◎**甬经动态**

同比增长25.4%，前7个月——

**宁波进出口总额超6600亿元**

据宁波海关统计，今年1月至7月，宁波市外贸进出口总额达6613.6亿元，与去年同期相比增长25.4%。其中，出口额4209.9亿元，同比增长22.8%，进口额2403.7亿元，同比增长30%。

民营企业仍是全市进出口“主力军”。前7个月进出口总额为4659.2亿元，同比增长25.3%，占同期全市进出口总额的70.4%。

从市场拓展来看，宁波产品的市场需求继续在恢复。一方面，传统市场增长平稳，欧盟、美国和东盟为前三大贸易伙伴。1月至7月，宁波市对欧盟、美国和东盟进出口额分别为1168.2亿元、1140.1亿元和706.4亿元，同比分别增长22.9%、28.1%和19.8%。

另一方面，宁波与国际新兴市场的贸易合作正持续深化。宁波市对“一带一路”沿线国家进出口额1824.2亿元，同比增长24.6%，占同期宁波市进出口总值的27.6%。

宁波的出口商品结构也在不断优化。据统计，机电产品作为主要出口商品，前7个月出口额2409.6亿元，同比增长30.9%，占全市出口总额的57.2%。而在进口方面，金属矿及矿砂进口大幅增长，进口额近300亿元，同比增长77.8%，其中铁矿砂及其精矿同比增长82.2%，铜矿砂及其精矿同比增长69.8%。（宁波日报08-23）

约占宁波舟山港集装箱业务总量五分之一，因疫情停摆14天

**——梅山港区8月25日起全面解封**

8月25日，市政府新闻办举行新冠肺炎疫情防控工作新闻发布会，宁波舟山港集团副总经理蒋一鹏当场宣布：即日起，停摆14天的梅山港区全面解封。这意味着，约占宁波舟山港集装箱业务总量五分之一的梅山港区，进提箱服务有序恢复。

8月25日上午，记者在梅山港区现场看到，“静默”了14天的港区卡口重新开放：每隔三四分钟，就有一辆空载集卡从卡口驶入，直奔堆场；码头边，桥吊来来回回，有条不紊地清理着船上积压的集装箱。

从8月11日起，宁波梅东集装箱码头有限公司因发现一例无症状新冠肺炎感染者，暂停所有进提箱服务及船舶作业。“当前，运力与箱子严重短缺，各国港口拥堵，装卸效率大大降低。在此背景下，梅山码头暂停作业，客观上对外贸企业造成了一定影响。”宁波进出口商会会长刘建平说，近期部分原靠泊梅山港区的班轮“跳港”，少量船期分流至其他码头。

在北仑春晓，距离梅山码头约半小时车程的宁波景升明诚汽车科技股份有限公司，工人正在进行自动化机械臂作业。作为国内领先的以汽车减震器为主导产品的汽配供应商，公司目前有2000余种产品，分别出口到北美、欧洲等国家和地区。受梅山港区封控影响，“景升明诚”有20多个集装箱积压在港区不能装柜。“听到解封的消息后，我们第一反应是开心，希望货物尽快发出去！”公司销售经理王凤莲对此充满期待。

梅山港区是宁波舟山港重要的集装箱港区。2020年，梅山港区累计完成集装箱吞吐量544.04万标箱，约占宁波舟山港集装箱总量的18.94%。今年前7个月，该港区完成集装箱吞吐量410万标准箱，占比提高到21.9%。

国际海洋领域知名期刊Ocean&Coastal Management主编、深圳大学教授陈继红表示，作为世界货物吞吐量最大的港口和全球集装箱吞吐量第三大港的宁波舟山港，随着梅山港区的全面解封，对于全球贸易链正常运转和物流供应链稳定将起到十分重要的作用。（宁波日报08-25）

政府牵线助企锁定舱位

**“鄞贸-洛杉矶”海运快线首航**

8月10日凌晨，“KIMOLOSTRADER”（致远洛杉矶）轮缓缓驶离宁波舟山港码头，意味着宁波直达美国洛杉矶的“鄞贸-洛杉矶”海运快线首航。

“鄞贸-洛杉矶”海运快线由外贸大区鄞州引进，货轮装载着鄞州外贸企业生产的日用品、宠物用品等商品，大约经过14天海上航行后，将抵达美国洛杉矶长滩港。

今年以来，海运市场“缺舱”“缺箱”成为常态，运力紧张、运价攀升，导致大量外贸企业和跨境电商企业产品难以顺利出运、货款无法及时回收，一定程度上制约了外贸企业的发展。7月初，鄞州区商务局在走访对接区内龙头航运物流企业时，了解到宁波大掌柜物流服务有限公司关联企业“文鳐供应链”将以致远航运为运营公司，开辟一条中美电商快航航线。

