

闻香而动,一杯咖啡里的经济

小小的咖啡豆,却是重要的大宗商品,关联着一条长长的产业链条。近年来,中国咖啡市场快速发展,氤氲的咖啡香气里,蕴藏着消费之变、产业之变、市场之变。闻香而动,一杯咖啡里的经济就此展开。



在浙江省丽水市青田县一家咖啡店内拍摄的该店陈列的咖啡豆。 新华社发

“新赛道”成为“快车道”

25平方米,没有座椅,门帘挨着菜市场……冬日严寒,这家位于北京三源里菜市场里的咖啡小店站满了顾客。27岁的明明慕名前来打卡,点了手冲咖啡的豆单,“听说像一场‘咖啡豆流水席’”。

冲泡、分装……不同风味的咖啡豆被循环煮着。“这杯有‘冬天下的小木屋’的味道。”“对,这是深烘的豆子。”……店员为客人介绍着各种咖啡豆冲煮后的不同表现,如同一节“迷你”的咖啡品鉴课。

这家店隶属国内咖啡连锁品牌 Grid Coffee。一年多前,该品牌前身还是一辆卖黑咖啡的咖啡车,如今却拥有了25家门店,并计划在明年“解锁”更多新城市、开设150至200家门店。

Grid Coffee的成长轨迹,是近年来中国咖啡市场快速发展的缩影。

“几乎每天都会下一杯拿铁或美式。”在“95后”张大致的外卖App里,咖啡订单占据大半。越来越多的人习惯在通勤路上随手外带一杯咖啡,或是三五同事一起点咖啡外带。

从速溶,到现磨;从罐装,到挂耳……咖啡及其制品渗透线下店铺及线上电商。上海的永康路、广州的东山口、北京的东四……越来越多的城市拥有了“咖啡角”。

一组数据印证中国咖啡市场:目前,我国咖啡豆年消费量近30万吨,咖啡年进出口贸易总额近50亿元,咖啡类企业超22万家,咖啡类企业注册增速超20%,年均咖啡消费增速超15%。

中国连锁经营协会报告指出,在连锁餐饮企业中,咖啡是2022年获得最高平均投资金额的细分品类之一,多家咖啡企业已完成多轮融资。

“请给贵州刺梨一个机会!”——从北京前往贵阳出差的叶先生,在街边饮品店的菜单上看见了这句推荐语,就下单一杯“刺梨美式”,“这个搭配很独特,味道也不错”。

从酱香拿铁,到柚子美式;从哈尔滨冻梨咖啡,到西湖龙井拿铁;从咖啡奶茶化,再到咖啡甜化……国人在咖啡上施展的“创新力”惊人,给咖啡贴上了“年轻”“潮流”等等更多标签,咖啡消费从功能需求不断转变为品质体验。

在咖啡口味不断“翻新”的同时,咖啡特有的社交属性和文化属性不断发挥,更趋精品化、个性化、本土化。

一颗小小的咖啡豆,牵拉着一条长长的产业链:上游涉及咖啡豆的种植、采摘、初加工等,价值贡献较小;中游是咖啡豆的深加工,下游则是不同咖啡成品的各类品牌,属于高利润区。

在江苏昆山山太咖啡生豆分拨中心,一袋袋来自埃塞俄比亚、巴西等国的咖啡生豆汇集于此。致力于打造咖啡产业链,昆山已吸引30多家咖啡产业重点企业扎根,2023年前11个月咖啡生豆进口同比增长超200%。

串“豆”成“链”,中国咖啡供给和需求持续增加,释放出更强的供应链动能。越来越多的国际咖啡品牌布局中国,开拓市场。

意大利LAVAZZA,在上海开出中国首店,也是其亚洲首店;美国蓝瓶咖啡,自起步阶段就在上海设立专门烘焙厂;星巴克中国咖啡创新产业园落成投产,标志着星巴克在华实现了“从生豆到咖啡”产业链上下游的完整闭环……

“舶来品”遇上“本土化”

开设在由水泥厂改造而成的乡村图书馆里,陈列着孙悟空、葫芦娃与黑猫警长等经典国漫卡通造型……在浙江省湖州市安吉县天荒坪镇余村村的一家国漫主题咖啡店,几乎每个周末,都有一两千名游客慕名而来。

美团、大众点评数据显示,过去半年,咖啡+书店相关的评价笔记同比增长超1倍,咖啡厅团购订单量同比增长超400%。“咖啡+书吧”“咖啡+露营”“咖啡+花店”“咖啡+旅行”等新业态不断涌现。

“小豆子”孕育“大市场”

