# 2024年4月全国化妆品零售总额同比增长6

来源：网络 作者：玄霄绝艳 更新时间：2025-05-29

*第一篇：2024年4月全国化妆品零售总额同比增长6【行业资讯】2024年4月，中国化妆品零售额同比增长6.6%据国家统计局13日公布的最新数据显示，2024年4月全国化妆品零售总额达136亿元，相比去年同期增长6.6%。2024年1-4月...*

**第一篇：2024年4月全国化妆品零售总额同比增长6**

【行业资讯】2024年4月，中国化妆品零售额同比增长6.6%

据国家统计局13日公布的最新数据显示，2024年4月全国化妆品零售总额达136亿元，相比去年同期增长6.6%。2024年1-4月，全国化妆品零售总额达586亿元，同比增长8.7%。

2024年4月份，社会消费品零售总额19701亿元，同比名义增长11.9%。其中，限额以上单位消费品零售额10010亿元，增长9.4%。

1-4月份，社会消费品零售总额81782亿元，同比增长12.0%。其中，限额以上单位网上零售额1139.0亿元，增长52.0%。（资料来源：中国化妆品网）

在这化妆品销售不断增长的情况下，专业美睫领先品牌—釆睫睛，好好把握现下的市场优势，以高品质的美睫产品，和优质的美睫服务赢得广大群众的信任，继续地成长，给人们带来更优质的服务！

**第二篇：2024年1-10月份全国规模以上工业企业实现利润同比增长0.5%**

2024年1-10月份全国规模以上工业企业实现利润同比增长0.5%

来源：国家统计局 2024-11-27 09:30:05

1-10月份，全国规模以上工业企业实现利润40240亿元，同比增长0.5%。10月当月实现利润5001亿元，同比增长20.5%。

1-10月份，在规模以上工业企业中，国有及国有控股企业实现利润11270亿元，同比下降9.2%；集体企业实现利润630亿元，同比增长8.1%；股份制企业实现利润23526亿元，同比增长2%；外商及港澳台商投资企业实现利润9195亿元，同比下降9.2%；私营企业实现利润12623亿元，同比增长17%。

在41个工业大类行业中，27个行业利润同比增长，13个行业同比下降，1个行业继续亏损。主要行业利润增长情况：农副食品加工业利润同比增长16.1%，汽车制造业增长9%，电气机械和器材制造业增长4.5%，计算机、通信和其他电子设备制造业增长10%，电力、热力生产和供应业增长57.5%，石油和天然气开采业下降3.2%，化学原料和化学制品制造业下降14.3%，黑色金属冶炼和压延加工业下降60.3%，通用设备制造业下降0.6%，石油加工、炼焦和核燃料加工业仍亏损217.4亿元（上年同期盈利）。

规模以上工业企业实现主营业务收入736970亿元，同比增长10.3%。每百元主营业务收入中的成本为85.37元，主营业务收入利润率为5.46%。

在规模以上工业企业中，国有及国有控股企业实现主营业务收入196438亿元，同比增长5.3%，每百元主营业务收入中的成本为82.7元，主营业务收入利润率为5.74%；集体企业实现主营业务收入9492亿元，同比增长7.7%，每百元主营业务收入中的成本为85.34元，主营业务收入利润率为6.63%；股份制企业实现主营业务收入425052亿元，同比增长12.1%，每百元主营业务收入中的成本为85.2元，主营业务收入利润率为5.53%；外商及港澳台商投资企业实现主营业务收入179612亿元，同比增长4.8%，每百元主营业务收入中的成本为86.42元，主营业务收入利润率为5.12%；私营企业实现主营业务收入225450亿元，同比增长16.8%，每百元主营业务收入中的成本为86.44元，主营业务收入利润率为5.6%。