获悉上述消息后，鄞州区商务局第一时间联系“文鳐供应链”，专程赴上海对接，锁定了致远航运的一条船舶，并邀请到宁波开通“鄞贸-洛杉矶”海运快线，为鄞州企业保留一部分平价舱位。

海运快线确定后，鄞州区商务局积极对接辖区内出口美国的外贸企业和跨境电商企业，迅速掌握相关企业出口需求及货量，并根据区内企业出货方式和需求，在第一时间为意向明确的企业锁定了舱位、箱子和运价。据了解，首条航线共有8家鄞州企业锁定舱位，出口货物合计60余个标准箱，货物价值近200万美元。

同时，该局联合市口岸办、宁波舟山港集团等单位，积极协调首航船舶开航时间、挂靠码头等一系列事务，确保企业尽早出货。

鄞州是外贸大区，也是跨境电商出口重点区域。今年前5个月，全区出口额达93.85亿美元，同比增长35.54%。上半年，全区跨境B2B出口额20亿美元，同比增长64.5%，总量位列全市第一，新开张的跨境电商业务企业超过500家。其中，美国是鄞州对外贸易的重要目的国，占全区外贸出口比重约23%。

据鄞州区商务局负责人介绍，为破解“缺舱”“缺箱”难题，帮助区内外贸企业提振信心，未来“鄞贸-洛杉矶”海运快线将加密班次和增加航线。“8月下旬，将有第二条宁波始发船开往美国洛杉矶。后期，我们还计划在美国航线基础上增加欧洲航线，为区内企业顺利出口保驾护航。”（宁波日报08-11）

**上半年宁波出口退税额同比增长43%**

8月2日从市税务部门获悉，今年上半年，我市实现出口退税额348.06亿元，同比增长43%，较2019年同期增长13%，企业退税平均办理时间压缩至4个工作日内，有效盘活了企业资金链条，有力支持了外贸企业稳中向好发展。

“新的出口退税申报系统上线后，企业出口退税更便捷了。”宁波世贸通国际贸易有限公司财务方赵琴表示，由于申报数据量大，平台企业以往申报过程中数据的导入导出、修正费时费力。“现在，我们可以直接将平台申报数据导入新系统，实现数据的在线修正、审核，非常高效。”

据悉，自去年11月顺利运行整合版“金三出口退税系统”后，市税务部门再度优化整合该系统，为纳税人提供更高效、智能、精准的出口退税申报服务。新系统大幅精简业务申报表单及申报栏次，减少2个申报事项，取消2项报送资料，删除12个申报表单，减少190多个表内数据项，并引入了智能配单、提醒纠错等服务功能。同时，为企业提供了电子税务局、“单一窗口”在线申报和离线出口退税申报工具等多种退税申报路径，方便企业自由选择便捷的申报方式，大大提高了办税效率和便利度。

“原来申报一批7000万元的退税、借助第三方软件完成数据上传需半小时，如今通过新系统导入数据仅需13秒。现在，导入不需要使用第三方软件，还为我们企业节省了一大笔费用。”方赵琴说。

除整合出口退税信息系统外，市税务部门还大力推进出口退税“非接触式”办理、重点企业申报数据“日报日清”、非核心资料缺失“容缺受理”等便利化服务举措，持续升级出口退税服务，不断提升退税办理速度，为外贸企业发展提供强有力的支持。(宁波日报08-03）

**二手车出口退税助企“加速跑”**

“二手车出口退税新政，促进了我司多元化经营模式，增强企业二手车出口竞争力。对于我们企业的诉求，梅山税务部门迅速回应并给予大力支持，更是给我们吃了一剂定心丸。”宁波中基汽车国际贸易有限公司财务朱恩代满意地说，“目前我们已经收到首批出口的二手电动车退税款8万元。”

浙江自贸区宁波片区获批以来，梅山充分发挥汽车滚装码头优势，成为继台州后省内第二个拥有二手车出口资质口岸。梅山税务局积极发挥税收职能作用，坚持“优选先试、市场主导、稳步推进、规范可控”的原则，创新监管服务模式，充分利用宁波二手车资源特点和港口优势，稳妥有序推进宁波二手车出口退税税收业务。目前，梅山已有三家试点企业，其中宁波中基汽车国际贸易有限公司计划年出口二手车200台，出口额达1000万元。