牙买加的蓝山咖啡、巴拿马的瑰夏咖啡、印度尼西亚的猫屎咖啡……无论是进博会,还是消博会、链博会,各国的咖啡豆“同台竞技”,“跳”入中国消费者的杯中。

“进入中国市场以来,每年销量呈上升趋势。”首届链博会上,火船咖啡公司市场部负责人蒋嘉雯看好咖啡在中国的发展潜力。

在咖啡走进中国的同时,中国的咖啡产业也在不断发展壮大、积极延伸拓展产业链条。

冬日的午后,阳光洒在云南省普洱市的小凹子咖啡庄园,从事咖啡生意30多年的廖秀桂正检查着咖啡豆的质量。

“曾经,大家都靠卖原料为主,行情有涨有

跌,但总体效益偏低。”廖秀桂说,为改变局面,他转型经营精品咖啡豆。如今,庄园人气高涨,多地咖啡爱好者慕名前来品鉴、购买咖啡,参观种植园、加工端。

从普洱到保山,从临沧到德宏……云南咖啡的香气不断飘至全国、越过国门,越来越多的咖农购买了新家电、新能源汽车,他们笑称这些商品是“咖啡牌”。

作为中国最大的咖啡生产地区,云南占据着全国98%的咖啡产量。近年来,云南大力推动精品咖啡庄园建设,努力建成全球重要的精品咖啡产区。“这是产业发展的方向,对延长咖啡产业链有着积极作用。”云南省农科院热经所副研究员姜予强说。

需求侧拉动与供给侧升级,共同推动中国咖啡行业快速发展,构建了广阔的发展前景。

据新华社北京1月15日电

新版稳外贸稳外资 税收政策指引发布

新华社北京1月16日电(记者 韩佳诺 申铖)国家税务总局发布新版《稳外贸稳外资税收政策指引》,在此前发布版本的基础上,对现行有效的相关税收支持政策和征管服务举措进行梳理更新,方便纳税人更好了解政策、适用政策,为外贸外资发展营造良好税收环境。

这是记者16日从国家税务总局获悉的。国家税务总局政策法规司有关负责人介绍,新版《稳外贸稳外资税收政策指引》分为稳外贸政策和稳外资政策两大领域,共包括51项具体内容。其中,稳外贸相关税收政策包括出口货物劳务税收政策、跨境应税行为增值税政策、外贸新业态税收政策、出口退(免)税服务便利化举措等19项。稳外资相关税收政策包括鼓励外商投资税收政策等32项。

目前,新版《稳外贸稳外资税收政策指引》已在税务总局官方网站发布,纳税人可以登录查询适用自身发展的税收支持政策,充分享受政策红利。

我国国内有效发明专利数量突破: 400万件 世界首个!

新华社北京1月16日电(记者 宋晨 张泉)国家知识产权局副局长胡文辉16日在国新办举行的新闻发布会上介绍,截至2023年底,我国国内(不含港澳台)发明专利拥有量达到401.5万件,同比增长22.4%,成为世界上首个国内有效发明专利数量突破400万件的 国家。

胡文辉介绍,我国国内(不含港澳台)发明专利有效量达到第一个100万件用时31年,而突破第4个100万件仅用时一年半。在这400多万件有效发明专利中,高价值发明专利所占比重达到4成以上。我国已成为名副其实的知识产权大国,持续为全球创新发展贡献重要力量。

数据显示,我国2023年全年授权发明专利92.1万件,实用新型专利209万件,外观设计专利63.8万件。专利复审结案6.5万件,无效宣告结案0.77万件。受理PCT国际专利申请7.4万件。中国申请人提交海外外观设计国际申请1814件。

“截至2023年底,我国发明专利有效量为499.1万件。”胡文辉说,其中,国内(不含港澳台)发明专利有效量为401.5万件。我国每万人高价值发明专利拥有量达11.8件。

2023年我国新增贷款超22万亿元——从“钱景”看前景

做生意要本钱,奔好日子要挣钱。最新数据显示,2023年我国新增人民币贷款超22万亿元。这背后是更多的发展机会,展现出中国经济的强劲活力。

金融活,经济活。我国经济实现历史性跃升,离不开充裕的信贷资金支持。随着国内生产总值(GDP)在2022年突破120万亿元,我国新增贷款当年也突破了21万亿元,并在2023年进一步增至22.75万亿元。

超22万亿元新增贷款都投向了哪里?近八成投向了企业。资金是企业发展的底气之一。企业若是“手头紧”,就难以大胆奔前景。

数据显示,2023年企(事)业单位贷款增加17.91万亿元,其中企业中长期贷款约占增量的76%,比重较2019年的62%明显提高,企业融资的稳定性不断提升。从另一个观察角度来看,我国经营主体的发展动力依然强劲,有着源源不断的融资需求。

