

天气转凉 换季产品走俏

全媒体记者 张宪双



入秋后,我市的气温逐渐下降。记者走访发现,随着天气的逐渐转凉,市民的消费也随之“换季”,开始向“暖”靠拢,各类秋冬衣物、食物迎来热销。

火锅店生意红火

“晚上吃点什么好呢?涮火锅吧,有一家满族乌拉火锅不错。”27日下午,市民黄女士和几个好朋友约好晚上一起吃火锅。记者随即走访了我市几家火锅店,发现各店的生意都很好,尤其是到了晚上饭口时间,服务人员上锅、点菜、收拾桌子,忙得不亦乐乎。与火锅店生意火爆相同的是,火锅食材店也随着天气的转凉渐渐热了起来,不少火锅超市的生意都好了起来。

新款冬季服饰热卖

最近,同样生意红火的还有冬季服饰。记者在位于铁东区的一家商

场看到,羽绒服、毛呢大衣、羽绒背心等冬季服饰已陆续摆上货架,来购

买和试穿冬装的市民很多。此外,单排扣风衣、西装外套、皮衣等都深受女性消费者青睐,保暖不可或缺

的羽绒服也出现了热卖现象,不同面料同羽绒结合的款式,让羽绒单品更显时尚,吸引了年轻人选购。

在位于铁西区的仁兴商厦三楼女装区,不少市民正在选购毛绒外

套、羽绒服等各种冬装。“现在天气早晚很凉,买几件新款的保暖外套穿正好。”正在试衣服的市民孙女士说。在仁兴商厦二楼,记者也看到不少市民正在挑选运动服饰。记者发现,今年冬季的新款运动服饰价格要偏高一点。“天冷了,来买两套运动服早出门锻炼穿。”一位女士说。

保湿护肤品受热捧

冬季,爱美的女性格外注重保养。记者走访我市几家大型商场的化妆品专柜发现,不少品牌的化妆品、护肤品都打出了补水、保湿、滋润的主题,具有保湿、滋养功效的化妆水、乳霜、洗面奶等颇受市民青睐。尤其是在“双十一”即将来临之际,为了抢占市场,一些品牌还推出了不同的促销活动,如礼品套装促销或小样赠送等。从电商平台数据看,各类护肤产品的销量也在持续飙升。

“双十一”预售,价格优惠力度

大,不仅可以使优惠券,还有大量小样礼品赠送,特别划算。”市民王女士说。除了滋润保养的乳液、保湿水、日晚霜等产品外,保湿喷雾、润唇膏等也是每个女士包中的必需品。“去年我买的这款保湿喷雾,还有货吗?”万达广场一家护肤品专柜前,一位顾客在询问。该店的售货员告诉记者,近几天,前来购买保湿喷雾和润唇膏的市民特别多,一些品牌的保湿喷雾,既实用又实惠,受到很多女性的青睐。

明确责任部门 进一步细化落实

梨树县市场监管局全力做好常态化疫情防控工作

本报讯(全媒体记者 刘莉)为切实筑牢广大群众生命安全防线,日前,梨树县市场监管局坚持毫不放松地抓好常态化疫情防控工作,对当前重点工作开展进一步细化落实。

该局要求全系统干部职工要紧绷疫情防控这根弦,杜绝麻痹思想,对全系统各项工作进行详细部署,明确责任部门,统筹抓好各项工作。突出重点领域监管,加强疫情防控督导。突出抓好冷链食品、药店、

餐饮包席、重点人群核酸、价格等主责主业工作,立足市场监管做好疫情防控各项工作,持续开展督导检查。持续开展疫情防控检查和反馈问题整改工作,确保疫情防控工作持续稳定开展。如遇重大事件或紧急情况第一时间报告,及时准确报送,确保信息畅通。

该局将始终落实“疫情要防住,经济要稳住,发展要安全”的要求,积极履职尽责,强化工作机制,切实保障群众生命安全和身体健康。

落实税商联动机制 推动企业高质量发展

伊通税务局与伊通工商联联合举办座谈会

本报讯(全媒体记者 张宪双 通讯员 李昱萱)为推动优化营商环境,助力实现“止跌、回升、增长”目标,近日,伊通税务局与伊通工商联联合举办“税商共服务、惠企促发展”座谈会,伊通税务局和工商联相关负责人、企业代表、税务局各科室骨干及部分民营企业代表参加座谈会。

近年来,税务系统把助力企业发展作为一项重要工作职责,在政策扶持、资金支持、服务助力等方面持续加大保障力度,并与工商联精诚合作,稳扎稳打,切实推动“春雨润苗”专项行动进程,得到了民营企业广泛好评。税商要强化联动,互帮互助,扎实推进“十项机制”和“十个活动”,促进政策落实,深刻理解税商联动在促进“两个健康”中的重要意义,将税商联动各项机制落到实处,推动民营经济高质量发展。

