

区域热点

推动更多京津冀名优品“登船”

邮轮物资趁“热”出海

■本报记者 袁诚 宁广靖

7月10日至13日,2024天津国际航运产业博览会在天津举行。博览会上,邮轮元素不可少。除了大咖齐聚的国际邮轮产业发展交流会、可登“地中海号”邮轮参观的邮轮开放日活动,还有不少给邮轮配送物资的企业参展。

暑期来临,邮轮旅游大热,客流不断增加,越来越多的京津冀物资借着邮轮远航出海。哪些食品最受欢迎?这些食品从哪儿来?从冷库到邮轮餐桌需要多久?记者带您看看邮轮物资“登船”背后的故事。

以肉类和粮食为主
供应量比平时增三成

不久前,“梦想号”邮轮还没靠港,天津蓝海食品科技有限公司总经理白景泉就已经在码头等着了。“素菜包10箱、全脂牛奶1440瓶、全麦吐司180包、色拉油120桶、原味吐司180包、国顺盐火火腿30千克……”他一边翻着对货单,一边招呼工人将这些货物从冷藏车搬出,整齐地码放到邮轮物资储物间。

“这些货来自武清、西青、东丽,一共2910千克,价值4.2万元,根据‘梦想号’邮轮的需求专门备货。”白景泉告诉记者,暑期邮轮大多是满客状态,食物消耗大,供应量比平时增加三成左右。

为邮轮配送食物是白景泉所在公司的主要业务,小到一瓶调味料,大到一箱箱水产,从业10年来,他经手过千余种货品,对接的供货公司有30多家。“有时候,一个航次所供食物就有近千种。”他说,做邮轮配送,保证时效至关重要。

他举例称,有的邮轮上午10时到港,下午2时就要开航,这就要求在4个小时内完成补给货物装船。

不久前,位于我市武清区的天津华明乳业有限公司进入国际邮轮采购清单,成为白景泉对接的新供货商。“最近,我们给一艘邮轮供应了5000包1升装的纯牛奶,本地配送非常方便,牛奶口感和新鲜度也有保障。”该公司经理高国强说,“平时我们主要通过商超、电商渠道销售,邮轮配送是今年开启的新市场。近期,我们还将邀请邮轮选品团队来公司考察,探讨增加酸奶、风味牛奶等品类,进展顺利的话,未来月度奶品供货量将达到上万包。”

天津东疆综合保税区商务促进局相关负责人表示,目前,邮轮物资主要以肉类和粮食为主,随着暑期邮轮旅游客流增加,航次加密,各类物资配送需求加大。为进一步提升邮轮物资配送时效,东疆正抓紧建设用于邮轮物资配送的专用库,发挥海关特殊监管区“境内关外”政策优势,对接京津冀及周边食品生产加工厂家,加快推动更多的“国货供船”,让邮轮物资品类更丰富、配送更及时。

创新保税供船模式
打造国际邮轮物资配送基地

今年上半年,天津国际邮轮母港接待国际邮轮49艘次、旅客16.8万人次,位居北方港口首位。眼下,暑期邮轮旅游热到来,邮轮物资配送公司更加忙碌。

为让邮轮物资配送更顺畅,天津海关创新推出“国内采购+保税供船”国际邮轮物资配送业务模式,让更多京津冀物资进入国际邮轮物资配送体系。据悉,以往船员、旅客的生活用品等船舶补给物资,由船舶服务企业通过船供物料的方式供船,一般无法办理退税。今年6月开始施行的《国际邮轮在中华人民共和国港口靠港补给的规定》明确,境内物资供应国际邮轮的,可以按照一般贸易方式出口或者作为进出境运输工具物料出口,并依照国家有关规定办理出口退税。这意味着,更多的国内出口企业可以通过邮轮直供的方式报关出口供船物资,企业还可按规定办理出口退税,既为邮轮物资补给增加了供船渠道,也为企业出口邮轮物资增加了动力。

天津海关相关负责人表示,以往通过船供物料的方式直接为邮轮供货不同,在“国内采购+保税供船”模式下,国内供应商接到邮轮公司订单后,可先将货物存储在综保区,申请出口退税,待邮轮靠港后再由配送企业办理运输、报关等手续,将物资送上船,给企业带来“真金白银”的实惠。