2023年6月以来,工业企业资产负债率连续数月维持在57.6%。企业贷款保持较好增长势头,同时,如何以可控的债务增量保持利润增长,成为摆在企业发展面前的一道考题。盘活低效占用的金融资源,提升资金周转率才是明智之举。

那么资金流向了哪些领域?从记者采访金融机构得到的信息中,不难看出端倪。

目前,主要国有大行的制造业中长期贷款、普惠小微贷款、绿色贷款同比增速大体保持在30%至40%,有的大行的战略性新兴产业贷款同比增速更是超50%,均快于其全部贷款增速,更多信贷资源被用于加快培育新质生产力上。

资金活跃的地方,大多充满了活力。国产手机、新能源汽车走俏,国产邮轮首航、大飞机首秀不停步,文旅市场强劲复苏,乡村振兴展现新气象……从“钱景”看前景,信贷结构有增有减,资金使用效率不断提升,紧跟中国经济高质量发展方向。

逐年增加的新增贷款只是金融支持经济发展的一个方面。

每年我国全部贷款中的相当一部分需要回收再投放,2023年末我国人民币贷款余额237.59万亿元,是年度增量的十倍以上。除却信贷,我国还有全球第二大保险、股票和债券市场,企业直接融资渠道不断拓宽。

为经济社会发展提供高质量服务,金融体系一直很给力,还将持续发力。去年10月底举行的中央金融工作会议首提加快建设金融强国的目标,将金融工作上升到了更高战略高度。

世界最早的纸币——交子诞生在中国,对我国乃至世界都曾带来深远影响。往事越千年,如今站上新起点,在金融高质量发展的强力支撑下,金融“活水”正倾力浇灌发展沃土,带给中国经济更多创新动力和增长活力。

新华社记者 吴雨
新华社北京1月15日电

外资商超投资加码 彰显中国市场“引力”

近段时间,多家外资商超纷纷拓展在华业务。在湖北武汉,永旺梦乐城江夏江夏购物中心、汉阳山姆会员店于2023年11月初相继开业;在上海浦东,百年德国零售品牌ALDI奥乐齐超市11月中旬又开设一家新店;在广东深圳,华南首家开市客旗舰店今年1月12日开业……密集的开店步伐,彰显了外资零售巨头看好中国经济、扎根中国市场的信心与决心。

“市面”,折射经济活力的一面镜子;外资,观察中国经济的一扇窗口。外资商超加码布局,投入的是真金白银,更是对中国经济前景、消费升级活力和巨大市场引力的信任。

加码布局来自看好中国“市”的恢复态势。2023年前11个月,社会消费品零售总额同比增长7.2%,增速比前10个月进一步加快。2023年前三季度,居民人均服务性消费支出占居民人均消费支出的比重达46.1%,比2022年同期提升2个百分点。中国连锁经营协会统计,2023年全国新开业购物中心约400家……一个个跃升的数字,成为三年新冠疫情防控转段后经济恢复发展,特别是线下回归“烟火气”的生动注脚。

加码布局来自看好中国“市”的升级趋势。迈向高质量发展,品质化、个性化、体验式消费愈发成为商超发力点。瞄准品质升级,推出会员制和买手制,不断增加自有品牌占比;聚焦体验消费,将书吧、音乐沙龙、滑雪场乃至艺术展搬进商超,让逛街有了更多休闲味、人文感、艺术范……在商品消费升级、服务消费发展迅猛的大势下,网购并没有让“市”显得凋零,而是推动零售商在求变中创造更多新的消费需求。

加码布局来自看好中国“市”的巨大潜力。看好一个市场,不仅有眼前行动,更会有长远布局。美国零售企业沃尔玛表示,山姆预计未来在中国每年会有6至7家新店开业;日本便利店罗森表示,到2025年中国门店总数达到1万家;不少外资商超疫情期间也没有停止在中国开店的步伐……因为看到潜力,所以持续布局,这是对看好中国市场最直接的表达。

外资商超正加快步入中国广阔的城乡市场。永旺梦乐城江夏江夏购物中心选择在远离市中心的郊区;罗森相继进驻浙江台州、辽宁丹东等地;山姆会员店陆续在江苏昆山、广东东莞、浙江嘉兴等地开设新店。不断推进的城市化释放了更多消费潜力,新的消费增长极吸引外资加码布局。

据新华社北京1月15日电

2023年出口超520万辆,同比增长57.4%——

中国汽车出口有望跃升全球第一

522.1万辆——日前,海关总署公布2023年中国汽车出口量,这一数字较上一年同比增长57.4%。同时,包括电动载人汽车在内的“新三样”出口首次突破万亿元大关,为中国出口增添强劲动能。中国汽车工业协会(以下简称“中汽协”)日前发布的2023年数据显示,中国有望成为全球汽车出口第一大国。支撑出口规模持续扩大的,是中国汽车产业持续推进的科技创新,屡创新高的产销量是全球市场与消费者的认可。

