

热点财经

时尚力撬动鹭岛竞争力

解读厦门产业发展密码



前11月 厦门海关签发 1.6万份RCEP证书

今年1月至11月,厦门海关共签发RCEP证书16113份,货值近66亿元,出口企业凭证可在目的国享受关税减免约6600万元。

“今年以来,我们公司每周都会向海关申请优惠原产地证书。以出口日本的货物为例,凭着海关签发的RCEP原产地证书,商品在日本的关税由3.3%降到2.7%,一年可减让超500万元的关税。”厦门厦钨新能源材料股份有限公司外贸部经理小苏说,对于出口企业而言,相关产品可享受关税减让等优惠待遇,关税负担大幅减轻。

厦门海关积极推动跨境贸易便利化,提升国际贸易“单一窗口”建设水平,降低制度性交易成本。在原产地业务领域,通过“自助打印、邮寄签证、预约取证、一企一策、智能审核”五位一体便捷惠企措施,打造一流口岸营商环境,助力企业巩固出口市场份额,壮大外贸发展新动能。

(陈璐来源:厦门日报)

厦启动本外币合一 银行结算账户试点

以前开立不同币种账户,需要分别提供材料,如果发生信息变更,还需逐户修改。现在只需开立一个账户就可以完成多币种资金管理,给企业经营带来了实实在在的便利。12月12日起,厦门市正式启动本外币合一银行结算账户体系试点。

据了解,本外币合一银行结算账户体系试点统一本外币银行结算账户开立、变更、年检、撤销等业务规则,加强对账户的全生命周期管理,强化账户监管和监测,适当实现“资金管理”与“账户管理”分离,有效提升本外币银行结算账户业务便利性。可以说,通过开立本外币合一银行结算账户对多币种资金进行集中统一管理,增强了人民币账户和外币账户的协同管理,极大便利市场主体自主使用和管理多币种资金。特别是对于生产经营中涉及本外币结算的企业来说,本次试点工作的落地,节约了企业财务管理成本,提高了企业跨境贸易结算效率,将有助于提升金融服务实体经济水平。

目前工商银行厦门市分行、建设银行厦门市分行、招商银行厦门分行、兴业银行厦门分行和厦门银行5家银行45个营业网点参加试点。

(吕洋来源:厦门日报)

厦门保障涉疫药品 供应和价格稳定

12月13日,在厦门市市场监管局指导下,厦门市药学会、医疗器械协会、价格协会、商业联合会等相关行业协会联合发起倡议,号召全市各医药用品经营者及相关单位共同向社会做出涉疫医疗药品用品“保质量、保供应、稳价格”承诺。

倡议书发出当日,厦门已有4家新型冠状病毒抗原检测试剂盒生产企业、4家口罩生产企业、31家药品零售连锁总部,近700家单体零售药店签署承诺书,共辐射门店近1600家。

针对群众反映强烈的部分药店售卖“防疫大礼包”等问题,市场监管部门近期加强规范指导,加大价格监督检查力度。

(陈泥来源:厦门日报)

初心。对于市民来说,时尚周展现了新潮的生活方式,也在潜移默化中营造了时尚氛围,增添城市人文底蕴;对于产业端来说,它服务厦门设计、厦门品牌,搭建起连接消费者、商业资源和资本的桥梁。

时尚瞬息万变,每年的时尚周也推陈出新。今年,时尚周更是首度将时尚展搬到户外,并联合多个时尚地标举办系列创意活动。

变的是形式、内容,不变的是目标、

品牌潮·动 深耕运动时尚“厦门造” 百花齐放

“运动时尚”是厦门国际时尚周的关键词。今年,共有80个潮流品牌汇聚时尚周“MIX PARK 潮流运动时尚展”。展出的商品除了传统的服饰鞋帽,还涵盖可穿戴设备、健身器材、户外运动装备等。

琳琅满目的展品实际上也折射出消费需求的变化——在全民健身和消费升级的大背景下,运动时尚消费呈现专业化的特点。

专业化之外,个性化依然是消费者关注的焦点。在本届时尚周运动品牌的秀场,“国潮”元素是当仁不让的主角。如特步旗下新厂牌XTEP-XDNA与“少林”IP合作,传递文化自信。与此同时,本届时尚周“小众运动”的“浓度”也更高。主办方不仅连续第二年举办板式网球比赛,还配套举办腰旗橄榄球趣味赛、浆板体验等。

无论是专业化,还是个性化,都指向一个趋势,运动时尚行业愈加细分,品牌竞相涌现。而随着新赛道的开辟,“厦门造”运动时尚企业频频发力,研发和市场并重,呈现“百花齐放”的良好态势。

例如,亮相本届时尚周的厦门品牌“秋野地”持续推进户外运动装备产品的更新迭代,已跻身业内头部梯队;在厦门设有生产基地的“金史密斯”是小米生态链企业,公司打造的“轻健身跑步机”等产品颇受消费者欢迎;厦企准者体育凭借多项运动科技专利和新潮时尚的设计,成为备受关注的运动品牌;厦企数智引力创新利用AI等新一代技术,打造智能健身镜品牌“IMBODY”,使镜子变身“家庭健身管家”……根据今年认定的新一届“福建省重点培育和发展的国际知名品牌”名单,厦门市上榜的14个品牌中,有三个品牌与运动时尚有关,分别来自奥佳华、康乐佳和秋野地。

