农业全面恢复发展。

科学调控蔬菜产销

本报记者 王金虎

“眼下正是蔬菜生产旺季，处于丰产期的主要有黄瓜、西红柿、茄子、辣椒等20余个品种，每日约1.5万吨蔬菜销往全国各地。”山东聊城市莘县农业农村局多种经营办公室负责人苗纪忠告诉记者。

为保障国庆期间蔬菜供应，莘县组织100余名农技专家深入田间地头开展农技指导，确保蔬菜生产达到最佳状态，丰产又丰收。自9月中旬起，莘县组织开展农业投入品执法大检查和农产品流动检测工作。

同时，莘县还积极应用价格指数监测平台和全国价格监测可视化平台，每天汇总县内农产品产量、品种、销量、价格信息，实时跟踪全国平台电商销售数据和重点地区交易信息，科学调控原产地蔬菜价格，确保国庆期间蔬菜价格稳定。

为防范极端天气的影响，莘县还引导全县120余座蔬菜恒温库科学储存蔬菜，当前蒜薹、大蒜、洋

商超供应渠道畅通

本报记者 吴陆牧

国庆假期临近，重庆市璧山区各大商超在做好常态化疫情防控的前提下，积极调运储备各类重要民生商品。

9月24日，记者在璧山区璧城街道的重百商场超市看到，蔬果区、粮油区、肉蛋区的货架上各类商品琳琅满目，供应充足，前来选购商品的顾客络绎不绝，工作人员及时补货，现场秩序井然。“商品种类齐全，价格也很亲民，完全没必要囤货。”正在重百超市内采购生活用品的张女士说。

重百商场超市璧山店店长刘东平告诉记者，为保障国庆期间物资供应充足，商场提前部署，加大对猪肉、果蔬、粮油等民生必需品的储备。“货源库存量非常充足，所有物资都能做到即缺即补，完全可满足市民的需求。”刘东平说，目前，商场的粮油米面储备量已达40吨，蔬菜、肉蛋等刚需品的备货量达到了日常的2倍以上，并且供应渠道一直保持畅通。



黑龙江哈尔滨新区简化行政审批流程——

“无感续证”利企便民

本报记者 苏大鹏

“什么都不用准备、一次都不用跑，许可到期日我们就收到了快递公司送来的全新许可证。”近日，黑龙江哈尔滨新区推出的“无感续证”服务，令哈尔滨完达山奶牛养殖有限公司总经理刘春东惊喜不已。

据介绍，哈尔滨新区积极简化行政审批流程，结合自贸试验区哈尔滨

“不到两分钟就办好了！”不久前，市民刘纲到江苏省宿迁市便民服务中心咨询审批事宜，没想到，一件材料没带的他当场就办成了。既快又好的政务服务，得益于宿迁推行的“超级管理员”政务数据共享改革。

近年来，江苏宿迁持续深化“放管服”改革，全面打响“宿迁速办”区域政务服务公共品牌。特别是近两年，宿迁市职能部门以办事者角度，首创“超级管理员”政务服务共享协调机制，坚持“凡政府部门核发的材料，企业群众不再提交”原则，对未实现互联互通的审批系统开设“市长账号”，通过“超级管理员”归集“孤岛”数据，自动将电子证照推送至申报端。

“此前，很多信息‘躺’在政府各部门数据库里，企业群众来回跑腿，造成

片区实际，针对风险小、长期申请量固定的行政审批许可事项实行“无感续证”改革。“生鲜乳收购许可延续”“种畜禽生产经营许可证延续”等9个事项纳入改革范围，区内多家企业享受到这一政策红利。哈尔滨新区行政审批局农林组组长王清斌告诉记者，这是疫情防控常态化形势下“零接触”的办

江苏宿迁推行“超级管理员”——

数据共享高效优质

本报记者 薛海燕

高频数据，交由具备一定“思考”能力的‘流程自动化机器人’抓取、加工、传输；公民身份信息、社保缴费记录等涉密、低频信息，由人工分析、处置。”“超级管理员”李红说。

当前，“超级管理员”已在宿迁“一件事”集成改革中广泛运用，在减少环节、减少材料、减少跑动、压缩时限等方面成效明显。“不用担心信息泄露，也不必准备一大包材料，最多跑一次，

继李宁推出“宁咖啡”后，又一家知名体育品牌特步也在积极申请“特咖啡”商标。企业跨界做咖啡早已不新鲜，中国石油、中国邮政等央企都已布局咖啡赛道。不少人认为，咖啡赛道已经拥挤了，体育品牌何必再来凑这个热闹？