出口量连上百万级台阶

“中国有望成为全球第一大汽车出口国”,近期,中国汽车产业吸引不少外媒的关注。他们认为,这标志着全球汽车产业格局将发生重大变化。

近年,中国汽车出口表现越来越亮眼。2021年、2022年,中国汽车出口量连续迈上200万辆、300万辆台阶。2023年更是跨越了两个百万级台阶,出口522.1万辆,同比增加57.4%。

“我国大力推动汽车产业绿色低碳转型升级,新能源汽车出口为产业增添鲜明亮色。”海关总署新闻发言人、统计分析师孔长吕大良介绍,当前,中国每出口3辆汽车就有1辆是电动载人汽车,电动载人汽车全年出口177.3万辆,增加67.1%,为全球绿色低碳转型作出贡献。

伴随整车出口提速,产业链也在加速“出海”。数据显示,近几年动力电池、电机等汽车核心零部件出口份额快速增长。

“这充分表明中国汽车产业大国的地位越来越稳固。”中汽协常务副会长兼秘书长付炳锋认为,近年来汽车尤其是新能源汽车出口快速增长,标志着中国汽车产业在向电动化、智能化转型方面取得了显著成就,也得到了全球消费者的认可,这加速了全球汽车产业变革进程。

“我国汽车产业坚持不懈开展科技创新,构建完整产业链供应链,汽车产销量屡创新高,相应出口规模也在逐步扩大。”吕大良说,展望未来,中国的汽车产业仍然具有很强的综合竞争优势,能持续提供更多更好的创新产品,满足全球消费者需要。

汽车产销15年全球第一

出口增长背后,是汽车产业的持续发展壮大。中汽协数据显示,2023年,中国汽车产销量完成3016.1万辆和3009.4万辆,同比分别增长11.6%和12%,产销量创新高,实现两位数较快增长。

据了解,2009年中国汽车产销量首次双双



2023年9月12日,在山东港口烟台港汽车码头,大批出口商品车等待装船发运。 新华社发

突破1000万辆大关,成为全球第一大汽车产销国,至今连续15年保持这个地位。

2023年产销均超3000万辆,与国家政策拉动密切相关。2023年初,汽车消费恢复相对较慢,从二季度开始,在国家及地方政策推动下,加上一些地区购车促销活动等措施延续,市场需求逐步释放,“金九银十”效应重新显现,11月以来,市场延续良好发展态势。

中汽协副秘书长陈士华表示,2023年汽车产销总体呈现前低后高的发展态势,在年底达到高点,12月销量超315万辆,创下新高。而全年产销双双突破3000万辆,这是一个新的历史纪录,从全球看,还没有哪个市场能达到这个规模。

具体看,乘用车市场延续良好增长态势,为稳住汽车消费基本盘发挥重要作用;商用车市场企稳回升,产销回归400万辆;新能源汽车继续保持快速增长,产销突破900万辆,成为引领全球汽车产业转型的重要力量。

新能源汽车占有超30%

2023年第四季度,中国汽车品牌比亚迪纯电动乘用车的销量首次超过特斯拉,成为全球最大的电动汽车销售商。随着一家家新能源车企不断创下新成绩,新能源汽车也成为汽车产

业的突出亮点。

数据显示,中国新能源汽车保持产销两旺势头,连续9年位居全球第一。在政策和市场的双重作用下,2023年,新能源汽车产销分别完成958.7万辆和949.5万辆,同比分别增长35.8%和37.9%,市场占有率达到31.6%,高于上年同期5.9个百分点。

而仅仅在2017年,中国新能源汽车的产销量均不到80万辆。“这反映了中国的新能源技术与智能化产品得到国内外消费者认可。”付炳锋说,同时,这也凸显出中国的汽车制造水平持续提升,在全球已经位列领先阵营。

中汽协副总工程师许海东认为,在中国新能源汽车市场,有大量创新型企业和传统汽车企业进行创新和竞争,这为消费者带来更丰富的产品和选择,也推动了行业发展,让产品越做越好,呈正向发展趋势。

展望2024年,中汽协方面表示,宏观经济持续回升向好,有助于汽车行业的稳定增长。相信随着国家促消费、稳增长政策的持续推进以及促进新能源汽车产业高质量发展系列政策的实施,将进一步激发市场活力和消费潜能。预计2024年,中国汽车市场将继续保持稳中向好发展态势。 据《人民日报海外版》