

上半年宁波外贸进出口473.4亿美元

增速“平淡”却珍贵 整体回暖还尚早

本报讯（记者 彭莹 通讯员 方平原） 昨日，宁波市外经贸局公布了我市上半年开放型经济的成绩单，各项数据平稳增长。其中，上半年宁波实现进出口总额473.4亿美元，同比增长1.1%。与昔日的高增速相比，这1.1%增速实在是“平淡”。但在当下，却是一个弥足珍贵的数字。因为今年以来国际贸易形势持续低迷并走向萎缩、滑坡，但宁波还保持了稳定的走势。

据统计，上半年全市实现进出口总额473.4亿美元，其中出口298.8亿美元、进口174.6亿美元，进出口、出口同比分别增长1.1%和4.5%，进口同比下降4.2%。从出口来看，我市对新兴市场出口保持较快增长。

专家分析，当前我市外贸主要面临三方面困难：外贸企业在手的出口订单下滑；利用外资后劲不足；境外投资风险增大。

“没有感觉到外贸形势正在回暖，只感觉生意是越来越难做了！”

宁波辉腾休闲用品有限公司相关负责人杨衍庆表示，“对今年未来几个月的外贸形势都不太看好，回暖尚早。”

浙江省商务厅在今年春季广交会的一项调查也显示，由于目前市场前景不明朗，国外客户希望把库存控制在一个较低的水平，这是造成当下订单“短、小、散”成为常态的主要原因。

止跌反弹不意味着回暖，但传统出口模式已经越来越难，却是一个事实。价格的背后，是劳动力成本等的快速上涨。杨衍庆给记者简单算了一笔账：在东南亚，工人每月平均工资是100美元，而国内至少300美元，即便考虑到在劳动时间上的差异，在东南亚，每个工人的用工成本最高也就每月150美元，只有国内的一半。“我们现在正在考虑把工厂往劳动力成本更低的地方转移，同时提高机器自动化生产水平。”杨衍庆表示。

在售游泳圈难见“3C”标志

业内人士提醒：游泳圈并非救生圈

实习生 傅钟中
记者 鲁威文/摄

夏天到了，随着气温攀升，前去戏水纳凉的市民不断增多。与之相伴，游泳圈也热销起来。然而，记者走访了一些商店，却发现游泳圈的质量良莠不齐，其中不乏做工粗糙的“三无产品”。



高温带动游泳圈热销

昨天，记者在沃尔玛、家乐福等超市和一些游泳池周边店铺看到，各款式游泳圈已被商家堆放在了显眼位置来吸引顾客。宁波市游泳训练中心周边的一家游泳用品销售店负责人张先生告诉记者，自从入夏以来，前来购买水上用品的顾客增加了不少，各式的游泳圈销量都不错。

记者通过了解发现，市场上销售的游泳圈价格多在15元到30元之间，其中，塑料材质的占了大多数，而销量好的则是“便宜货”。“用几次就扔了，所以大家都愿意买便宜些的。”张先生表示。

在售游泳圈难见“3C”标志

记者走访宁波市场发现，目前在售游泳圈质量良莠不齐。在沃尔玛超市看到，货架上大部分游泳圈的外包装都注明了生产厂家的厂名、厂址、生产日期和保质期等信息，还在醒目的位置上标注了“非救生设备”、“仅供在成人监护下浅水中使用”等安全提示字样。但一些游泳池

周边小店在售救生圈，许多没有任何关于厂名、厂址、生产日期和保质期等信息，也没有任何安全提示字样，属于“三无产品”。

记者还了解到，不管是大型超市还是零售小店，在售的游泳圈上很少有国家强制性产品认证的“3C”标志。按照《国家玩具安全技术规范》规定，儿童泳具包括泳镜、救生衣、游泳圈等，都必须贴有并对重要警示、适用年龄、适用场所、使用方法、所用材质的安全性等做出说明。