中信港通国际物流有限公司是梅山本土一家平行车进口企业，目前也将开展二手车出口业务，主要市场为东南亚、中东、太平洋岛国和非洲等国家。中信港通财务经理许光英说：“我们今年预计二手车出口金额800万元，后期随着市场的开拓和国家政策的支持，出口量还将迅速扩大。”

接下来，梅山税务部门将全方位、多角度做好二手车出口企业的政策辅导工作。“我们将在退税细则上给予出口企业更多指导，对申报注意事项以及易出错内容进行一对一针对性辅导。随时保持与企业的后续联系，切实做到有问必答，协助企业做大做强。”梅山税务局税源管理一科相关负责人说。（浙江日报08-04）

◎**协会活动**

**数字赋能 宁波外贸企业扬帆出海“看”准方向**

——协会出席XTransfer外贸普惠金融季年会

国内疫情防控常态化后，外贸企业强劲复苏，而国外受疫情持续影响，对中国制造的需求全面增长。今年以来，包括宁波在内的外贸行业稳中向好。

增长背后，也有隐忧。贸易形态小型化、碎片化明显，对小批量和高频率支付提出更高要求，传统金融服务体系与中小外贸企业的实际需求越来越难以匹配：中小企业难以获得传统银行的金融支持……

7月21日，协会应邀参加了在宁波举办的“小企业，新浪潮——看见B2B跨境数字化黄金时代”XTransfer外贸普惠金融季年会，同时有来自宁波贸促会、宁波市跨境电子商务协会等领导和代表出席会议。有关机构的专家学者指出，外贸企业亟须把握国际贸易新业态，以最快速度投入到数字化改革中，以提升资金流转效率、持续降低金融合规成本。

**跨境支付缺支撑**

在“以国内大循环为主体、国内国际双循环相互促进”的新发展格局下，跨境电商是中国企业发展的新选择、新赛道，对宁波中小外贸企业来说，跨境支付是亟须补齐的短板。

随着外贸新业态新模式的快速发展，越来越多的宁波中小企业开始融入国际贸易市场。传统主要针对大型跨国企业的金融服务体系与中小企业的实际需求越来越难以匹配。

由于经营品类多变、交易金额小、频次不稳定、风控意识相对薄弱等，中小企业难以获得传统银行的金融服务。“由于涉及跨境交易，一些外贸企业遇到诸多困扰，收款不畅便是其中之一。”市贸促会副会长叶华育说。

许多中小外贸企业首先面临的是“开户难”问题，传统的跨境支付需要通过海外账户实现，由于中小外贸企业收款频次低、金额不稳定等，对于银行来说风控难以把握，加之低收益，许多银行不愿意为这些企业开户。其次，“开户贵”也是困难之一，开通海外账户需要去香港注册公司，仅开户就花费上万元，这对于企业来说也是一种负担。

叶华育说：“需要专业的数字化支付工具，才能解决中小外贸企业在收款方面的困难，这也将有助于这些企业的成长壮大，同时也会促进我市外贸经济的良性健康发展。”

**数字化平台破解支付困局**

数字化是助力外贸企业持续发展的重要驱动力，招商局创投抓住数字化浪潮下的新机遇，提前布局投资服务于外贸企业的跨境金融和风控平台XTransfer。总经理吕克俭说：“随着越来越多的中小企业参与到外贸中，更多的业务节点需要进行数字化改造，包括流程的管理、金融合规的体系化等，数字化支撑能力是未来对外贸企业的更高要求。”

外贸企业要转变原先做一般贸易的思路和手段，用好外综服、跨境支付、海外仓等一系列的数字化工具和服务，从而拓宽业务渠道，提升获客效率，降低运营成本。

以XTransfer为代表的数字化服务平台，是推动更多中小外贸企业扬帆出海的重要动力。建立新的外贸金融服务平台，能够有效推动资金快速运转，建立数字化、智能化的支付服务和风控系统，使得传统的金融机构和中小企业的鸿沟不断缩小。

“数字化平台的风控系统，本质上通过拦截非法资金的流入，阻止高风险交易，确保外贸企业收款账户的安全，使得广大外贸人安心收款。”XTransfer联合创始人兼CRO姚伟春说。

**甬企初尝数字化“甜头”**

在宁波生产型企业中，直接出口的企业有21400余家，外贸出口额超过1000万元人民币的有近2000家。宁波作为外贸大市，数字化升级为全市中小外贸企业带来全新面貌。从物流、信息流、客户交付到上游供应商，数据化工具层出不穷，越来越多的外贸企业从中受益。