座谈会后,伊通税务局相关负责人和伊通工商联党组书记向企

业代表们讲解了惠企政策,询问企业具体情况,了解企业各项诉求,并根据企业所提出的一些问题给予帮助解决,表示税务局和工商联就是企业的“娘家人”,会时刻与企业保持联系,听取意见建议。税务部门与工商联的合作要更加紧密,服务企业发展,强力打造稳定、蓬勃的税收营商环境。企业代表们也表示,随着近年各项减税降费政策的落实落地,税务局和工商联为企业提供了诸多帮助辅导,让他们省时省力,将更多的精力投入企业的发展中,能安心地走企业的发展之路。

伊通税务局将以本次座谈会为契机,进一步加强与工商联的紧密合作,改进工作,提升服务质效,营造便民惠民、优质高效的一流税收营商环境,紧扣时间节点抓好各项措施的落实落地,让纳税人办税更省心、更舒心。

经济资讯

前三季度创业板上市公司 实现营业总收入2.42万亿元

新华社11月3日电 记者3日从深圳证券交易所获悉,2022年前三季度,创业板上市公司实现营业总收入2.42万亿元,同比增长约20%;实现归属母公司股东净利润合计超2000亿元,同比增长近10%。

深交所相关负责人表示,前三季度,面对汇率大幅波动、局部地区疫情反复、大宗商品价格上涨等多重不利因素,创业板公司积极投资扩产、盈利能力持续回升,龙头公司表现亮眼,高端制造业增势良好。

据深交所统计,分季度来看,创业板公司归母净利润在经历一季度同比下滑14.02%后,二、三季度持续反弹,分别同比增长10.45%、29.61%,呈现企稳回升态势。

数据显示,前三季度创业板公司直接融资金额合计2717.21亿元,直

接融资比重由2021年的22.40%提升至26.09%,资本市场助力实体经济作用凸显。

深市主板上市公司方面,前三季度,深市主板公司实现营业总收入11.89万亿元,同比增长4.45%,接近八成公司实现盈利,整体经营业绩保持韧性增长。三季度,深市主板公司实现营业总收入4.13万亿元,实现归母净利润合计2087.65亿元。

据统计,深市主板制造业公司占比超六成,制造业“压舱石”作用显著。前三季度,深市主板制造业公司实现营业总收入7.71万亿元,同比增长6.77%,实现归母净利润合计5199.93亿元。从细分行业来看,有色金属、电力设备、医药生物、通信4个细分行业业绩增长势头良好,前三季度平均净利润同比增幅均超过30%。

沪市科创板上市公司 营业收入同比增长33%

新华社11月2日电 上海证券交易所发布的数据显示,2022年前三季度,科创板上市公司实现营业收入7822.14亿元,同比增长33%;实现归属母公司股东净利润891.24亿元,同比增长25%。

据上交所统计,截至2022年10月31日,除多地上市的三家红筹企业外,科创板480家上市公司通过三季报、上市公司公告等形式披露了2022年前三季度经营业绩信息。其中,三季度,科创板公司实现营业收入2772.81亿元,同比增长31%;实现归母净利润286.56亿元,同比增长15%。

上交所相关负责人表示,总体来看,科创板公司面对纷繁复杂的国内外形势和多重超预期因素冲击,坚持聚焦主业,创新发展,前三季度整体业绩延续稳步增长态势,

实现营业收入、归母净利润同比较大幅度提升,体现了“硬科技”公司的活力和韧性。

前三季度,科创板六大行业业绩存在结构性分化,新能源、节能环保行业业绩增速领先,高端装备制造、生物医药行业表现整体较好,新一代信息技术、新材料行业前三季度业绩表现低于科创板整体水平。

沪市主板方面,截至10月31日,沪市主板1669家上市公司完成三季报披露,前三季度合计实现营业收入37.23万亿元,归母净利润3.39万亿元,同比分别增长8%、5%。其中,三季度营业收入、归母净利润同比增幅分别为7%、1%。截至三季度末,外资股东在沪市主板流通股中的持股市值约1.57万亿元,持股占比约4.4%,与年初基本持平。

提升公众金融素养 共享改革发展成果

中国人寿四平分公司启动金融知识普及月系列活动

本报讯(全媒体记者 张宪双)为提升社会公众金融素养,强化公民金融风险防范意识,中国人寿保险股份有限公司四平分公司拉开了本年度金融知识普及月系列活动的帷幕。该公司致力于通过系列活动的开展,引导金融消费者自觉抵制网络金融谣言和金融负能量,有效防范非法金融风险,共享金融改革发展成果。

据了解,本次活动口号为“提升公众金融素养、促进国民金融健康、共建清朗网络空间、涵养良好金融生态”,活动主体面向金融消费者和投资者等重点人群,分层次开展针对性金融知识普及,逐步增强金融消费者风险防范技能,识别、远离非法金融交易。