“出口退税对我们影响非常大,我们每个航次给邮轮供货约100万元,享受政策后预计能退税6万元,如果每个月有5个航次,单月退税达30万元,一年下来相当于可以留存



邮轮物资配送现场。图片由受访者提供

数百万元的利润,这对我们中小企业来说是极大利好。”白景泉告诉记者,有了退税政策,公司计划给船东物资采购提供更大优惠力度,让更多京津冀名优品以更高的性价比“登船”,带动三地邮轮物资供应链企业发展,形成良性循环。

国际邮轮协会发布的数据显示,2027年,全球邮轮旅游市场规模将达到3950万人次。业界称,2024年有望成为我国邮轮经济全面发力的关键年,京津冀地区有着丰富的食品供应基础,依托创新政策支持,更多京津冀物资将供应国际邮轮。“我们将为邮轮物资采购、仓储、配送等全链条服务提供支持,更好满足国际邮轮公司及国际航行船舶多样化、个性化采购需求。”天津东疆海关相关负责人表示,下一步,海关部门联合天津东疆综合保税区商务促进局及天津自贸试验区创新发展局等部门将继续深挖创新潜力,发挥东疆北方国际航运中心核心区、自贸试验区和综合保税区等功能政策优势,助力国际邮轮物资配送基地建设,进一步助推港产城高质量融合发展。

津报智库

供应链上下游加强协作
助力京津冀企业高质量“走出去”

孙春华

天津财经大学商学院
物流与供应链管理系教授

■本报记者 张兆瑞

京津冀工业基础雄厚,产业带成熟。天津航运业如何进一步优化供应链为区域经济发展注入新活力?在2024天津国际航运产业博览会(以下简称国际航运展)期间,记者采访了天津财经大学商学院物流与供应链管理系教授孙春华。她认为,我市航运业应加强上下游企业协作管理和补链、强链,进一步实现降本增效,为京津冀高质量发展提供动力和支持。

长期以来,我国北方物流成本要高于珠三角区域和长三角区域。“仅从跨境电商物流成本上看,京津冀区域比长三角区域高出约20%,采购柔性化管理弱、仓储操作成本高、潮汐式用工机制不够灵活、本地传统货代转型升级服务不够等都是原因。”孙春华告诉记者,针对上述这些问题,只有港产城深度融合才是解决之道。据她观察,天津航运业已经在提升物流供应链的快速反应和服务能力方面做出了积极的探索。

在国际贸易中,“绿色壁垒”是横在中国企业面前的一座大山,而面对众多国际相关的绿色规定,企业逐一攻克困难很大。前不久,我市首家开展拼箱业务的货运代理企业松昌国际与拥有全球领先碳资产核证技术的祺鲲科技签订了战略合作协议,可以为贸易和生产企业提供一站式出口合规服务,减轻合规成本,帮助京津冀出口企业高质量“走出去”,这也是供应链上下游企业协作管理的一次有益尝试。

孙春华建议,天津航运业应借此国际航运展,发挥港口牵引带动作用,进一步立足供应链、优化产业链。

信息速递

天津规模最大抽水蓄能电站
项目可研进入实施阶段

7月9日,天津装机规模最大的抽水蓄能电站——蓟州龙潭沟抽水蓄能电站隧道掘进水平探洞方案顺利通过专家评审,标志着该项目可行性研究进入正式实施阶段。项目建成后,将提高天津电力系统的调峰能力,促进电网新能源消纳,提升京津冀北电网调度灵活性。

蓟州龙潭沟抽水蓄能电站是天津市“十四五”重点建设项目。该项目位于蓟州区北部,工程总投资135.94亿元,初选电站装机容量为1800兆瓦,总工期78个月。

“为加快项目建设,我们计划在项目前期和主体工程关键线路上应用隧道掘进技术,计划掘进隧道全长4546米,总工期14.6个月,较常规钻爆法施工可直接节约关键线路工期9个月。”项目设计负责人表示,该项目在规划设计阶段紧密结合蓟州区经济社会发展自然特征和环境特点,在建设配套等方面超前考虑,力争发挥项目最大经济价值和社会价值。未来,项目将结合抽水蓄能电站“高峡平湖”的“天池”景观、延伸山体之内的地下洞室群和地下厂房,与周边景点相结合,打造集科普教育、观光、休闲、度假等旅游功能于一体的特色旅游景点。