“我们的客户大多在欧美国家，自从使用XTransfer平台进行收款后，收款流程高效了许多，很适合我们这样的小微企业。”宁波博之为国际贸易有限公司总经理李大为深切体会到数字化服务平台为企业带来的便利。

润米咨询创始人刘润指出：“外贸企业应该借助数字化，实现效率创新、模式创新、产品创新，尽可能降低搜寻成本、协商成本、售后成本等，以此实现跨境贸易的利润最大化，保持企业长久的竞争力。”

聚焦贸易数字化的同时也要聚焦变化和趋势，从外贸企业遇到的挑战和实际需求入手，助力企业优化运营、提升核心竞争力、塑造国际品牌、高效布局全球，在面对外部环境、疫情等带来的不确定性中为未来做好准备。

**协会参加宁波外贸服务联盟（第一次）筹备会**

2021年8月5日下午，协会参加了在全球贸易通总部大会议室举办的宁波外贸服务联盟（第一次）筹备座谈会。市商务局、市贸促会、市工商联、市政协、中信保宁波分公司、中国银行及宁波头部外贸服务企业等相关领导和负责人出席。会议由协会刘建平会长主持。

会议围绕如何有效整合宁波头部外贸服务企业的优势资源，更好地服务于宁波外贸出口企业这个主题展开了讨论。

与会代表高度认同成立联盟的必要性和价值，一致同意按照“资源共享、服务协同、联动协作”的原则组建联盟、开展工作，紧紧围绕“225宁波外贸双万亿行动计划”，为宁波外贸企业提供外贸全产业链赋能，将联盟成员在市场研究、产品设计及创新、供应链整合、国际品牌推广、海外数字营销、外贸综合服务、物流、保险、金融、国际支付等方面的优势资源有效整合，打造宁波外贸服务全生态链，以有效促进宁波外贸的新业态、新模式发展及数字化转型升级，实现宁波外贸高质量发展。

与会代表还就下一步如何具体运作联盟的相关事宜展开热烈讨论，并就联盟组织构架、秘书处职能、组织运行规则、会费收取标准、资源整合的方式及可能出现的问题、下半年联盟的工作计划等重大事项一一作了商议，并提议成立专家委员会，及时进行国家重大政策的解读、更好地组织有影响力的商协会资源，同时为联盟所涉及的服务工作作好风险把控。

会议最后，宁波市商务局二级巡视员刚勇表示市商务局会全力支持我市外贸服务企业协商一致、自主组建多种形式的外贸企业服务联盟，并对联盟下一阶段的工作提出三点希望：一是希望联盟成立后要以服务于广大中小微企业为目标；二是要制定切实可行的服务计划和服务标准，形成联盟自身的服务优势，凸显联盟的服务价值；三是要及时、准确地把握当下外贸发展走势，了解、掌握外贸发展新动向，不断探索和挖掘数字外贸服务的新模式、新能量，为企业提供精准地服务，赋能宁波外贸高质量发展。

**协会秘书处走访有关会员企业**



7月30日，协会秘书处在会长刘建平的带领下赴理事单位全球贸易通参观考察。全球贸易通总裁陈建旭为协会一行详细介绍了企业发展和经营情况，随后双方就宁波外贸服务联盟筹备事宜进行商谈。



8月2日，协会秘书处在会长刘建平的带领下赴常务理事单位富通天下参观考察。周文权总经理为协会一行详细介绍了富通天下的发展历程与经营模式，双方并就有关问题开展了沟通。

◎**热点聚焦**

7大标志性事件影响

**跨境电商生态加速重构**

疫情的持续影响正不断推高海外线上消费的渗透率。中国的跨境电商出口受不断增长的需求拉动，在海外市场的占有率也在持续攀升。但在高增长的背后，竞争与挑战也接踵而至。日前，移动营销综合平台Morketing研究院整理出过去一年在业界产生较大影响的7个标志性事件，这些涵盖需求端、政策端、平台端、规则端的事件加速着跨境电商生态系统的重构。

**1.多地线上交易额超预期增长**

在疫情影响下，各国线上消费习惯正在加速养成，线上交易额增速远超预期。这对中国跨境电商出口卖家而言无疑是一个利好消息。中国跨境电商出口额在2020年达1.12万亿元的基础上，2021年上半年达6036亿元，同比增长44.1%。

美国在2021年第一季度的线上购物增长远超预期。线上购物占当地零售总额的13.4%，比预估值高出1个百分点，线上购物方式得到了更多海外消费者的认可，渗透率大幅上升，且这一增势在未来几个季度仍将持续。

