

# 宁波舟山港：海陆双驱融入一带一路

■ 本报记者 苏旭辉

“全球首个货物吞吐量超十亿吨大港”“世界集装箱运输发展最快的港口”“中国深水泊位最多的港口”“中国超大型巨轮进出最多的港口”……宁波舟山港有着众多的港口之最。站在高台上俯瞰整个舟山港，蔚为壮观，六、七层重叠的集装箱整齐排列，一眼望不到边。大货车七、八成队运行不止。

宁波北仑第三集装箱码头有限公司副总经理徐伟武告诉《中国贸易报》记者，“2018年5月，浙江省召开对外开放大会提出，对标世界一流水平打造宁波舟山国际枢纽港等十大举措，进一步促进了浙江省海港集团、宁波舟山港集团发挥浙江参与实施国家战略、建设‘海洋强省’的主抓手和全省港口投资、建设、运营的主平台、主力军作用，推动宁波舟山港海陆双驱融入‘一带一路’建设。”

## 优势突出 内外辐射便捷

宁波舟山港地处中国大陆海岸线中部，位于“丝绸之路经济带”和“21世纪海上丝绸之路”的交汇点，素有长江经济带的南翼“龙眼”之

称，紧临全球最繁忙的国际主航道，区位优势突出，内外辐射便捷，是中国沿海向各大洲港口运输的理想集散地。

徐伟武讲道，“全省合力、区位优势、深水良港、服务品牌四大优势为宁波舟山港全力打造‘一带一路’最佳结合点创造了良好条件。”

徐伟武表示，浙江省提出“5211”海洋强省行动，为宁波舟山港提供了与众不同的叠加共振机遇。其中的“5”，是指统筹推进浙江海洋经济发展示范区、舟山群岛新区、舟山江海联运服务中心、中国（浙江）自由贸易试验区和义甬舟开放大通道建设“五大战略”，每一项都与宁波舟山港紧密相连。“2”是指海洋强省、国际强港“两强”战略目标，“11”是指11项重点工作措施，也都与宁波舟山港息息相关。

在这样的机遇下，随着浙江省海洋港口一体化发展，宁波舟山港实质性一体化，浙江“五港合一”、浙江省“一体两翼多联”港口布局逐步实现，浙江成为全国乃至全球同等行政区域中真正实现海洋港口一体

化、协同化、集群化发展的先行者，在全国海洋港口发展提供“浙江方案”的同时，也给宁波舟山港对接融入“一带一路”、长江经济带、长三角一体化等建设提供了强大的全省合力优势。

宁波舟山港目前保持着每小时235.6自然箱的桥吊单机效率世界纪录。在马士基航运旗下1.8万标准箱船挂靠的全球港口中，宁波舟山港的船时效率、在泊效率始终位列前茅，为船公司投入“21世纪海上丝绸之路”运营的船舶加快周转、增加经济效益创造了条件。

## 对接“一带”融入“一路”

“一带”向陆，“一路”向海，港口具备双向强大支撑才可能成为海、陆双枢纽最佳叠加点。

宁波舟山港集团文化新闻中心主任胡泽波介绍说，“宁波舟山港加大与全球航运巨头合作，加强丝路沿线国家和地区航线航班开发力度，成为名副其实的‘21世纪海上丝绸之路’国际枢纽大港。对比2013年、2018年，宁波舟山港‘一带

一路”航线从73条增至90余条，全年航班从3654班升至近5000班，全年箱量从753万标准箱增至超1000万标准箱。其中，东南亚航线从200条增至目前的38条，覆盖越南、泰国、缅甸、马来西亚、印度尼西亚、新加坡、菲律宾、柬埔寨等东南亚主要国家，成为东南亚国家输往日韩、北美等地国际贸易货源的重要中转站。可谓真正融入‘一路’。”

在对接“一带”过程中，宁波舟山港北仑、镇海两个港区直通铁路，作业能力达45万标准箱，已成为中国南方海铁联运业务量第一大港、对接“丝绸之路经济带”的重要枢纽。截至目前，全港海铁联运班列已开通17条，业务范围涵盖江西、安徽、陕西、甘肃、新疆等15个省份50个城市，进而延伸至中亚、北亚及东欧国家。2018年初，宁波舟山港迎来首列渝甬（重庆-宁波）沿江铁海联运国际班列。短短2个月，后，“一周一班”的班列升级为“一周三班”，使宁波舟山港成为同时衔接“一带一路”沿线国家和地区与长江经济带的重要枢纽港。

