经济日报 ECONOMIC DAILY

驱动消费复苏 助力企业纾困

——多地整合电商平台优势推动出口转内销

区域看点

随着企业有序复工复产，各地纷纷出台政策，推动企业借力电商平台拓展国内销售渠道。

上海为外贸企业联系内销平台，加快传统企业数字化升级，为消费者提供最大实惠。广东东莞整合各电商平台的资源和力量，借助“电商+直播”新模式，推动企业出口转内销，开拓国内市场。

在位于河北省灵寿县的河北益康功能材料有限公司生产车间，工人在缝制清洁巾。石家庄市灵寿县通过对外贸企业的帮扶，落实各项惠企政策，在做好疫情防控的同时，助力当地外贸企业有序复工复产，满足国内外市场需求。 梁子栋摄（新华社发）

上海启动“出海优品云购申城”

本报记者 沈则瑾

上海市商务委会同相关部门全力推动稳外贸系列措施落地，积极引导支持外贸企业通过电商平台拓展国内销售渠道，助力外贸企业纾困解压。近日，上海电商平台支持外贸出口产品内销暨“出海优品云购申城”活动启动。

据了解，上海市商务委和相关部门在前期调研摸底过程中，了解到一批外贸企业受新冠肺炎疫情影响，境外市场需求不足，国外客户订单缩减或取消，产品面临积压风险。为解企业之困，上海市商务委第一时间与拼多多、i百联、爱库存等电商平台积极对接，为外贸企业联系内销平台。

针对外贸企业产品质量过硬、线上销售经验不足等特点，上海市商务委和相关部门分3批为近600家外贸企业提供网上店铺装修、线上营销、物流配送等专业培训，并开设网上“微课堂”，帮助企业尽快熟悉国内销售渠道和规则。

对此，各电商平台积极响应，纷纷在各自APP或网站开通了上海外贸企业产品专区，包括服装服饰、家用纺织品、餐厨卫浴、日用消费品等各类商品，进一步满足消费者个性化、多元化购物需求，消费者可通过APP或网站浏览选购各类商品。各电商平台还为专区内外贸企业提供数据支持、流量资源，并结合自身特点推出了一系列支持措施。

上海将通过这次活动进一步加快传统企业数字化升级进程，积极探索建立支持企业通过电商方式出口转内销工作的长效机制。

上海市商务委根据外贸转内销商品特点，分类梳理出口企业千余家，涉及10大类40小类500种商品，包括服装服饰及配件、家用纺织品、餐厨卫浴、日用消费品、食品、文体用品及旅游休闲用品等。从4月28日到6月底，大批上海外贸企业将陆续登陆拼多多、爱库存、i百联等电商平台，为消费者带来优质外贸产品。

根据计划，上海将按照自愿原则，分批推动1000家左右外贸企业进入电商平台，促成1亿件外贸商品登陆上线，力争达到百亿元商品销售额，使之成为一次上海优质外贸出口产品大巡礼。

此次上线的首批百家企业绝大部分为拥有自主品牌或拥有国内商标的优质外贸出口企业，产品质量高、性能好。比如，上海思乐得实业有限公司两款不锈钢保温壶均获得“红点”奖，全钢法压壶获“iF”奖及美国工业设计优秀奖（IDEA奖），能指路的野营水壶获“iF”奖、单手直饮运动瓶获“中国红星奖”。上海海琛国际贸易有限公司的智能箱包，将旅行箱功能与手机端相结合，与APP情景联动，带有自动称重、智能解锁、远距离报警等功能。上海信诺服饰有限公司的毛针织衫拥有专利技术，“一根丝线织到底”的工艺使产品具有较好的弹性和舒适性。这些公司计划通过活动打响自有品牌，调整内外销比例，进一步打开国内市场。