此前线上交易发展较慢的日本，伴随近几年电子支付的普及，线上购物交易额也在逐年上升。如2020年11月日本的线上购物总额相比2019年11月增长33.2%。

在东南亚市场，数据和分析公司GlobalData（全球数据公司）认为其2020年电商销售额将增长37.4%（疫情前为22.2%），达到351.1万亿印尼盾（约合253亿美元），预计当地电商销售额的年复合增长率将在2020年至2024年达到19.2%，并在2024年达到707.6万亿印尼盾（约合510亿美元）的规模。

印度互联网咨询公司RedSeer表示，2020年10月15日至11月15日，印度电商狂欢节共收获83亿美元（约合5800亿卢比）的销售额，比前一年的50亿美元（约合3500亿卢比）增长了65%。

**2.中国卖家份额在多国超本土卖家**

作为全球最大的跨境电商平台之一，亚马逊已成为许多消费者线上消费的首选。据美国权威电商研究和数据分析机构Marketplace Pulse的数据，2020年，亚马逊的GMV（网站成交金额）达4750亿美元。其中，第三方卖家GMV达2950亿美元，比2019年上升近50个百分点。据预测，2021年，亚马逊GMV将达6000亿美元。

2016年，仅有11%的中国跨境电商卖家跻身亚马逊的头部位置，在短短的5年内，这一占比已增加至42%。

此外，在亚马逊覆盖的大部分市场中，市场份额排名第二位的大多是中国卖家；在法国、意大利、西班牙、墨西哥和加拿大等国，中国跨境电商卖家的市场份额甚至超过了本土卖家。

随着全球互联网用户基数的增加、Z世代成为消费主力军，以及消费模式的转变和海外电商渗透率的提升，跨境电商将推动更多海外消费者了解中国产品，也让海外消费者更加信赖中国产品。

**3.RCEP将推进和保护跨境电商出口**

2020年11月15日，区域全面经济伙伴关系协定（RCEP）正式签署，成为世界上规模最大、最具影响力的自贸协定。从协议内容来看，RCEP将削减关税，使区域内的货物贸易开放水平达到90%以上。RCEP的签署对于跨境电商出口将起到推进和保护作用。

RECP将促进东亚、东南亚的国家经济一体化、关税壁垒的逐渐降低，并将使得货物流通、资金流通更加便捷，进一步激活东南亚、东亚间的跨境电商发展。

同时，中国也在不断优化跨境电商政策环境。2021年6月，中国海关总署发布《关于在全国海关复制推广跨境电子商务企业对企业出口监管试点的公告》。该公告的发布有助于跨境电商出口降低成本、提高效率，更便捷地完成通关。

2021年7月，国务院总理李克强主持召开的国务院常务会议提出，支持海外仓建设，完善跨境电商出口退货政策，做好与《区域全面经济伙伴关系协定》中贸易便利化措施的衔接。

**4.“Tik Tok Leggings”现象激活更多投放渠道**

2020年11月，国外博主在Tik Tok（抖音短视频国际版）上发布了一条关于紧身裤的视频，该商品由此收获了大批网友的关注。因当时的Tik Tok并不支持视频内添加购买链接，网友们纷纷在亚马逊平台搜索相关商品，“Tik Tok Leggings”成为在亚马逊搜索频次最高的词条之一，紧身裤的广州品牌“Seasum”也在此次热潮中获得了大量关注。

2021年2月，Tik Tok在印尼开启了直播间购物车的功能，正式开启“Tik Tok Shop”之路，为中国卖家“开闸放流”。与此同时，Tik Tok与电商服务平台Shopify达成新的合作关系：在美国为Shopify商家提供Tik Tok商品购买渠道，并将于明年将业务进一步拓展至北美、欧洲、东南亚等地。

4月份，Tik Tok Shop功能在英国开通。市场调研机构SensTower的数据显示，抖音和Tik Tok连续3年蝉联全球娱乐应用下载榜单冠军，意味着Tik Tok的海外用户量之庞大。中国的跨境电商卖家也可以借助Tik Tok Shop的渠道拓展海外市场。

过去的一年，阿里巴巴推出了多项针对跨境电商的扶持方案：2020年8月，Lazada联合天猫发布“新国货出海计划”，计划在一年内扶持超2000个品牌拓销东南亚；2020年11月，阿里国际站宣布将再投入10亿元启动“春雷计划2.0”，以个性化扶持帮助更多传统企业和创业者突破外贸赛道；2021年1月，基于新用户、新供给、新服务的平台升级战略，阿里国际站定向浙江产地发起“十城千商，万品出海”计划；2021年5月，全球速卖通推出“G100出海计划”，计划与100个“超级品牌”建立直接和深度的供给关系，扶持10000个新锐品牌。