## 国际商情

### 乌克兰肉类产量有所增加

乌克兰国家通讯社12月18日消息，国家统计局的数据表明，乌克兰企业加快了肉类生产的步伐。在今年的11个月里，牛肉产量增长15%，猪肉产量增长5.8%，绵羊和山羊肉的产量增长2.6%，禽肉（主要是鸡肉）产量增长10.7%。

1-11月，国内企业出售了15.08万吨牛肉、47.07万吨猪肉、2000吨绵羊和山羊肉以及100万吨42.39万吨禽肉。

在短短的5年中，乌克兰已经从禽肉进口国发展成为净出口国。现在，乌克兰在全球供应商中位列前10，在欧盟国家中排名前3。生产基础设施的更新促进了乌克兰禽肉的创纪录增长。

乌克兰鸡肉的最大生产商和出口商是Mironovsky Hleboproduct公司。该公司产品出口占比87.9%，去年，该公司为乌克兰带来4.5亿美元的外汇收入（总额为5亿美元），同时新建的文艺复兴农场的产量有所增加。

### 菲律宾明年仍将是最大的大米进口国

据菲律宾《星报》近日报道，美国农业部外国农业服务局(USDA-FAS)数据显示，菲律宾成为本年度全球最大的大米进口国，达到创纪录的320万吨。到明年，菲将继续保持世界第一大米进口国的地位，预计将进口约270万吨大米，高于中国的240万吨。

菲大米进口量从三年前的80万吨增加到今年的320万吨，几乎增加了三倍，占全球大米进口总量的7%以上。相比之下，中国在全球大米进口中的份额却几乎下降了一半。

美国农业部表示：“全球贸易几乎没有变化，菲律宾和加纳进口增加的部分抵消了中国进口减少的部分。”

### 博禄拟扩大东非和东南亚市场

《国民报》近日消息，阿布扎比化工公司博禄(Borouge)希望在东非和东南亚扩大市场，以满足当地需求。作为阿布扎比国家石油公司与奥地利北德化工的合资企业，博禄正在大规模扩大其化学品生产能力。作为重要市场的中国，博禄也准备进一步扩张，并“向内陆转移”。博禄在上海运营着一个9万吨的混炼厂。博禄新加坡销售和营销部门首席执行官Wim Roels表示，中国、印度和开始开放的东南亚发展中国家，例如缅甸、老挝、柬埔寨是公司今后发展的方向。此外，公司也将精力重点放在中东和非洲，主要是在东非，如肯尼亚、坦桑尼亚、埃塞俄比亚以及埃及。

(本报编辑部编译、整理)



河北省唐山市充分发挥面向东北亚和辐射京津冀两大区位优势，建设跨境电子商务综合试验区，取得良好效果。据介绍，目前该试验区跨境电商综服平台入驻企业699家，跨境电商贸易额达150多亿元。图为在唐山京东港保税物流区，跨境电商企业工作人员在整理货物。新华社记者 杨世尧 摄

## 广西自贸试验区南宁片区新增企业突破1300家

本报讯 中国(广西)自由贸易试验区南宁片区不断释放投资吸引力。广西南宁五象新区管委会办公室主任吕曦近日介绍说，截至11月底，中国(广西)自由贸易试验区南宁片区新增企业1300多家。

今年8月，中国公布新设六个自贸试验区总体方案，由南宁、钦州港、崇左三大片区组成，总面积119.99平方公里的中国(广西)自由贸易试验区在列。其中，南宁片区坐落于五象新区。

根据规划，广西自贸试验区南

宁片区实施范围46.8平方公里，将重点发展现代金融、智慧物流、数字经济、文化传媒等现代服务业，大力发展新兴制造业，打造面向东盟的金融开放门户核心区和国际陆海贸易新通道重要节点。

记者从南宁市官方近日举行的新闻发布会获悉，目前，面向东盟的金融开放门户南宁核心区建设全面加快推进，一批银行、保险机构入驻，中银香港东南亚业务运营中心、中国太平保险集团东盟保险服务中心揭牌运营。中国—东盟金融城基

础设施进一步夯实，邮储银行、兴业银行等项目建设进入装修阶段，117栋高层建筑累计完成封顶97栋，竣工投入使用累计57栋。

同时，中国—东盟信息港南宁核心基地加快建设，截至今年11月，信息港南宁核心基地五象项目库已入库重点项目近60个，计划总投资422亿元人民币，基本完工项目24个，在建项目15个，累计完成投资245亿元。