这次活动一是为消费者提供最大实惠。通过外贸企业登陆电商平台的形式，打破传统企业与终端消费者之间的零售环节，消费者从而得以更优惠的价格购买各类商品。同时，叠加各类优惠活动，为入驻外贸商品加大力度推出一批折扣优惠活动。二是积极提升消费场景体验。发挥在线经济优势，积极推动外贸企业通过“云模式”开展国内营销推广，通过线上促销、工厂产线直播等宣传形式，加大出口转内销商品对消费者的吸引力。此外，还将根据企业需求，探索通过网红直播带货、产品试用等方式，为入驻电商平台的外贸企业开展线上销售提供支持，吸引更多消费者。三是确保放心消费畅购无忧。各外贸企业将签署线上销售商品质量声明，确保产品质量。各电商平台也将加大产品质量保障力度。

东莞借助网络直播带货、网络红人“引流”等全新销售模式，推动以销带产、以产促销，拉动“东莞制造”开拓内销市场。 （资料图片）

“东莞制造”线上绽放

本报记者 郑 杨

近日，国际制造名城广东东莞市政府与阿里巴巴、拼多多、京东集团、苏宁集团、字节跳动（抖音）、盟大集团、天音互动7大电商平台开展合作，共同启动了“品质东莞线上绽放”活动。东莞市政府围绕“保订单、稳市场”，期待发挥“东莞制造”产业优势，整合各电商平台的资源和力量，借助“电商+直播”新模式，推动企业出口转内销，开拓国内市场。

东莞市政府联合7大电商平台，以“政府+电商+社交平台”新模式，共同推出全城直播带货活动。东莞市副市长万卓培在民盈·国贸城主会场与东城、厚街、大朗、虎门4镇的直播间实行了现场连线互动，并到各大电商平台直播间帮助企业“带货”。他表示，希望广大企业积极参与，选取适合自己的平台和方式，积极拥抱电商直播等新业态。

据介绍，此次参与合作的电商平台，均具备良好的渠道优势和平台热度。东莞市将充分发挥制造业优势，搭建龙头电商企业与东莞特色产业对接平台，借势网络直播带货、网络红人“引流”等全新销售模式，政企共同探索对企扶持新方式，推动以销带产、以产促销，拉动“东莞制造”开拓内销市场。

东莞市商务局有关负责人告诉记者，在当前海外需求萎缩情况下，东莞的核心任务是帮助企业转向国内市场。近年来，东莞支持企业拓展内销市场已取得了积极成效。2019年全市外资企业内销4425.1亿元，同比增长10.1%。

东莞凭借制造业发达、产品门类齐全、产业配套完善等优势，正在直播电商领域形成集聚发展效应。此次与多家龙头电商平台签约，达成战略合作，将更有效地推动东莞产业结构转型升级、实现高质量发展。

“区”动力

大数据“靶向”服务桂鄂产业链

本报记者 童 政 中国县域经济报记者 陈自林

随着企业有序复工复产，广西充分发挥税收大数据分析优势，细致梳理广西与湖北企业存在上下游关系的企业税收数据，帮助企业有效解决受新冠肺炎疫情影响导致信息不对称、上下游衔接不畅等问题，助力桂鄂企业在供应链、物流链、产业链等方面对接。

“以前，公司生产所需的基础原材料供应商主要集中在南非和北美等国家，疫情影响了原材料上游供应链，造成公司生产原材料短缺，公司订单只能延迟交货。好在北海市税务部门工作人员利用大数据分析，帮助我们及时与武汉京东方及其下属公司对接。我们复工后集中从武汉采购原材料，大家互相搭把手，一切都会好起来的。”北海宣臻科技有限公司财务经理高星星说。

高星星告诉记者，北海市税务部门在了解到该公司上游原材料出现问题后，利用大数据分析平台，梳理出京东方与其存在上下游关系后，第一时间联系企业，使桂鄂两省企业“成功牵手”。