跨境电商的广告投放将更为多元，出口卖家应因地制宜选择适合的渠道和方式。

**5.跨境电商合规管理提速**

自2021年7月1日起，欧盟27个成员国对电商销售实施新的增值税规则。此举意味着无论货物价值多少，均需缴纳增值税；如果产品发货地不在欧盟境内，且产品价值小于等于150欧元，Wish将会代收代缴增值税。

在营销平台端，Facebook于2020年9月开始对商家的广告账户分享添加新的限制机制：综合评分较低的广告主将会被封停广告投放；长期不再投放广告费的广告主账号将被封停；中国商家的所有商务管理平台账户都必须与一家公司主体绑定，才能拥有广告账户共享的资格。

尽管缴税流程更为复杂，但这些举措可在很大程度上减少空壳公司偷税漏税的行为，对于合规经营的跨境电商出口卖家而言并不会有太大影响，但手续办理过程中的合规操作仍需注意。

**6.苹果正式实施广告标识符新政**

2021年4月，苹果推出的最新操作系统iOS 14.5，App跟踪透明度最新隐私政策上线。

对广告标识符（IDFA）新政带来的影响或远超预期：作为全球最大的流量池，Facebook拥有每月18亿的活跃量，它会通过IDFA获取的用户特征向用户精准投放广告。拿不到IFDA所获取的用户特征，可供使用的用户数据将大幅减少，Facebook及其广告主（包括独立站、跨境电商平台）将无法像之前一样做到在iOS客户端一站式精准投放广告，买量渠道会进一步缩减。尽管在此项措施实施后，广告商仍可以向“允许跟踪App”的用户精准投放广告，但根据Singular的统计数据，有61.5%的用户选择“不允许跟踪App”选项。

同时，iOS系统的高渗透率带来的可能性转化同样也是跨境电商卖家无法割舍的“心头肉”。显然，“如何切换至后IDFA时代”成为跨境电商出口卖家的难题。

IDFA事件只是一个开端。近日有消息称，Facebook将不再允许广告主追踪18岁以下用户。长远来看，对于用户隐私的保护仍将持续。营销行业必须基于这一出发点，寻求精准营销的解决方案，同时加强用户运营、私域运营，不断提升用户生命周期价值。

**7.亚马逊封号潮涌**

中国跨境电商帕拓逊旗下品牌MPOW因违规被注销，亚马逊账号被封，资金冻结；傲基亚马逊美亚店铺内的多个类目显示不可售，账号被封；有棵树被封340家店铺，1.3亿元资金遭冻结……截至目前，封店风波仍在席卷跨境电商行业。

跨境电商出口在拥抱巨大商机的同时，也面临诸多挑战。如何在失去以往一站式投放平台的情况下进行高效获量，如何基于数字化手段进行用户运营、品牌塑造，同时规避海外经营的合规风险等。经营不善、跨越红线，使企业陷入泥潭，这些事件警示新入局的卖家需在合规经营的前提下，了解目标市场的管理规则，谨慎行事。（国际商报08-10）

德尔塔冲击来势凶猛 开工率存忧供需失衡

**“断链”？东南亚半导体产业告急**

由于新冠变异毒株德尔塔的肆虐，疫情持续蔓延，以及疫苗接种率低，东南亚地区新一波疫情尤为猛烈，多国确诊病例、死亡病例激增，医疗资源出现短缺，许多国家疫情凶猛导致的医疗系统承受能力接近临界点。严重的疫情激化了东南亚、南亚地区制造生产、物流等供需失衡乃至失序问题。

当前，全球芯片缺货情势愈发突出。国际性半导体供应商超过一半在马来西亚设厂，当地也是许多芯片厂商的封测基地。目前马来西亚大部分地区严格封禁，政府允许半导体相关厂商以60%的出勤率运转，工厂的产能利用率只可以达到80%至85%。

马来西亚疫情像“蝴蝶扇动了翅膀”，影响到太平洋另一岸美国的一家工厂生产情况。8月11日，日产汽车宣布，位于美国田纳西州士麦那的工厂8月9日起停工两周，因马来西亚的半导体厂暴发疫情，造成芯片供应短缺。预估该厂到8月30日才会复工。

越南疫情越发令人担心，近期单日新增确诊病例近万例，19城继续封锁；工业生产受阻，大量工厂关闭；港口拥堵严重，堆场几近饱和，凯莱港和越南新港盖梅国际港码头通知暂停接收进出口集装箱。日前据越南投资计划部公布，今年上半年越南共有70209家企业倒闭，比去年增加了24.9%，相当于每天400家企业倒闭，其中越南约三分之一的纺织和服装工厂因疫情而关闭。