如果说中国石油、中国邮政等企业布局咖啡业务的核心优势在于邮局、加油站庞大的网点规模，那么李宁、特步等体育品牌试水咖啡业务恐怕是“醉翁之意不在酒”，而在咖啡背后的主力消费群体——年轻人。调查显示，目前国内咖啡爱好者主要为年龄在20岁至40岁的城市中低收入群体，咖啡消费逐渐成为年轻一代的文化符号，并呈现日常化、刚需化的趋势。如此看来，体育品牌做咖啡生意并非简单搞副业，很可能是希望通过咖啡的社交属性与年轻人建立连接，打破消费者对品牌的刻板印象，探寻品牌年轻化的新路径。

体育品牌卖的不仅是咖啡，更是服务。近年来，为应对电商冲击，线下门店各出妙招提高自己的服务质量、优化顾客的购买体验。如今，年轻人的购物需求不只是“买买买”，还很重视消费场景。体育品牌在线下门店卖咖啡，能够满足年轻消费者逛街购物的延伸需求，提升购物体验。因此，拓展咖啡业务可以看作是体育品牌提升零售终端消费体验的一次创新尝试。

卖咖啡也是体育品牌流量运营策略的有益探索。“宁咖啡”出道以来，不少年轻人把李宁线下门店作为网红打卡地，在社交平台晒一杯“宁咖啡”成为时尚。咖啡作为一种有效的营销手段，增强了品牌的话题性、传播度和关注度。

随着“Z世代”成为消费主力，越来越多品牌在年轻化的道路上不断探索。近年来，国产体育品牌呈现年轻化趋势，密码就是抓住了年轻人的消费心理。不过也要看到，咖啡香气固然可以吸引年轻人，但真正让他们

文体市场面面观

体育品牌为

其实，年轻人更愿意为运动品牌的专业性买单。体育品牌还应进一步加大对前沿材料、专业技术的研发投入。近年来，李宁、安踏、特步等国产运动品牌在新产品开发、搭建创新平台等方面均有突破，但与国际知名体育品牌相比，依然存在不小差距。国产体育品牌要走向高端市场，必须在专业性、功能性和可靠性等方面精耕细作，不断提升产品竞争力。

体育用品要加强对潮流风尚的捕捉。当年耐克、阿迪达斯之所以能风靡全球，除了质量过硬，设计理念新潮、更符合年轻人审美也是重要原因。前几年，国内体育品牌抓住国潮风，将产品设计与传统文化相结合，也出现过爆款。不过，品牌要想有持久生命力还需要更多内涵支撑，要加强市场调研研究，不断推陈出新，让产品既展现东方美学、又积极吸收世界潮流精华，如此开放包容才能俘获年轻人的心。

作为体育品牌，不关注年轻人喜欢的运动恐怕迟早会被消费者抛弃。如今，滑板、滑雪、飞盘等小众运动备受年轻群体青睐，这些新项目的许多装备市场大部分被小厂商占领，原因是知名品牌的产品线布局一般会提前两年，很可能赶不上市场最新潮流。追赶市场潮流不一定都忙着去“卖咖啡”，着眼体育用品需求，以快应变，以高效灵活的发展战略适应瞬息万变的市场，国产体育品牌才能获得年轻人的持续青睐。



9月23日，浙江交通集团金温铁路永康东站，满载着五金产品的集装箱堆满站场。永康市是浙江著名的五金之乡，制造业发达，外贸出口需求旺盛，自开通海铁联运以来，当地的五金产品每天通过搭乘海铁联运班列开往宁波舟山港，通关关船销往海外。

胡肖飞摄（中经视觉）

续证”等“五证”改革措施，新增企业连续3年实现两位数增长。以“承诺代替证明，信用代替跑腿”举措推出后，在哈尔滨新区实现用一纸承诺代替许可证书，促进政府从“事前审批”向“事中事后监管”“全程服务”转变。

挂牌5年来，该局将承接的472项省、市、区三级行政许可事项实行“一枚印章管审批”，在全国率先试行“以照为主，承诺代证”改革，在全省率先搭建企业登记智能“秒批”系统，创新实施“无感续证”“一业一证”等举措。

哈尔滨新区行政审批局局长刘惟乔说：“随着各项改革举措的深入推进，哈尔滨新区各项改革融合叠加，营商环境将进一步提升。”

改革很到位。”江苏晟凯博新能源有限公司负责人桂磊感慨地说，“高效优质的政务服务，让我们投资更有信心。”

宿迁市委书记王昊表示，宿迁将持续深化“放管服”改革，通过重点改革再强化、优势改革再提升、短板改革再加力，坚持能减则减、能放则放，力争在简政放权上树标杆，在深化改革创新上打头阵，在优化政务服务上争一流，在事中事后监管上创品牌。