中化农业生态科技（湖北）有限公司是湖北地区化肥生产的龙头企业，是中化化肥有限公司广西分公司上游企业。南宁市税务部门通过大数据平台发现中化化肥有限公司广西分公司同比去年销售发生了较大波动，税务部门派出工作人员为该企业开展一对一的重点税收辅导和分析上游企业存在问题以及解决办法，尽可能减轻企业税收负担。

中化化肥有限公司广西分公司负责人李岩告诉记者：“税务部门的相关政策使公司减轻了税费压力。公司将节省下来的资金用于打通化肥产业链。公司3月份的销售额是2月份销售的2.3倍，现金流恢复正常状态。当前，广西区域的化肥供需恢复正常水平，农业的春耕春产化肥供应在有序恢复当中。”

桂鄂企业一家亲。为了缓解湖北上游企业的生产经营困难，该公司与中化农业生态科技（湖北）有限公司共同协调铁路运输，并增加从湖北的进货量。2020年第一季度，该公司从中化农业生态科技（湖北）有限公司进货10000吨，较2019年同期新增了4300吨，同比增长了196%。

柳州市是广西的工业重镇。为了帮助湖北关联企业复工复产，该市阳和工业新区税务局充分利用税收大数据平台，动态掌握辖区企业复工复产情况，梳理2019年从湖北地区采购原材料较多的企业。该局针对相关企业在疫情期间从湖北进货困难的情况，着力打通企业供需两端，为企业复工复产助力。

“公司复工后，上游的外地供货商受疫情影响无法正常供货，造成原材料短缺。税务工作人员在开展‘一对一’政策辅导时，了解到我们面临的困境，通过大数据平台增值税发票税控系统联系到了符合企业采购条件的供应商中信泰富特钢集团股份有限公司，协调公司向该企业位于湖北境内的子公司采购了原材料热轧方钢140吨，解决了原材料采购难问题。”柳州欧维姆机械股份有限公司财务负责人陈剑勇告诉记者。

发现

以赛促销售 用赛提品质

贵州『斗茶』带来蝴蝶效应

本报记者 王新伟 吴秉泽

2020年贵州春季斗茶大赛系列活动日前圆满落幕。贵州省9个市（州）贵安新区经过42场初赛，从526家企业672种茶样中推选出4大类133只茶样参加省决赛。其中，绿茶71只，特异品种绿茶14只，红茶38只，古树茶10只。

自2015年以来贵州省斗茶大赛连续举办，今年是第七届。

贵州省历届斗茶大赛坚持斗规模、斗工艺、斗品质、斗标准、斗安全、斗大众好茶理念，促进产销对接，带来蝴蝶效应。

贵州省各级各部门组织在企业、在茶区、在县里、在市里、在省里开展斗茶活动，并扩展到省外目标市场贵州茶经销商。从产地到销区、从加工企业到茶叶经销店，从专家评茶到大众参与，随着斗茶的范围不断拓展，影响力越来越大。

以市场为导向，以赛促销。专家认可、消费者信赖的产品才真正好。

贵州省斗茶坚持市场导向，促进产销对接。以消费者的视角、市场的眼光来审视贵州茶产品，斗茶不仅是一次工艺大比武、大比拼，更是一次检验贵州茶产品市场竞争力难得的机会，还是展现贵州茶产业综合实力的一个平台。

贵州省通过持续开展斗茶活动，让省外专家、学者、爱茶人士和消费者更直接地全面认识贵州茶、了解贵州茶；联动省内生产厂家和省外经销商，更是一次开展产销对接，促进黔茶“走出去”的好机会。斗茶大赛大幅提升了贵州茶企信心，不仅促进了茶叶销售，更展现出了贵州茶产业在脱贫攻坚中的主动担当。

贵州省农业农村厅副厅长、省茶产业发展领导小组副组长胡继承说：“斗茶斗规模、斗工艺、斗品质、斗标准、斗安全已深入人心，斗茶的宗旨是倒逼企业提高茶叶加工技能、茶园管理水平。”