10月末，规模以上工业企业应收账款82966亿元，同比增长15%。产成品30090亿元，同比增长8.3%。

附注：

1、指标解释

利润总额：指企业在生产经营过程中各种收入扣除各种耗费后的盈余，反映企业在报告期内实现的盈亏总额。

主营业务收入：指企业经营主要业务所取得的收入总额。

应收账款：指企业因销售产品或商品、提供劳务等，应向购货单位或接受劳务单位收取的款项。

产成品：指企业报告期末已经加工生产并完成全部生产过程，可以对外销售的制成产品。

每百元主营业务收入中的成本=主营业务成本/主营业务收入×100

主营业务收入利润率=利润总额/主营业务收入×100%

2、统计范围

从2024年起，规模以上工业企业起点标准由原来的年主营业务收入500万元提高到年主营业务收入2024万元。

3、数据收集

规模以上工业企业财务状况报表按月进行全面调查（1月份数据免报）。

4、行业分类标准

从2024年起，国家统计局执行新的国民经济行业分类标准（GB/T4754-2024），工业大类行业由原来的39个调整为41个，具体请参见http://www.feisuxs/tjbz。

**第三篇：宿迁供电公司售电量同比增长2186**

宿迁供电公司售电量同比增长21.86% 1月15日从江苏宿迁供电公司获悉，2024年，宿迁供电公司企业供电量134.98亿千瓦时、售电量127.24亿千瓦时，分别同比增长19.38%、21.86%。

据悉，宿迁供电公司紧密围绕市委市政府的各项决策部署，主动融入地方发展大局，加快电网建设步伐，提升服务品质，助力宿迁跨越式发展用电需求。2024年，宿迁供电公司坚持电网规划建设统筹推进，夯实服务基础。500千伏龙湖变、沭阳变、宿豫东变等3个项目同时规划落地。研究实施110千伏主变调整方案，110千伏电网设备进一步优化。完善政处工作“三大机制”，强化标准工艺培训和应用，6项110千伏输变电工程获国网优质工程。开展“配网规划建设年”活动，深入学习苏南“一流配电网”经验，完成洋河典型小城镇示范区规划建设方案，被省公司列为苏北典型示范区。2024年投产110千伏及以上线路239.5千米、变电容量80.15万千伏安；开工110千伏及以上线路357.62千米、变电容量69.45万千伏安。新建及改造10千伏线路2502千米，新增和改造配变1947台，110个乡镇实现互联互供。与此同时，宿迁供电公司还持续优化服务流程，提升服务服务品质。坚持政府项目会办制，持续开展“三县七区”供电服务行活动。编发服务客户一本通和用电业务资料一袋装，定期发布重点工程服务进度。完善供电服务月度分析会和营销生产联席会制度，建立“问题工单”处理“首问负责”制和“会商”制，强化供电服务质量和非抢修类工单考核。强化用户用电安全管理，积极开展重要客户和场所用电安全隐患大排查。优化整合官方微博、微信、12345政府热线和《宿迁晚报》等信息发布媒体和平台。完成2024中国宿迁经贸洽谈会等重要保电任务582次。开展行风评议“回头看”，5个供电所被命名为省市级群众满意站所示范单位。（张海军）

通联：江苏宿迁供电公司

\*\*\*

**第四篇：2024平安银行一季度净利润同比增长**

2024平安银行一季度净利润同比增长40.82%

平安银行（平安银行，深交所000001）今日向深圳证券交易所提交了2024年第一季度报告。2024年，面对同业竞争日趋激烈、互联网金融快速发展等纷繁多变的经营环境，平安银行继续推进“五年规划”和“三步走战略”，业务转型成效凸显，综合盈利能力显著提升。经营业绩重点表现在以下方面：

■ 2024年第一季度，该行实现净利润50.54亿元，同比增长40.82%;拨备前营业利润87.79亿元，同比增长52.33%。基本每股收益0.53元，同比增加0.09元。

■ 一季末，该行总资产20,971.02亿元，较年初增长10.86%;总贷款（含贴现）8,903.49亿元，较年初增长5.08%;总存款13,826.49亿元，较年初增长13.61%，增量已达上年全年增量的85%。

■一季度，该行通过加大结构调整和风险定价管理，提高信贷资源使用效率，有效改善贷款结构。存贷差、净利差、净息差分别同比提升100、22、24个基点至5.11%、2.23%、2.42%。