■本报记者 陈珊

双城故事

那些跨城“跑市集”的年轻人



■本报记者 宁广靖

复古市集、文创市集、咖啡市集、面包市集……盛夏时节,各种主题市集接踵而至。

充满创造力和烟火气的市集将年轻人飘在空中的想象落地——一杯充满创意的咖啡、一个富有巧思的手作摆件、一张复古的黑胶唱片……这里像是理想生活的缩小版,尽是好东西。

随着京津冀交通网络越织越密,周末的市集成了年轻人不能远行的“代餐”。他们或自驾、或“打个高铁”从一座城市到另一座城市,卖物、选物,追赶心里那份坚持与喜欢,释放消费活力,在朋友圈留下一波波富有城市“烟火气”的九宫格。

把天津“样本”
搬到北京

不久前的一个周末,首次登陆北京的浩棋复古游园会门口排起长队——还未到正式开场时间,导航上通往停车场的车道已被堵得“深红”。穿着时髦的年轻人从四面八方会聚到这里,奔赴一场属于他们的聚会。

浩棋复古游园会已在天津举办了多年,在市集圈里是一个“样板”式的存在。为什么把今年的首场市集选在北京?浩棋复古游园会主理人史浩棋的回答是:“走出去,市场更大。”

“90后”的史浩棋是地道的天津人,玩过摇滚、组过乐队……他接触复古,起初是为了丰富乐队成员的着装,给他们加一些流行的复古元素。这一改,改出了他对复古的兴趣。

“上大学时,我参加了一次北京的复古市集,很喜欢,想把它引到天津,但没谈成功。我想,那咱就自己办一个吧。”2014年,还在读大三的史浩棋在天津一个小酒吧举办了只有6个商户参加的首场复古市集,10年过去了,他合作过的商户已超2000家。

2020年,史浩棋把生意的触角伸到了北京。文创市集、中古玩具市集、现代艺术市集……4年间,他已在北京举办了10余场大大小小的市集,这次浩棋复古游园会是规模最大的一场,有180多个品牌商户参加,除了来自天津的商户,还有40%的商户来自北京。短短两天,游园会客流量就达到1.5万人次,销售额约180万元。

在史浩棋看来,市集提供的不仅是商品,更多的是情绪价值。与“冰冷”的线上购物不同,市集是把同好聚在一起“线下社区”。在这里,询价、砍价一问一答,感官全数打开,商户和游客共同构建了一个沉浸式体验的场景。

有日入过万
也有“颗粒无收”

记者见到金太浩时,他正在北京参加市集。“这是你第几次来北京市集摆摊了?”他想了想,伸出两只手比画,“10次有了”。

金太浩的摊位比吃饭的桌子大不了多少,数十种大大小小精致的木制手作摆满一桌,桌前立了块牌子——太浩造物。从名字就可以看出,这些作品都是他自己做的。60多元的耳环、100多元的首饰盒、300多元的家居摆件……刚摆摊两个小时,金太浩已收入1000多元。“今天没准能破万。”他说,从3月至今,他已经参加了七八场市集,平均每天的客单量有数十单。

金太浩从小就爱“玩木头”,后来又学了4年家居设计,一个个闪现的灵感在他手下成为各式精巧的物件。2019年,他在北辰区租了个160平方米的工作室,除了参加市集,就是在工作室制作木制摆件,顺便经营他的小红书账号。

金太浩自称是“市集串子”,他既是摊主,也是游客。每次去市集摆摊,他都会去其他摊位逛逛,看看有没有更新鲜有趣的玩法。“市集到底挣不挣钱?”这是金太浩常被问到的问题。

“商户的‘调性’、主办方的影响力、品牌的‘粉丝’基础都会影响销量。”他说,有日入两三万元的摊主,也有“颗粒无收”的手艺人。不过,多数情况下,摊主的日营业额起码也有1000多元。