今年斗茶活动期间，贵州省组建了茶产业专家服务团队，密集到茶区开展全产业链技术服务。目前，已经在9个市州26个茶叶主产县开展了42场次技术培训，培训企业技术骨干2000余人次，在茶园、茶叶加工厂等生产一线现场发现问题、现场解决问题。

同时，在斗茶比赛中，组委会还开展了采茶技能竞赛活动，提升茶农采茶技能，促进茶青下树，增加农民收入，倒逼茶园提高管理水平，优化产品结构，全面提升产业链。

茶产业已成为贵州省脱贫攻坚的支撑力量、优势产业的发展龙头、生态产业的重要抓手。目前，贵州省茶园面积已达700万亩，投产面积601.7万亩，连续七年居全国第一；全年茶叶产量40.1万吨、产值451.2亿元，茶产业辐射带动356.1万人，带动贫困户34.81万人，脱贫17.46万人，涉茶人员年人均收入10699.08元，其中涉茶贫困户人均年收入5722.79元。

产业带动 文化兴市

拉萨建设唐卡产业园

本报讯 记者代玲、通讯员嘎玛多吉报道：截至4月下旬，西藏拉萨打造的全国规模最大、产业链最完整的唐卡文化艺术产业园已完成建设进度的65%，并将于今年拉萨雪顿节试运营。该项目以唐卡产业、休闲文化旅游产业作为双引擎，全力打造西藏唐卡文化产业品牌，力争成为中国唐卡文化高地及唐卡文创产业高地和西藏文旅新地标。同时，积极探索建立西藏唐卡人才培养模式，建立唐卡创作职业教育中心、唐卡艺术培训机构和贫困地区人员唐卡培训学校，助力脱贫攻坚。

近年来，拉萨市大力实施文化兴市战略，涌现出了一大批产业带动强的文旅项目。西藏文化旅游创意园区成为国家级文化产业示范（试验）园。建筑面积2万余平方米的唐卡文化艺术产业园就位于西藏文化旅游创意园区内。

据悉，唐卡文化艺术产业园项目在保护、传承和发展西藏传统文化的基础上，集唐卡艺术品制作、加工、展示、销售、研习、体验于一体，配套休闲旅游、教育培训和唐卡艺术主题的大型文旅产业园项目。园区以藏唐卡文化产业园、唐卡博物馆为核心，配套建设唐卡绘制大师工作室、唐卡展示营销中心、创作职业教育中心、唐卡产品互联网交易平台、贫困地区人员唐卡培训学校、各流派唐卡文化绘制展示区和商业区及配套物流中心、运营管理等多个功能区。

投入使用后，园区唐卡生产营销企业和个体工商户总数将达上百家，唐卡绘制艺人和从业人员达千余人，本地中高端唐卡年产量达百幅以上，唐卡产值达千万元以上，形成了一批有实力的唐卡生产企业和有影响力的唐卡文化品牌。

此外，园区还将致力打造世界一流唐卡博物馆；建立唐卡绘制基地、唐卡原料画材制作加工基地和唐卡营销中心；用数字化手段VR、AR，打造沉浸式体验园；借助国家信息中心的“一带一路”网，让唐卡产业园面向全球；积极打造唐卡产品互联网交易平台(易拍网、拉萨唐卡网办公及运营地)及配套物流中心，搭建网上唐卡鉴赏和营销平台，建设唐卡文化资源数据平台；筹建唐卡职业教育基地，使产业园成为集教学、研究、创作、展览、论坛、体验、扶贫等功能于一体的唐卡艺术城；成立唐卡从业者协会，制定唐卡行业标准；利用声、光、电科技手段，打造唐卡网红地，力争成为国家级夜间文旅消费集聚区；打造文化和旅游示范区，积极申报“国家文化产业和旅游产业融合发展示范区”。

本版编辑 陈 艳 陶 玛