

# 前10月我省外贸增长52.2%

## 出口产品以机电产品为主,高新技术产品出口保持高增长

湖南日报11月13日讯(通讯员 黄勇华 记者 周月桂) 据海关统计,2017年1至10月,湖南省进出口总值1892.8亿元人民币,比上年同期增长52.2%。其中,出口1220.9亿元人民币,增长48.8%;进口671.9亿元人民币,增长58.6%。出口产品以机电产品为主,高新技术产品出口保持高增长;机电产品、高新技术产品

为主要进口产品。前10月,我省对香港、美国、日本、东盟、欧盟等主要贸易伙伴的双边贸易额,均保持了不同程度的增长;民营企业为进出口主力,占同期湖南省进出口总值六成以上。

出口方面,1至10月,湖南省出口机电产品570.3亿元,增长61.2%,占同期湖南省出口总

值的46.7%;出口高新技术产品177.4亿元,增长87.4%,占同期湖南省出口总值的14.5%。

进口方面,1至10月,湖南省进口机电产品304.1亿元,增长66.1%,占同期湖南省进口总值的45.3%;进口高新技术产品113.8亿元,增长1倍,占16.9%。同期,进口铁矿砂及其精矿95.9亿元,增长50.9%。

# 10月我省CPI同比上涨1.3%

## 连续9个月停留“1时代”,延续物价“稳”基调

湖南日报11月13日讯(记者 彭雅惠) 今天,国家统计局湖南调查总队发布数据,10月份全省居民消费价格(CPI)同比上涨1.3%,低于全国平均水平0.6个百分点,其中,城市同比上涨1.2%,农村同比上涨1.6%。至此,我省CPI涨幅已连续9个月停留在“1时代”,物价水平保持“稳”的基调。

纳入统计的八大类商品和服务中,食品价格同比下降0.5%,非食品价格全面上涨。

受节后需求回落和市场供应增加影响,全省主副食品价格普跌,其中,畜肉类价格同比下降7.9%,影响CPI下降约0.44个百分点;食用油和鲜果价格分别同比下降2.5%、0.9%,两项合计影响CPI下降约0.05个百分点。而因气温下降、蔬菜生长周期变长等因素所致,本地鲜菜产量下降,鲜菜价格同比、环比均较大幅度上涨。总体来看,食品价格仍在持续走低,对平抑全省CPI起到重要作用。

非食品价格同比上涨1.8%,其中,居住价格涨幅最大,达3.6%;交通和通信、医疗保健、教育文化和娱乐、生活用品及服务、衣着、其他用品和服务价格涨幅均低于2%,涨势温和。

据测算,10月份,我省CPI受翘尾因素影响仅为0.15个百分点,新涨价因素影响约为1.15个百分点。

# 中晚稻最低收购价 每50公斤136元

## 收购预案执行截止期为明年1月底

湖南日报11月13日讯(记者 刘勇 通讯员 袁玉生) 记者今天从省粮食局获悉,我省于11月11日启动2017年中晚稻最低收购价预案,粮食部门按照国家规定的每50公斤136元的托市价格,收购今年生产的国标三等中晚稻,预案执行截止期为2018年1月31日。

目前,第一批88家中晚稻最低收购价指定收储库点名单已经公布。省粮食局要求各参与最低收购价收购的库点,严格执行质价政策,持续深化人性化服务,让农民卖“明白粮”“放心粮”。各地粮食行政管理部门要重点排查打折扣、搞变通、压级压价、抬级抬价、收“人情粮”等行为,维护粮食市场正常秩序,保障种粮农民合法权益。



## 长沙两片区将集中供暖

11月13日,湖南湘江新区滨江新城智慧能源中心水泵房内,技术人员在进行设备调试。当天,滨江新城智慧能源中心和洋湖生态新城智慧能源中心进入最后的调试阶段,计划本月下旬为周边片区居民提供集中供暖。