游泳圈并非救生圈

在采访中发现，大部分的市民经常将游泳圈当做救生圈使用，这存在很大安全问题。宁波市水上救生协会工作人员告诉记者，目前市面上在售游泳圈基本上都是充气式游泳圈，只能算是水上娱乐工具，并不能算真正意义上的救生圈。

“游泳圈在深水区使用有很大的危险性。游泳圈作为玩具销售并不违法，但厂商应履行告知义务，让消费者在购买时能清楚意识到，游泳圈不能作为救生器具使用，儿童应在成人监护下使用。”该工作人员表示。

猪肉价格“坐滑梯”

短期回升概率不大

本报讯（记者 朱一丹） “年初的时候纯精肉还要卖28元公斤，上个月每公斤只卖24元多，现在每公斤价格又降到20元多，本来夏天猪肉销量就会减少，再加上这半年来猪肉价格一直在跌，现在生意越来越不好做。”昨天下午，东柳菜市场一位猪肉摊主对记者感慨。

据国家统计局宁波调查队日前发布的数据显示，今年春节后，我市猪肉价格已连续5个月逐月下跌，至6月末，我市猪肉价格更是创下15个月来新低。

“去年上半年猪肉价格开始出现猛涨，可从去年10月份开始，猪肉价格又逐渐下滑。”海曙中心菜市场一位摊主告诉记者。根据国家统计局宁波调查队日前发布的最新数据显示，今年春节后，我市猪肉价格已连续5个月逐月下跌，2至6月份猪肉价格与上月环比降幅分别为2.7%、3.0%、4.3%、2.6%和2.5%，至6月末，我市猪肉价格更是创下15个月来新低。

生猪出栏率增加以及入夏以来市民对猪肉需求的减少，导致市场猪肉数量供大于求，成为其价格下降的一大诱因。记者从我市一家屠宰场了解到，春节期间，该屠宰场平均每天需要屠宰1200多头生猪，而现在每天的屠宰量下降到1000头至1100头。此外，据市贸易局有关数据显示，今年6月份我市7家中心屠宰场共销售猪肉101882头，创下自去年10月份以来的月度销量最低（今年2月份数据除外）。

此外，上半年生猪出栏率的不断增加，也成为猪肉行情“不景气”的另一个重要原因。以余姚市2012年上半年畜牧生产形势分析数据为例，预计到6月底余姚市生猪存栏19.8万头，出栏15万头，同比分别增长18.6%和4.2%。而自今年3月份以来，部分地区“猪粮比”已降到6:1的盈亏平衡点以下，养猪呈现亏本状态，大多数养殖户饲养生猪亏损100—200元头。

一边是市场销量不畅，一边是生猪出栏数量不断增加，这些都是导致上半年我市猪肉难卖高价、不少养殖户陷入“越养越亏”境地的原因。

“去年八九月份，毛猪收购价格最高曾达到21.6元/公斤，一头约125公斤的生猪最多可以赚1000多元，现在，能够勉强保本就算万幸了。”一个月前，奉化市一家养猪场负责人傅先生说。当时他还寄希望于到了七月份猪肉价格或许会出现转机，但一个月过去了，从今年上半年的整体形势来看，他期望的价格“翻身仗”并没有打响。

“今年春节过后，毛猪收购价格15元/公斤，现在跌到只有13元/公斤左右了。综合考虑饲料、人工、防疫等各项成本，要保本经营至少生猪价格在14元/公斤。但目前，卖一头猪至少要亏100多元。每天出栏头数越多，亏损也越大。”鄞州区一位养殖户称，上半年生猪养殖的亏本经历，已经成为众多养殖户心头抹不去的“难言之痛”。

展望后市，一位业内人士表示，从目前的供求形势来分析，猪肉价格短期内想回升概率并不大。

甬城新人喜“热婚”

