



为春耕增“肥”力 广西海事部门保障3万吨进口钾肥高效落地

记者24日从广西海事部门获悉,3月23日,在防城港海事局的全程监护下,停靠防城港17号泊位的利比亚籍“STAR HAMBURG”轮(中文名:汉堡之星),顺利完成3万吨进口氯化钾卸载任务。这批进口钾肥将在防城港进行包装,通过多式联运方式转运至云南、贵州、四川等地区,为

春耕生产增添“肥”力。

防城港作为中国西南地区最便捷的海上运输通道,承担着南肥北运、进出口化肥中转的重要任务。当前正值春耕备耕的关键时期,为保障化肥这类春耕物资船舶高效顺畅运输,防城港海事局主动作为,提前对接港口、代理、船方等相关单位,精准掌握船舶进出

港动态和作业计划,在船舶进出港前,开通“绿色通道”,简化流程,实施“单一窗口”线上申报审核和夜间预约办理,实现船舶进出口岸审批“零等待”,有效提升化肥运输周转效率。

船舶靠泊、作业期间,海事部门采用AIS(船舶自动识别系统)、智慧海事等信息化

手段和现场巡航相结合的立体监管模式,强化船舶全过程安全监管,提前发布航行警告,实时掌握船舶动态,维护通航秩序,提醒船舶注意瞭望,确保作业水域安全有序。

船舶靠泊后,海事业务骨干及时登轮对船舶开展安全检查和作业提醒,重点对船舶机电、消防救生等关键设施

设备和船员操作开展检查,全面排查船舶安全隐患,保障卸载作业安全有序推进。

据了解,今年以来,防城港海事局已保障30艘次化肥船舶安全进出港,累计保障69.2万吨化肥安全运输,为春耕生产提供了坚实的水上运输保障。

拼多多“新拼姆”重仓中国供应链：一期注资150亿，推动产业品牌化发展

3月25日,拼多多集团发布截至12月31日的2025年第四季度及全年财报。在财报电话会上,拼多多方面披露,此前股东大会确立的三年战略正在稳步推进和落地见效。

2025年12月19日,拼多多集团股东大会宣布赵佳臻出任联席董事长兼联席CEO,赵佳臻发布了“聚焦、重投供应链升级,高质量发展”的下阶段集团战略,提出“力争三年再造一个拼多多”。如今,首个战略重大举措开始落地:拼多多集团正式宣布组建“新拼姆”,开启品牌自营,继续重仓中国供应链,带动国内产业高质量、品牌化发展。

据介绍,“新拼姆”已在上海成立新的专项公司,一期已现金注资150亿元,未来三年计划总计投入1000亿元真金白银,整合“拼多多+Temu”的供应链资源,开启搭建自营品牌模式,重点面向全球市场,系统性自营并孵化面向不同市场、不同品类的品牌,实现中国制造高标准输出,推动中国制造进一步走向价值高端。

“过去三年, Temu 的快速成长是中国供应链产业红利带来的关键一跃,也为国内供应链的升级再造带来了新的契

机。”赵佳臻表示,2026年国内供应链迎来了转型升级的关键窗口期,我们将举全集团之力,公司上下力出一孔,争取在三年内推动“新拼姆”实现国产自营品牌的高质量转型,带动中国供应链实现转型升级和价值跃迁。

组建“新拼姆”, 投1000亿重仓供应链

2025年12月,拼多多集团在年度股东大会中宣布升级公司治理架构,实行联席董事长制度。经董事会批准,赵佳臻获任联席董事长,与陈磊共同担任集团联席董事长兼联席CEO。公司认为,赵佳臻出任联席董事长有利于拼多多集团步入下一个阶段的升级再造,有利于落地集团“聚焦、重投供应链升级,高质量发展”的整体战略。

在出任联席董事长后,赵佳臻表示,拼多多创业已超十年,公司在业务、技术及服务方面持续积累,业务已经触达了全球大部分国家。下一阶段,公司不是要多元化,而是要更聚焦,聚焦供应链的高质量发展,通过这个核心关键,实现平台的再造,并带动生态

体系的价值跃迁。

在股东大会上,拼多多管理层也就 Temu 的发展做了最新介绍。据了解, Temu 在过去三年发展迅速,已在全世界大部分国家都具有可观的市场规模,已成长为国际主流电商平台。

“过去三年, Temu 植根于中国供应链,业务扩展到全球90多个国家,3年走完了拼多多国内电商10年的路。”赵佳臻表示,下一个阶段,在 Temu 平台化运营的基础上,公司将做出重大战略开拓,组建“新拼姆”,全力开启品牌自营模式,并通过自营模式继续重仓中国供应链,打造更高的制造标准,孵化一批有国际影响力的品牌,带动中国制造迈向高质量、品牌化道路。目前,“新拼姆”已在上海落地,首批已现金注资150亿元。

据悉,拼多多“新拼姆”将重点推出三大措施,全面推动产业带商家高质量、品牌化出海:

其一,成立“新拼姆”专项公司,未来三年投入1000亿元,全面覆盖国内产业带,推出定制化制造方案,培育一批不同定位、多种品类的自营品牌;

其二,组建专项团队深入

产业带,发挥平台的数字化优势,为商家提供产品、技术和营销的一体化方案,推动产业带提升制造标准,完成产业转型升级;

其三,推出全方位的品牌出海解决方案,提供产品标准、仓储物流、知产服务、法律援助、监管审查等全方位服务,为产业带出海保驾护航。

前期战略效用显著, 产业带加速迈向品牌化

事实上,早在2025年4月,拼多多已在电商行业首次推出了“千亿级别”的惠商战略,全力构建商家、用户、平台多方共赢的高质量生态,为此次“新拼姆”的出炉打好了基础。在产业带,拼多多“千亿扶持”继续加码“新质供给”,加快“新质供给”的培育力度和上行速度,推进产业带迈向品牌化、高质量发展。

截至目前,“新质供给”专项团队已先后走进义乌美妆、深圳数码、山东零食、邵东箱包、平湖羽绒、威海钓具等超百个优质制造业集群,并深入原材料、配件等供应链的各个环节,推动供应链各个环节实现“累进式创新”,积极

破解同质化竞争的产业难题,助力产业完成品牌转型。

在湖南邵东,当地生产了全国七成以上的学生书包,但长期以代工为主的模式也一度让当地面临“同质化竞争”的困境。在拼多多的扶持下,当地商家借助平台的数据分析,进行精准的产品研发,先后涌现出了多个爆款品牌,推动邵东完成了从“代工腹地”向“品牌高地”的产业转变。

在业界,拼多多系列惠商举措也引发了广泛关注,商务部研究院电子商务研究所研究员洪勇表示,通过打造品牌优势,商品有望形成差异化和溢价能力,从价格竞争转变为价值竞争,引领产业带走出同质化竞争的局面,实现品牌化发展。

“从前期‘千亿扶持’的产业实践来看,品牌化发展已经成为中国产业发展的新引擎。未来三年,我们将通过‘新拼姆’自营模式继续重仓中国供应链,真金白银再投入1000亿元现金。中国产业带将有更多的自营品牌通过‘新拼姆’走向全球,并带动中国供应链实现整体性的转型升级。”赵佳臻表示。