湖南日报记者 徐行 通讯员 秦源谣 摄影报道

## 谈经论市

# 湖南“双11”交易“逆差”说明什么

孙振华

据“阿里数据”统计,“双11”湖南人在天猫平台消费额为59.96亿元;而当天天猫平台湖南对外销售总额为15.81亿元,交易“逆差”为44.15亿元。

湖南人在天猫平台上买了一些什么呢?买得最多的是手机、毛呢外套、羽绒服、平板电脑、休闲鞋、靴子、针织衫、卫浴用品等。

湖南人在天猫平台上卖了一些什么呢?湖南的纸尿裤、面膜、医疗器械、保健食品、床品套件等成为热卖商品。

统计数据显示,“双11”成交的商品,以电子、纺织、保健、食品、家电等为主。而湖南外销产品中,电子、家电、服装产品之善可陈。究其原因,主要还是我省缺乏提供这些热销产品的能力;另外,我省产品在电商运营平台还不足以吸引众多消费者的眼球。可以佐证的是,作为农业大省,我省农副产品土特产丰富,但“双11”外销的热门产品中,湖南的农副产品土特产并不多。

这,恰恰是我省供给侧改革努力的方向。我省调整优化产业、产品结构,可从“双11”热买热卖商品中“悟出”些道道。

区域经济发展,自然离不开重化工业、高新技术产业和战略新兴产业,而与

百姓衣食住行紧密相关的电子、家电、服装、食品、保健品等产业,同样大有可为。这些产业消费量大、消费群体稳定,受经济波动影响小,在推动就业、保持经济稳定增长中作用不小,发展经济千万不能忽视这些产业。

而众所周知,电子、家电、纺织、服装、食品、保健品等产业,品牌繁星闪烁,在激烈的竞争中要脱颖而出,关键是一批优质品牌企业。湖南生产的纸尿裤热销,与我省孕婴产业近年迅速发展息息相关。目前,湖南已经拥有“一朵”“倍康”“舒比奇”“馨爱”等多个纸尿裤品牌。“舒比奇”纸尿裤相关负责人透露,今年销量同比增长了70%。

我省面膜能在全中国占有一席之地,与“御家汇”等具有全国影响的护肤品企业不无关系。抓住美容市场快速膨胀的需求,御家汇自主研发多个护肤品配方技术,拥有御泥坊、小迷糊、花瑶花、师夷家、薇风等多个护肤品品牌;当然,御家汇护肤品品牌热销,网络营销也立下汗马功劳,目前已与天猫商城、淘宝网、唯品会、聚美优品、京东商城、苏宁易购、蘑菇街、楚楚街、小红书等多家主流网上商城建立深度合作关系。

期待明年“双11”,湖南有更多产品能成为网上商城的“网红”。

## 土货“触电”卖得俏

湖南日报记者 王茜

11月13日上午8时,在长沙高新区长沙丰安置小区六期18栋搜农坊仓库内,大大小小的包装盒占据了仓库大部分空间,包装好的快递整齐地码在仓库门口,等待发出。为确保48小时内将包裹发送出去,搜农坊临时加聘100多名包装员,从5个仓库内同时打包发货。“双11”当天,搜农坊就有近5万件包裹送达消费者手中。“‘双11’活动期间,特鲜精品土货产品销售量较去年同期相比增加500倍,累计下单金额1561万元,受益农户达600多户。”湖南搜农电子商务有限公司董事长刘谋清说。

近年来,长沙农业电商围绕“农产品进城”“电商精准扶贫”等方向,集中解决农副产品流通的销售难、配送难的问题,打造“互联网+农业+精准扶贫”三维立体

运营模式。2016年6月,《长沙市电商扶贫行动实施方案》正式出台,长沙投入600万元用于扶持电商扶贫及农村电商服务支撑体系建设,建成电子商务服务站72个,通过指导贫困户进行种植养殖并提供电商平台销售农产品的方式,帮助400余户建档立卡贫困户增收400多万元。

目前,长沙市70%以上的农业企业已建立网上销售渠道,蜜蜂哥哥、蛋哥哥、湘康农业等企业销售额均突破1000万元,全市农村电子商务平台超过100家。2016年,搜农坊、松桂坊等电子商务平台农产品交易额均突破4000万元。长沙县、望城区、浏阳市、宁乡县引进京东、阿里等全国知名电商平台建立村级网络体系;宁乡县被纳入国家农村电子商务示范县,浏阳市获批省级农村电子商务示范县,长沙县成为“2015—2016年中西部返乡电商创业最活跃的10个县”之一。