中国—东盟新型智慧城市协同创新中心聚集了包括科大迅

飞、华为等20多家企业；广投数字经济示范基地投入使用，入驻了数字广西总部、中国—东盟(华为)人工智能创新中心、广西数字金服、广西数字征信等20多家企业，广西数字经济产业基地打造力度加大；中国—东盟检验检测认证高技术服务集聚区6个东盟中心建成启用。

此外，中国—东盟地理信息与卫星应用产业园(地理信息小镇)、中国移动(广西)数据中心、中国电信东盟国际信息园等一批数字经济

项目加快建设，浪潮集团东盟运营总部等一批加快推进项目前期工作。健之晋卫星导航产业园、迈越大数据云计算设备生产基地、润建云计算中心项目等成功落地。

据悉，自今年8月30日揭牌以来，广西自贸试验区南宁片区坚持高标准建设、高质量发展，项目建设热火朝天。挂牌以来，南宁片区新增企业突破1300家，其中外资企业12家，世界500强企业3家，中国500强企业1家。

(杨志雄)

# 年轻消费者正重塑奢侈品业未来

■ 本报记者 刘禹松

在全球其他地区，奢侈品市场销售额则下降5%，总额为120亿欧元。除了迪拜正处于缓慢复苏期之外，中东其他地区由于消费者信心下降和地缘政治不确定性的影响，奢侈品市场停滞不前。

2019年，全球线上渠道的占比继续不断扩大，目前已占到整体奢侈品市场的12%。数字化渠道对消费者的影响与日俱增，不仅体现在线上，也体现在线下实体店购买中。实体店渠道将进一步被数字化渠道所颠覆，贝恩公司预期，全球奢侈品实体店数量将于2020年达到最高点。

## 谁是未来奢侈品消费主力军

“千禧一代”(也称“Y世代”，泛指1980-1995年间出生的人)已经成为奢侈品消费的中坚力量。2019年，他们贡献了全球奢侈品总消费的35%，到2025年，预计将进一步提升至45%。然而，真正有望重塑奢侈品行业未来的是更年轻的“Z世代”：到2035年，Z世代有可能占到奢侈品消费者的40%，他们的消费行为也将有别于过去几代人。

布鲁诺表示：“Z世代将是未来奢侈品市场的新消费主力军，他们在亚洲奢侈品市场的规模与日俱

增。Z世代消费者认为自己是奢侈品牌创意与对话的关键参与者，他们回归对产品、门店的关注以及与品牌的线下互动，希望与品牌建立真正的情感联系。”

社会责任感依然是奢侈品消费者在购物时考虑的一大因素，且不仅限于环境影响。80%的奢侈品消费者表示，他们会更青睐有社会责任感的品牌，这点在千禧一代中更加突出。此外，60%的奢侈品消费者认为，奢侈品牌在履行社会责任方面应该比其他行业更为积极。

## 如何看待二手奢侈品市场

2019年全球个人奢侈品二级市场实现增长，整体销售额达260亿欧元，奢侈品消费者消费理念的转变助力这一商业模式成为典范。

布鲁诺表示：“我们认为二级市场是奢侈品牌触达新受众、拓展客户群的潜在渠道，对许多消费者来说，这可能是他们初次购买奢侈品，奢侈品牌不应该将二级市场视为威胁，而应该从战略角度对其进行管理，才能抓住发展机遇，挖掘最大潜力。”

在个人奢侈品品类中，鞋履和珠宝是2019年增长最快的两个品类，均实现9%的增长，其次是皮革制品增长7%和美妆产品增长3%。

手表品类整体表现疲软，下滑2%。近年来，一些新生势力美妆品牌凭借以客户为中心的营销策略，表现优异，取得了令人瞩目的业绩。

## 如何抓住日益壮大的奢侈品消费人群

贝恩预计，随着中产阶级规模不断壮大，尤其在亚洲，到2025年全球奢侈品消费客户群预计将从2019年的3.9亿增至4.5亿。这将进一步刺激入门级奢侈品细分市场的增长——2019年入门级奢侈品已占据相当的市场份额，例如在皮革制品中占35%，在珠宝中占30%。同时，还将带动折扣渠道增长——2019年折扣渠道的销售增长11%，达360亿欧元。

“展望未来，奢侈品牌需要通过更加个性化的方式与客户建立联系。年轻一代消费者个性多元化、视野国际化、自信有主见，因此奢侈品牌所提供的产品和体验，以及所传达的理念必须相互融合，以迎合年轻一代消费者的情感诉求。尽管目前创新速度已经很快，但是不断涌现的新消费模式、演变的渠道发展以及变化的消费者需求，都对奢侈品牌的快速适应能力提出更高的要求。”布鲁诺说。