■一季度，该行实现非利息收入45.5亿，同比大幅增长119.1%;中收占比28.3%，比上年提升6.2个百分点，达到同业较好水平。

■一季末，该行不良贷款率为0.91%，较年初微升0.02个百分点;拨贷比1.83%，较年初上升0.04个百分点;拨备覆盖率201.55%，较年初上升0.49个百分点。

■平安银行正积极推动资本补充，继2024年末非公开发行股票后，2024年3月成功发行90亿元二级资本债，为业务更好更快地发展提供了保障。资本充足率、一级资本充足率、核心一级资本充足率分别为10.79%、8.70%、8.70%。

■在夯实资本的同时，平安银行加快机构扩张，2024年3月苏州二级分行正式开业，首日存款突破118亿元;4月，临沂二级分行开业，开业首日存款达到128亿元，授信总量突破140亿元。一季度，该行成立3家支行、完成33家社区支行开业。

登录平安银行官网或巨潮网（.cn）可以查阅报告和公告全文。

各项收益指标大幅提升 存款增速领先同业

2024年，利率市场化进程加速推进、互联网金融快速发展，给银行的盈利造成较大挑战。而经过一年的“打基础”，在“五年规划”的第二年，平安银行业务转型成效已逐步显现，各项收益指标同比大幅提升。

2024年第一季度，平安银行实现净利润50.54亿元，同比增长40.82%;准备前营业利润87.79亿元，同比增长52.33%。该行平均总资产收益率（年化）达到1.01%，同比增加0.17个百分点;加权平均净资产收益率（年化）16.54%，同比增加0.93个百分点。基本每股收益0.53元，同比增加0.09元。

同时，平安银行加强成本管控，成本收入比同比下降1.08个百分点至37.65%，较2024下降3.12个百分点。

一季末，平安银行总资产20,971.02亿元，较年初增长10.86%。总贷款（含贴现）8,903.49亿元，较年初增长5.08%。

值得注意的是，在利率市场化进程加速推进、互联网金融快速发展的挑战下，行业存款增速普遍放缓，但通过“专业化”、“集约化”的经营，平安银行仍实现较好的增长。一季末，该行总存款为13,826.49亿元，较年初增长13.61%，增速居同业领先地位，增量已达上年全年增量的85%。

贷款定价管理方面，平安银行通过主动调整客户结构，加强贷款定价管理生息资产收益率提升，资金成本相对稳定，该行存贷差、净利差、净息差分别同比提升100、22、24个基点至5.11%、2.23%、2.42%。

随着业务结构调整的持续推进，收入结构也进一步优化。中间业务保持高速增长势头，投行、托管、票据转让等业务带来的中间业务收入大幅增长，一季度平安银行非利息净收入同比增长117.18%，在营业收入中的占比同比提升8.87个百分点至28.26%。

推进资本补充 机构扩张取得突破

2024年底以来，平安银行积极推动资本补充计划，在2024年末顺利完成148亿元定向增发计划之后，又于2024年3月与4月分别成功发行90亿元、60亿元二级资本债，为业务扩张提供了良好基础。

截至一季末，该行资本充足率、一级资本充足率、核心一级资本充足率分别为10.79%、8.70%、8.70%。

随着资本的充实，平安银行机构扩张也取得较快的进展。3月苏州二级分行正式开业，首日存款突破118亿元。4月，临沂二级分行开业，开业首日存款达到128亿元，授信总量突破140亿元。一季度，该行共成立3家支行、完成33家社区支行开业。

资产质量方面，截至一季末，平安银行不良贷款余额81.05亿元，较年初增加5.64亿元，增幅7.47%;不良率0.91%，较年初微升0.02个百分点。贷款拨备覆盖率201.55%，较年初上升0.49个百分点。

政府融资平台贷款方面，该行遵循“总量控制、分类管理、区别对待、逐步化解”的总体原则，以控制总量、优化结构、隔离风险为重点，继续推进地方政府融资平台贷款风险管控工作，平台贷款占比逐步下降，平台贷款质量良好，目前无不良贷款。

平安银行表示，该行不良贷款主要集中在制造业和商业，受部分钢贸企业和民营中小企业经营困难影响，不良贷款额和不良贷款率出现一定程度反弹，但钢贸行业贷款占贷款比重较小，整体风险可控。