# “量”“质”双提升

## ——聚焦2017中国中部(湖南)农业博览会

牌,有品牌、有品位、有品质”。

### 今年的农博会亮点频频值得期待

即将亮相的新一届农博会会带来怎样的精彩,不少市民对此很关注。组委会有关人员告诉笔者,以“绿色与品牌、交流与合作”为主题的本届农博会,深化“开放农博·服务三农”理念,着力打造一个专业化、市场化、品牌化、信息化、国际化的现代农业高端平台和品牌联盟,力争实现规格更高、规模更大、布展更美、办会更有特色、产业发展空间更广阔的目标,全力构建智慧型农博生态系统,打造政策解读、信息传递、产销助推等六大平台。

展会面积再创新高。在去年翻番的基础上,今年的展会面积将再次实现翻番。去年4个展馆,本届农博会将扩大到8个展馆,总面积达11万平方米。同时,扩展了智慧农业与农业机械、畜牧等招商范围,全面延伸农业产业链。

设立“袁隆平农业博览奖”。为了发挥品牌引领效应,本届农博会将设立“袁隆平农业博览奖”,这将是农产品领域的“诺贝尔奖”,将对顶尖优质的农产品进行奖励。

首次推出“农博优品”网购平台。为了方便市民逛农博,本届农博会将推出“农博优品”网购平台,让展会实现电子化、智慧化管理,打造一个线上线下农产品展销、互动、体验的活动平台,全面提升展会影响力,让市民不出家门就能网购到优质的农博会产品。

国际馆(W2)人气更旺。农博会不仅在国内吃香,在国际上也日益受欢迎。“去年开始,农博会专门设立了国际馆,境外企业共有200多个展位。今年国际馆的规模将大幅扩展,共有泰国、柬埔寨、马来西亚、澳大利亚等20多个国家,共320个企业参展。”组委会负责人自豪地说:“非洲的精致木雕和工艺品,新西兰的海鲜、奶制品,智利的三文鱼和葡萄酒,本届农博会上,市民们有望能够买到从原产地运过来的异国名产。”

“本届农博会在展览规模、展位布局、产品质量等方面都有了新的突破,将办成一个新会展、呈现一个新格局、攀上一个新高度。”雨花区委书记张敏对办好这次农博会信心满满:“希望借农博会的‘东风’,搭建现代农业展示平台,展示国内外农业新成果,通过互联网线上线下联动,促进产销对接和农业科技创新,推动农业产业健康发展。”



姚学文 李绍萍 苏继纯

再过几天,11月18日,一年一度的农博盛会又将如约而至。这已是中部(湖南)农业博览会的第19次强势起航。19年,19届,农业博览会奇迹不断被刷新:规模一届比一届大,人气一届比一届旺,成交一届比一届活跃。笔者从第十九届中国中部(湖南)农博会组委会获悉,目前正在紧锣密鼓准备之中的新一届农博会,必将再一次带给广大市民新的惊喜和收获,值得大家广泛期待。

### 19年,19届,一年比一年辉煌

时间过去一年,家住长沙市雨花区井湾子的张胜利,仍然没有忘记去年的农博记忆。年过七旬的张大伯,可以说是看着农博会一年一年成长、一步一步长大的。但是2016年,在农博史上,可以说是个大转折。因为这一年,农博会从它的成长地——红星国际会展中心,搬迁到了位置相对比较偏僻、新建的长沙国际会议中心。乔迁本是喜事,然而,对于展会而言,究竟会是什么样的结果,谁都不能完全预测。

然而,令人欣喜的是,新搬迁的农博会,再一次以成交总额208亿元,参展人数超过100万人次的业绩,带给大家惊喜。从1999年起,一年比一年辉煌,每届都带给大家无限期待、无限精彩,留下无限念想。