婚庆市场淡季不淡

本报讯（记者 谢舒奕） 按理说，每年的七八月份应是婚庆市场的淡季，但今年却一反常态。记者昨天从甬城多家婚庆公司和酒店了解到，更多新人愿意在大热天里喜“热婚”，令婚庆市场淡季不淡。

“截至目前，7月、8月、9月这三个月的婚宴预订量加起来大约有30批，比去年同期增长1/4。”南苑饭店婚宴预订部负责人告诉记者。据开元名都大酒店初步统计，这三个月婚宴预订量目前累计有20批左右。

“往年淡季较闲，为填补‘空缺’，多拓展业务渠道。”宁波资深婚礼司仪严向勇说，今年却出现了“淡季不淡”的现象，免去了做驻店司仪的烦恼。从今年6月中旬到8月底，接单总量较去年同期约有三成涨幅。目前已经承接16场婚礼，而接下来两个月已经预定20多场。据他所知，今年的淡季期间，宁波整个婚庆行业如酒店、鲜花店、影楼等生意都好过去年。

承办婚宴业务的酒店方也频频“出招”。记者从宁波香格里拉、索菲特、开元等酒店获悉，无论是五星级还是三星级甚至无星级，几乎所有酒店都在以各种方式做出优惠。“预订每桌价格为2999元起的婚宴，达到25桌以上，即可获赠一小时餐前酒会、营养早餐、包房、免费停车等一系列服务。”索菲特大饭店公关部蒋经理表示。

“选择淡季结婚，婚宴、司仪、现场布置等方面总支出费用，要比旺季节省1/3左右。”不少喜“热婚”的新人表示，除节约开支外，婚庆旺季还会遭遇的婚车拥堵情况，很少在淡季婚礼中出现。而且酒店预订、婚车租赁等方面选择也会更多。

跟着电影游宁波

影视营销成为城市品牌新推手

本报讯（记者 谢舒奕 通讯员 林轶男） “《搜索》这部影片我看过，姚晨扮演的电视台记者工作地点是不是就在宁波博物馆？高圆圆和赵又廷是不是在南部商务区相识？”昨天，在杭州举办的“跟着电影游宁波”大型广场咨询会上，杭州市民蒋小姐不停追问宁波旅游集散服务中心工作人员。她说，自己看过影片后对宁波美景非常向往，急切希望实地感受一番。

像蒋小姐这样的“准游客”其实不少。记者在咨询会现场看到，数以万计的游客前去咨询，其中不乏一些六七十岁的老年人。据市旅游局数据统计显示，短短几小时，报名宁波旅游团的游客数量为40人次，而更多的潜在游客还在考虑选择哪条线路。

咨询会上，我市推出三条分别以《向东是大海》、《偏偏爱上你》、《搜索》三部影视作品为主题的旅游线路，另推荐了宁波十大最美旅游景区、宁波十大最美度假酒店、宁波十大最美体验活动、宁波十大最美农家乐，以

及宁波的点心、名菜、时令水果等。

继《向东是大海》、《偏偏爱上你》影视剧之后，另一部营销宁波城市之美的影片《搜索》，也在热映中。记者了解到，最近这段时间不少宁波景区景点另辟蹊径走上一条“非主流”路线，利用影视植入的营销方式，进行旅游推广。而这种“跟着电影旅游”的新形式也着实吸引了不少游客加入。

宁波旅游如何借影视东风？业内人士认为，能否利用好影视剧这个载体，最重要的还是看影片中景色、文化能否吊起游客的胃口。另外，如何建立长远营销模式，更好地挖掘自身特点，也是景区热度提升后面临的考验。有条件的可以打造影视旅游产业链，否则单凭一时之热，景区吸引力不会长久。

市旅游局副局长陈民宪表示，《搜索》、《向东是大海》、《偏偏爱上你》等影视剧的播出，本身是一次对宁波的全景展示，展现了宁波的人文之美、自然之美。在借助影视植入进行旅游营销过程中，期待宁波旅游业产生更佳的综合效应。