“百花齐放”的背后,是厦门厚植产业沃土,拥有良好的产业基础。依托港口和制造的叠加优势,厦门已成为亚洲最大的运动健身器材和按摩器具生产出口基地,以及中国运动鞋服、帆船、运动眼镜和户外用品的主要生产出口基地。安踏、特步、匹克、361°等一批在国际上叫得响的运动品牌在厦门设立



总部,奥佳华、钢宇等为代表的厦门健身器材制造企业大力拓展海外市场,提升品牌影响力。近年来,安踏、特步等还通过海外收购,发力高端市场和国际市场。

人才潮·涌 优势独特扶持给力 厦门原创设计师不断涌现

作为时尚表达的先锋,设计师是时尚产业人才链的核心。厦门国际时尚周发挥资源优势,为原创设计师搭台、赋能。

亮相本届时尚周的“入时”是一个配饰品牌。它背后是面向原创时尚配饰设计师的综合性服务平台,脱胎于由建发星光携手中国服装设计师协会联合发起、主办的中国国际配饰设计大赛。

“通过举办大赛,我们发掘了一批优秀设计师,同时也发现独立设计师普遍存在渠道对接难的痛点。”据相关负责人张盛涵介绍,平台意在通过全链条服务,帮助原创设计师对接供应链和销售渠道,“让设计更有价值,助力设计师商业化成长。”目前,“入时”已与33位设计师签约,拥有2家线下时尚配饰体验空间,1家合作渠道店。

厦门本土优秀设计师、厦门理工学院副教授陈宇则将时尚周喻为一个设计教育的“实践场”,“这不仅是对设

计人才的培养,也是对时尚产业的传承。”陈宇说。

在陈宇看来,以厦门国际时尚周为代表,厦门为设计师成长提供了良好的土壤。一方面,厦门通过政策、资金、载体支持,孵化培育本土设计师及原创品牌,另一方面,厦门的时尚产业及设计教育资源已具有一定基础。

事实上,厦门在2015年就印发了《厦门市加快服装行业发展实施意见》,在人才培养引进、打造独立品牌、调动社会力量等方面进行奖励扶持。2020年,厦门市又对政策进行修订,加大扶持范围,提高扶持力度,并继续实施五年。新政重点扶持本土服装设计师、原创设计师服装品牌,引进高层次设计人才等。

作为政策的受益者,陈宇感触颇深,“近年来,有越来越多的厦门设计师跻身头部,尤其是独立设计师在业界颇具影响力。这些设计师代表着厦门时尚产业的未来,也是厦门服装产业向时尚产业转型的重要支撑。希望厦门能持续通过政策激励引导,推动更多时尚设计人才项目开花结果。”陈宇说。

产业潮·智 本土企业拼科技 从制造转向“智造”

本届时尚周,时尚与科

技融合的特点进一步凸显。而在生产制造、物流等消费者“看不到”的环节,厦门时尚企业也开始“拼科技”,利用新一代信息技术进行转型。

“今年‘双十一’,我们圆满完成所有订单,打好这场物流大战的法宝就是智能数字供应链。”欣贺股份商品总监潘婷婷介绍,公司新建了智能化仓储物流中心,并大量应用机器人作业。同时,公司自主创新设计的双层U型输送线工作站,集“料箱出库、订单分拣、料箱入库”多种功能于一体,极大提升了工作效率。

潘婷婷说,面对快速变化的市场需求,服装企业需要快速反应,通过快速生产、快速设计来推出更多款式。但消费端“个性化”和“碎片化”的需求也为供应链管理带来了更大压力,智能化的解决方案恰是破解上述痛点的关键。

厦门本土女装品牌MSLAN也迈出了数字化转型的步伐。公司总经理陈江福说,尽管对中小企业来说,数字化转型成本高、投入大,但新形势下,数字化是必由之路。他表示,服装企业要善于利用大数据、云计算等技术,通过柔性供应链,串联起生产、流通、分配、消费各环节,推动企业向价值链的高端延伸。

从制造转向“智造”是科技赋能时尚产业的一个缩影。业界普遍认为,科技已成为时尚产业高质量发展的重要驱动力,要充分利用厦门在数字经济领域的优势,开拓更多“时尚+科技”新场景。

值得一提的是,在厦门,已有不少科技企业发挥自身技术优势,为时尚行业输出数字化解决方案。例如,RFID(射频识别)技术领军企业信达物联的产品广泛应用于鞋服供应链及零售端管理,通过在鞋服内植入RFID电子标签,相当于使鞋服有了“身份证”,可帮助企业高效处理分拣、出入库、盘点、结算等问题。美图公司基于在影像领域长期的技术积累,已为众多知名品牌提供AR虚拟试妆服务及新零售解决方案,消费者只需面对摄像头,便能看到自己上妆后的样子,优化了线上购物体验。

(林露虹 蔡绵绵来源:厦门日报)