“刚开始我们还是有些担心,因为新换地方,担心交通不便,企业不愿意来。事实却印证了那句老话:酒好不怕巷子深。”说起去年新搬迁的农博会,长沙市雨花区副区长刘江红深有感触,又“如释重负”。

18年的累计,18年的探索,农博会规模、档次、人气、成效等,均实现了“量”“质”双提升——累计展出农产品18万余种,成交额逾2300亿元,观展人数2100万人次,带动了数千农字产品走向全国,走出国门。

“今年,我们更加有底气,让农博会在前18年、尤其是去年经验的基础上,办得更加成功,奉献给大家一个更加精彩的农博盛会。”组委会负责人在接受笔者采访时如是说道。



2017年中国中部(湖南)农博会新闻发布会现场。(本文图片均由范远志摄)

### 成功背后凝聚各方的热血和牵挂

辉煌背后,总是离不开智慧和汗水的付出。19年中,农博会如人之岁月,正青春绽放,绚烂漫天。之所以能够如此,其中就凝聚了各方的热血和牵挂。

时间回溯到上个世纪九十年代末,长沙南郊的红星村。当时的红星远离长沙城区,交通不便,经济落后。“有女莫嫁洞井铺,三年磨烂9条裤”,一句古老的打油诗,说的是红星村的邻居洞井铺,其实也是上世纪八九十年代红星村经济社会和百姓生活的生动写照。

如何改变村里落后面貌,成了当时红星村干部苦苦思考的大事情。时任村党委书记吴建松,想起了办“农博会”这个点子,得到当时的雨花区委、区政府的支持。

事非经过不知难。1999年,第一届农博会举办。“但这届农博会,企业积极性不高。”说起过往,现任红星村社区党委书记罗跃有些酸,“政府还为企业免摊位费、免水电费、提供补贴,用行政命令方式组织党员干部逛展会,为展会添人气。”然而,第一届办下来,连同市场一起,主办方一年亏损1600多万元,且连续亏了三届。

省市区三级党委、政府在关键时候都伸出温暖之手,特别是雨花区委、区政府全力以赴给予支持。

主办方也逐步改变运作方式,将最初的纯政府运作,改为“公司+政府”的新机制。与此同时,大刀阔斧,在红星农副产品大市场对面、韶山南路两边征地500亩,建设红星国际会展中心,搭建更大的展会舞台,谋求规模效应。

2002年,第4届农博会搬进红星国际会展中心。也就从这一年开始,农博会才改变连年亏损的颓势,账面上由“绿”变“红”。从此,农博会一年比一年精彩,人气更是连年爆棚,逐渐成为“中国最具人气”的展会之一。2009年,农博会走出湖南,晋升为中国中部(湖南)农业博览会,位居国务院批准的湖南四大展会之首,被农业部确定为唯一准许以“中国中部”冠名和作为主办方的农业博览会。

“各级党委、政府是农博会成功的关键。”罗跃感动地说。这完全是肺腑之言,一直以来,从中央到地方,各级党委、政府都对农博会给予了无限的关怀和支持。如果说中央、省、市的支持,更多体现在政策和精神层面的话,那么,雨花区委、区政府的支持则更多是“经济和人力”等方面“实打实”的支持。



湖南省委党组书记、主任刘宗林在新闻发布会上讲话。



长沙市委副书记徐宏源在新闻发布会上讲话。



长沙市人民政府副市长李蔚在新闻发布会上讲话。

每当进入下半年,办农博会就成为雨花区委、区政府的工作中心。

一次一次的调度会,宣传、综治、维稳、信访、公安……各项事宜面面俱到;临近展会倒计时,干部们取消节假日。每年区财政投入农博会的资金约500万元,投入农博会工作的干部超过1000人。

在众多的组织工作中,农博会的宣传工作是值得一提的。他们深知,要打造品牌,必须占领舆论高地。每年区委宣传部从内容到形式,从传统媒体到新媒体,从互联网到手机客户端,一步一个脚印,让农博会的新闻占领一个个高地,也让农博会由“名不见经传”,逐渐变得家喻户晓。省委宣传部领导在2015年对农博会的宣传工作进行一个中肯评价,他认为,农博会的宣传“打造了新闻宣传节品牌”。