富士康是苹果的全球最大代工厂之一，今年年底苹果的最新一代iPhone13即将上市。但5月中旬之后，因疫情再次暴发，富士康在印度的工厂产能暴跌，产量直接下滑50%。越南的大部分富士康工厂也出现了停工现象。这迫使富士康在中国的工厂四处招兵买马，扩大产能，并把大量的供应链迁回中国。而且在苹果iPhone13的代工名单中，新增了立讯精密这家中国代工企业。这是立讯精密首次拿下iPhone手机订单，其总量或达千万部。

全球产能和供应链失衡，导致全球最大消费市场--美国消费品库存下降。摩根大通一份新报告显示，当前这轮美国低库存“阵痛”，正演变为一场过去20年来“前所未有的非衰退期库存崩溃”。报告指出，虽然非制造业活动目前正在强劲而稳定地复苏，但商品生产部门却面临供应限制和最终需求持续增长的困境。其结果是库存大幅下降。其中一个显著的例子是汽车，7月份美国汽车经销商的库存从2021年6月的130万下降到约100万，去年同期为250万。低库存推动汽车价格快速上涨，美国新车平均售价为41044美元，再创历史新高。

另外，美国第二季GDP数据显示，实际私人库存投资连续第二个季度负增长，企业补库存陷入停滞。分环节看，零售端的库存短缺主要来自汽车及零部件销售领域，而制造和批发端的库存不足更为普遍。库存投资具有顺周期特征，当前消费需求旺盛，库存投资却放缓，说明供给瓶颈和供应链失序加剧。这实际是全球供应链紧绷导致市场总供应减少，使得美国消费品库存持续下降，价格持续攀升。美国劳工部发布的最新数据显示，7月份美国消费者价格指数（CPI）同比则上涨5.4%，与前值相同，大幅高于2000年至2019年间的平均水平0.2%，为2008年8月以来的最快增速。未来，如果东南亚疫情不能缓解和中国本土新增新冠肺炎病例间歇性出现依然存在，可以预计美国下半年通胀高位震荡不可避免。（国际商报08-20）

**跨境资本流动有望延续均衡态势**

跨境资本流动是否平稳，一直是市场和监管部门关注的焦点。国家外汇管理局近期召开的2021年下半年外汇管理工作电视会议强调，以加强宏观审慎为核心改善跨境资本流动管理，以转变监管方式为核心完善外汇市场微观监管。会议提出，探索建立以事前尽调、事中监测、事后抽查，实质审核和尽职免责为主的真实性审核管理机制。

近年来，外汇管理部门持续推进外汇领域改革开放，加强宏观审慎管理和预期管理，引导企业树立“汇率风险中性”理念。与此同时，以“零容忍”态度严厉打击地下钱庄、跨境赌博等外汇领域违法违规活动，维护外汇市场健康秩序，使防范跨境资本流动风险取得了积极成效。

2020年全年数据显示，一方面，外商来华各类投资（主要包括直接投资、证券投资、存贷款等其他投资）5206亿美元，较2019年增长81%。其中，来华直接投资增长14%，体现了在应对疫情之下，我国经济稳步恢复、营商环境不断优化，对外资保持长期吸引力。来华证券投资增长73%，这主要是因为金融市场开放稳步推进、中国债券逐步被纳入全球主要债券指数，人民币资产更受青睐，境外投资者持有的境内债券快速增长。

另一方面，我国对外各类投资5983亿美元，增长1.1倍。其中，对外证券投资增长87%，说明境内主体境外投资渠道不断拓宽，有效满足了居民多元化配置境外资产的需求；跨境存贷款、同业拆借等对境外其他投资3142亿美元，起到了平衡跨境资本流入的作用。

监管部门始终保持着对跨境资本流动的高频监测。近期，关于美联储货币政策转向的讨论持续升温。有人担心，未来如果美联储启动缩减购债计划或者开始加息，将对中国跨境资本流动造成很大影响。如果美联储货币政策调整，的确会对外部经济体特别是新兴经济体跨境资本流动产生较多影响，但对不同经济体的影响不一样。从实体经济、金融市场和国际收支平衡状况三个角度来分析，中国应对外部变化的优势还是比较明显的。

在实体经济层面，中国经济复苏领先优势明显，疫情防控形势总体平稳；在金融市场层面，人民币资产性价比较高，全球资产配置需求高于其他新兴经济体；在国际收支层面，中国经常账户保持长期顺差局面，从这个角度看外部融资需求比较低。所以说，未来美联储政策调整对中国跨境资本流动的影响总体可控。