一季度，平安银行共清收不良资产总额6.71亿元，其中信贷资产（贷款本金）6.15亿元。收回的贷款本金中，已核销贷款2.01亿元，未核销不良贷款4.14亿元;收回额中85.10%为现金收回，其余为以物抵债等方式收回。

引入互联网思维 打造差异化竞争优势

在平安银行此轮业务转型中，公司、零售、同业、投行四大业务板块成为驱动业务发展的四个轮子，同时，顺应互联网金融发展趋势，充分利用平安集团综合金融优势，“以客户为中心”，关注客户体验，不断完善“供应链金融综合服务平台”、“行E通”、“平安口袋银行”、“贷贷平安2.0”等平台，开辟了新的利润增长点。

公司业务方面，贸易融资业务继续保持良好发展势头，一季度贸易融资发放额2,428亿元，同比增长49%;贸易融资授信余额4,119亿元，较年初增长11%。面对业务竞争和电商时代的挑战，平安银行将网络渠道、联盟渠道同步转化为新增批量获客渠道，借助“供应链金融综合服务平台”，将产品研发、平台建设与新业务拓展融为一体。截至一季末，网络金融新增客户数3,077户、新增日均存款585亿元、新增日均贷款37亿元、实现非利息净收入2.49亿元，总收入13.8亿元。

零售业务方面，按五年转型战略，零售事业部制改革基本到位，重点提高经营能力，突出综合金融特色。3月，平安银行全国第一家智能旗舰店开业，体现“业务办理、简单到家”、“智能体验、时刻相随”、“自助服务、颠覆传统”的服务模式。此外，信用卡、私人银行、消费金融、汽车金融等业务继续保持稳定增长，一季末零售实现存款余额2,372亿元，较年初增长12%，零售贷款余额较年初略增;零售中间业务净收入（含信用卡）12.11亿元，同比增长23%。

资金同业方面，坚持产品创新和结构优化，传统业务和创新型业务实现均衡发展。同业机构合作不断加强，累计上线三方存管银证合作机构超70家;行E通银银合作业务不断深化，合作机构超百家，行E通平台品牌效应进一步彰显。同时，优化票据资源配置，及时把握市场机会，运用有效操作策略，报告期末贴现规模较年初压缩27%，并实现了较高的票据资产收益率。

投行业务实现资产管理规模1,534亿元，项目融资规模376亿元;实现中间业务收入4.57亿元，实现派生收益2.7亿元，派生存款余额559亿元、日均475亿元;实现托管费收入2.07亿元，同比增幅33%。“金橙”产品线不断丰富，截至一季末，“金橙俱乐部”会员已超过200家，该行陆续推出养老保证产品、银行理财资管计划、债券式理财、组合型理财、外部资金池，实现资产管理规模1,534亿元，新增募资规模393亿元。

值得注意的是，基于“普惠金融”理念推出的小微金融产品“贷贷平安”商务卡在短短数月间实现了快速发展。全行累计发放贷贷平安商务卡客户数突破54.22万户，较年初增长54%;贷贷平安商务卡存款余额89亿元、贷款余额182亿元，分别较年初增长65%和203%。同时，平安银行加强了支付结算类产品研发和推广，满足客户日常经营资金结算需求，重点打造了小企业网上银行、微信银行等服务渠道。一季末，平安银行实现小企业贷款余额948亿元，较年初增幅9%。

作为五年规划重要的第二年，平安银行在完成架构改革、风险梳理、客户洞察的基础上，各项业务进入了快速发展通道，综合金融优势逐步显现，盈利能力大幅提升。未来，随着资本补充的持续推进，利润点的全面生成，客户服务的不断提升，尤其依托集团强大IT力量形成的互联网金融优势，平安银行将不断超越，最终实现“最佳商业银行”的战略目标。来自: 金融街

**第五篇：2月份进出口总值同比增长13.5%**

2月份进出口总值同比增长13.5%

摘自：宏观经济海关总署2024-03-08 10:07

[导读]1-2月，我国进出口总值3.83万亿，扣除汇率因素同比增长14.2%。其中出口2.05万亿，增长23.6%；进口1.78万亿，增长5%；贸易顺差2778.2亿。