一直以来,中国人寿四平分公司都坚持“以人民为中心”的发展思想,心怀“国之大者”,积极履行央企担当,高度重视消费者权益保护工作,不断提升金融保险知识教育宣传力度、广度和深度,满足不同金融消费者的知识需求。并通过多种方式的教育宣传,面向广大金融保险消费者持续普及金融保险知识,传播理性金融消费理念,着力打造消费者权益保护教育宣传“普及性、专业性、时代性”特色。

中国人寿四平分公司在现有的“线上+线下”网格化、常态化金融知识教育宣传基础上,立体化、多角度、分层次、广覆盖、全方位开展集中性教育宣传活动。重点区分金融保险消费者容易混

淆的金融保险知识,宣传普及金融保险相关的产品和服务,深入进行风险提示,倡导金融消费者科学理财和理性消费,帮助金融消费者树立金融风险意识,守住“钱袋子”。同时,着重加大对老年群体、年轻群体及新市民教育宣传力度,贴近社会公众需求,让人民群众“听得懂、记得住、用得上”。

此次活动期间,中国人寿四平分公司将借助融媒体的综合传播优势,推出手绘漫画、短视频、H5动画、小游戏等融媒体宣传物料,大力开展正面宣传引导,带动广大网民学金融、懂金融,提升网络防护技能,营造“守信受益、诚信无价”的正能量氛围。此外,中国人寿四平分公司各分支机构还将结合本地实

际,“量身打造”具有属地化特色的教育宣传活动,确保内容丰富、形式新颖、贴近消费者。并充分利用网点分布广泛、服务队伍与销售队伍庞大的优势,让金融知识触手可得,不断提高广大金融消费者的参与度和满意度。

中国人寿四平分公司相关负责人表示,将始终秉持“诚实守信、专业高效、客户至上、体验一流”的服务理念,将保护消费者权益作为彰显公司政治性、人民性、专业性的具体体现,把满足人民群众保险需求,提升人民群众保险服务体验作为公司的发展动力,推进公司高质量发展。未来,公司将持续打造“简捷、品质、温暖”的金融保险服务,携手广大金融保险消费者共同描绘美好生活画卷。

“加长版”广交会为商机“续杯”

练洪洋

财经论坛

10月24日,第132届广交会线上服务平台的展商连线、预约洽谈功能暂时关闭,而包括在线展示、即时沟通、贸易配对、大会服务等在内的线上服务延长至明年3月15日。

创新不止步,活力不掉线。若想了解南粤开放创新史,广交会绝对是一个不可多得的样本,因为广交会历史,就是一部开放创新史——从问世之初单纯旨在扩大出口创汇、突破外汇瓶颈的出口交易会,到进出口商品交易会,再到“双循环”主题下的交易会;从单纯的实体交易会,到因应跨境

电商发展、疫情冲击的线上交易会;从短短十天的线下展期,到如今长达5个月的线上服务……广交会一直在努力,跨出自己的舒适圈,迎接时代的挑战,使自己活力不减、风采依然。

一位参展的制造商表示:“广交会是中国制造走向全球市场一个最为权威、接触客户最广泛的平台,同时也是全球客户可信赖的交流、贸易平台。”事实也印证了他的说法,在10天集中展示时间内,229个国家和地区的51万采购商注册线上观展,采购商来源地创新高。参展企业数量首次达到3.5万家,比上届增长40%。第132届广交会参展规模创历史纪录。在当前的经济大环境下,这一规模的意义不言而喻。

尺有所短,寸有所长,线上交易会优势在于对接效率更高。直播探厂、爆品热卖、商品测评、潮流趋势……在广交会“展商连线展示大厅”,数千个直播间热闹开播,琳琅满目的商品吸引着世界各地采购商线上咨询。一名非洲客户说:“很享受云上广交会给我带来的便利,虽然不能面对面,但我能够通过直播,了解到供应商工厂实况和我的订单进度,比我飞一次中国、走一圈工厂更直接、高效。”

贸易是一场多向奔赴,需要共同发力。作为“中国第一展”,广交会要与时俱进,以改革创新为高质量发展注入澎湃动力,不断擦亮广交会这块

金字招牌。未来,要把更多注意力放在从线下走向“云端”、线上线下融合开展方面。作为参展商,也要适应贸易新形势、广交会新变化,将自己的产品推上“云端”,用好广交会线上服务。以广交会“全勤生”——广东省纺织进出口股份有限公司为例,在本届广交会上,他们打造了虚拟空间,推出了3D虚拟模特,几位模特步履翩翩、裙摆飘飘。随着面料、大小等服饰参数更改,重新渲染后,虚拟模特还能变装,既有科技感又具真实性,“云走秀”大大方便了采购商。

“加长版”广交会创造了更多商机,各方要抢抓新机遇,化时间增量为发展能量。