他给记者算了一笔账:市集每天的摊位费一般在200元至500元,如果在外地,路费、食宿等成本加起来,3天时间要花费几千个。他表示,在天津和北京的市集,几乎都能回本。如果再往远处走,一天卖不到5000元就赚不到钱了。

半年跨城
“跑”了15场

采访当天的凌晨4时,杨丽娜给记者发来微信,推迟了原本定在上午的采访——她在从南京回津的路上,经过山东莱芜时,车漏油了。“跑外地的市集,总有些突发状况。”她在微信中发来一个无奈的表情。

爱摇滚、玩乐器,做得一手好甜品的天津姑娘杨丽娜有多重身份:乐器维修店店主、兼职贝斯手、甜品摊主以及市集策划人。如果把她的精力按比例分配的话,市集占了一多半。今年以来,她已经参加或组织策划了21场市集,其中,外地的市集就有15场。

今年35岁的杨丽娜自称“野生”策划人,策划过面包市集、咖啡市集、文创市集等主题市集以及不少综合市集。她的微信里有近500个市集摊主,忙的时候,一天接待30多个商户的咨询。

3年前,刚进入市集策划这个圈子的时候,杨丽娜觉得这一行遍地是商机,摔一跤,嘴上都能沾满金子。但出乎她意料的是,办个成功的市集并不容易。

她曾策划组织过一场为期3天的市集,赚了13万元。事后复盘,她得出一个结论——市集成功与否的关键,一个是“调性”,一个是“场地”。商户的氛围感、能否提供与游客的互动体验很重要,另外,场地最好自带流量,比如旅游景区、城市地标等,效果会更好。

从收益上看,一场商业化市集的收入来源主要包括门票收入、摊位费收入和赞助收入。目前,市集门票价格从数十元至上百元不等,摊位费一天200元至500元居多。“现在,有的外地市集不收摊位费和门票了,客流量相当可观。”杨丽娜告诉记者,之前她在舟山参加过一场免摊位费的甜品市集,日营业额达1万多元,“按客单价30元算,你算算得有多少人!”

据杨丽娜观察,近两年,跨城“跑市集”的主理人和商户越来越多。她告诉记者:“3月,我们在北京组织了一场面包市集,有近40个商户参加,其中不少是从天津过去的。舟山的一场咖啡市集,天津商户去了十多个。还有一个天津商户去石家庄参加甜品市集,两小时货就卖空了,又赶紧开车回天津补上货再去市集。”

创业推广
首选选择天津

家住北京的尹沛涵最近来到天津参加宠物市集。跟很多宠物博主或做宠物周边生意的人一样,她对这一行的热爱是从家里那只“毛孩子”开始的。

作为创业圈新人,尹沛涵和两位合伙人参加市集主要是为了推广他们的原创品牌“hugi”。这个今年1月刚成立的品牌,诞生于北京朝阳区的一个小工作室,此次在天津意式风情区举办的“宠爱萌宠派对”市集是该品牌的首次线下亮相。

为什么会选择天津?尹沛涵的回答干脆,离家近、成本低,市集氛围好、客群消费潜力大。

冰箱贴、宠物防晒衣、宠物口水巾……尹沛涵摊位上的商品价格在10多元至100多元之间,其中,宠物口水巾最受欢迎。“这些都是我们自己做的。”每接待一名顾客,她都会不厌其烦地介绍。

在市集摆摊,彩旗挂在哪儿、摊位招牌怎么摆、哪种商品放在最显眼的位置能提高整体销量……这些都有讲究。她说,手工摊主售卖的是审美。

尹沛涵大学读的是美术设计,毕业后又干了3年少儿美术培训,颇有些“美学”功底。在30岁这一年,她决定创业。今年1月,她和两位合伙人在北京租下了工作室,3月,产品实现了首批“量产”。

尹沛涵直言,这次跨城参加市集主要为了宣传品牌。在她看来,通过市集等线下渠道获得的流量更直接且有黏性。“昨天,我在市集上加了100多个人的微信,他们都有可能变成潜在客户。”她认为,对她这样的创业小白来说,市集的价值在于积累垂直客户流量,认识更多的同行和主办方,为品牌推广和市场拓展积累资源。“这比盯着眼前的销售额更有价值。”她说。

■本报记者 张兆瑞