海关总署今天发布今年前2个月我国外贸情况。1-2月，我国进出口总值3.83万亿元人民币（折合6093.1亿美元），扣除汇率因素同比（下同）增长14.2%。其中出口2.05万亿元人民币（折合3267.3亿美元），增长23.6%；进口1.78万亿元人民币（折合2825.8亿美元），增长5%；贸易顺差2778.2亿元人民币（折合441.5亿美元），去年同期为贸易逆差47.8亿美元。

海关统计显示，2月份，我国进出口总值1.65万亿元人民币（折合2634.9亿美元），扣除汇率因素，增长1%。其中出口8751.2亿元人民币（折合1393.7亿美元），增长21.8%；进口7789.7亿元人民币（折合1241.2亿美元），下降15.2%；贸易顺差961.5亿元人民币（折合152.5亿美元），去年同期为贸易逆差319.8亿美元。

今年2月份有17个工作日，而去年同期有21个工作日。经季节调整法调整后，2月份当月进出口总值同比增长13.5%，其中出口增长20.6%，进口增长6.5%。前2个月，我国一般贸易进出口3166.2亿美元，增长11.5%，占进出口总值的52%。同期，加工贸易2024.8亿美元，增长7.6%，低于进出口总体增速6.6个百分点，占进出口总值的33.2%，较去年同期回落2个百分点。

在与主要贸易伙伴双边贸易中，我与美国、东盟增势良好。前2个月，我国与欧盟双边贸易增长3.2%、与日本下降8.2%。同期，与美国、东盟双边贸易分别增长14.8%和22%。此外，内地对香港双边贸易增长58.7%。出口方面，我国对俄罗斯和南非出口增速分别为31.6%和61.4%，分别高于同期我国出口总体增速8个和37.8个百分点。

在出口商品中，机电产品出口平稳增长，传统劳动密集型产品出口增势显著。海关统计显示，前2个月，我国出口机电产品1878.1亿美元，增长20.1%，占同期我国出口总值的57.5%。同期，纺织品、服装、箱包、鞋类、玩具、家具、塑料制品等7大类传统劳动密集型产品出口695.7亿美元，增长40.3%。在进口商品中，部分能源和资源性产品进口量减少。前2个月，我国进口铁矿石1.2亿吨，下降1.5%；煤5385万吨，增加34.3%；原油4593万吨，减少

2.4%；成品油730万吨，增加6.1%。同期，进口大豆768万吨，减少9%；进口铜64.9万吨，下降27.8%；汽车13.1万辆，下降28.8%。

海关总署同时公布，2月份，我国出口经理人指数为38.2，较1月回升0.7，连续第3个月环比提升。其中，新增出口订单指数40.6、出口信心指数44.1、出口企业综合成本指数19.1，分别较1月回升0.1、1.2、1.2。出口经理人指数的连续回升，表明我国外贸出口走势正趋于乐观。

反映新增订单金额同比减少的企业比例缩小。调查结果显示，47.1%的企业反映新增订单金额同比减少，较上月缩小0.3个百分点；26.7%的企业反映新增订单金额增加；26.2%的企业新增订单金额不变。

对未来2-3个月出口持悲观情绪的企业比例首次降至四成以下。调查结果显示，39.6%的企业对未来2-3个月出口形势信心“不乐观”，较上月缩小1.3个百分点，为自去年6月开展问卷调查以来该比例首次低于40%；24.7%的企业表示“乐观”。

反映出口综合成本同比增加的企业降至7成以下。调查结果显示，69%的企业反映出口综合成本同比增加，较上月回落1.5个百分点；25.1%的企业出口综合成本同比持平，5.9%的企业出口综合成本同比下降。

大中型企业出口经理人指数有所回升。2月份，大、中、小型企业出口经理人指数分别为41.8、40.2、35.2，分别较上月提升1.1、1.8和回落0.2。

本DOCX文档由 www.zciku.com/中词库网 生成，海量范文文档任你选，，为你的工作锦上添花,祝你一臂之力！