未来，跨境资本流动有望延续有进有出、总体均衡的态势。一方面，中国经济发展前景向好，营商环境不断改善，将吸引境外长期资本在我国深耕发展。同时，金融市场对外开放稳步推进，股票债券纳入全球主要指数，人民币资产对全球投资者具有较强吸引力。另一方面，我国坚持推动金融市场高水平双向开放，持续拓宽对外投资渠道，更好满足境内主体多元化配置境外资产需求，私人部门持有的境外资产有望进一步增加，发挥平衡跨境资本流动的作用。（经济日报08-04）

◎**政策法规**

宁波出台12条政策举措，打造内外贸一体化发展先行示范区

**——拆政策红包，解三大看点**

“半个月前，我们带着最新产品三禾窒氮轻铁锅出征中国百货展，当场就圈粉无数，接了不少订单。”三禾厨具董事长方成说，首秀效果惊艳，让他对内销前景又多了几分笃定。

作为不粘锅具全国出口三强，三禾厨具近年来不断稳外贸扩内需。今年上半年，在锅具品牌销售整体增速下滑的背景下，三禾厨具逆势而上，国内外销售额同比翻番，预计全年销售额有望突破10亿元！

显然，对“三禾”们来说，内外贸一体化早已不是应对疫情的权宜之计，而是融入了企业长期的发展战略。

近日，宁波市政府办公厅印发《关于鼓励外贸企业开拓国内市场促进内外贸一体化的若干意见（试行）》（下称“12条”），从供应链平台、品牌建设、扩大内销等角度，提出12大政策举措，逐一破解一体化过程中“内外有别”，力争打造内外贸一体化发展先行示范区，在构建双循环格局中，再塑宁波的“城市传奇”。

**看点一 “链”接内外大市场**

“开篇就剑指供应链平台，这是抓住内外贸一体化的‘牛鼻子’！”点开新政，宁波君安控股有限公司总裁汪新宇几乎一眼就看到了第一条标题——“加快培育一批‘大而强’的供应链平台企业”。

在他看来，疫情冲击下，全球的分工体系和贸易格局正在经历新一轮的调整和布局，产业链、供应链的区域化、本土化将成为大势所趋。这也意味着，平台型外贸企业将在国内国际双循环中，发挥更为关键的枢纽和渠道作用。

拿君安来说，去年以来，着力于稳定大宗商品供应链体系运行，一方面及时帮扶中下游的中小制造业工厂抢占市场，增强了这些中小工厂对企业的黏性，另一方面利用与世界头部企业、矿山建立起的长期的良好合作关系，以稳定产业合同叠加物流配送优势，反过来帮助这些中小工厂解决实际痛点和困难。今年上半年，君安控股实现一般贸易进口超7亿美元。

“培育供应链平台企业，目标是‘大而强’。”市商务局相关负责人指出，我市希望借此整合生产、销售、金融、物流等资源和需求，为上下游企业构建高效共赢的供应链生态圈，从而在内外贸一体化进程中，带动产业升级和效率提升。

当前，在宁波2.3万余家有进出口实绩的外贸企业中，出口企业有1.8万余家，其中制造型企业占到了60%，这里一半生产制成品，一半生产中间品。这些企业的共同优势在于，经历多年国际贸易洗礼，外贸企业“有灵气、有活力”，视保质保量、严格交期为“生命线”；弱点也很明显，千军万马、点多面广，相对实力不强。

故而，新政开宗明义，先鼓励“带头大哥”们拓展平台整合能力，通过培育“大而强”供应链平台，带动中小企业做大做强。此外，在优化市场交易环境、规范市场运营管理、强化产销衔接能力等方面，均有重点着墨，比如推动实施“同线同标同质”工程、支持企业扩大内销规模、鼓励商场超市销售外贸产品、支持企业参加境内专业性展会、加大办展支持力度，以及有效利用商业载体促进内销，希望全面提升政府综合服务能力，促进内外市场互联互通。

春江水暖。在此之前，不少企业已摩拳擦掌，酝酿一场风格切换——

7月22日，第115届中国日用百货商品交易会、第十届上海国际尚品家居及装饰博览会、第三届上海国际礼品及促销品展览会，三大展会联合在沪开幕。在这个长三角规模最大的家居日用品舞台上，宁波派出了史上最强阵容，96家外贸企业，展位156个，企业数比去年增长114%，展区面积扩大116%。

这其中，既有首度试水“双循环”的新丁，也有手持自主创新的“新奇特”产品的干将，还有切入细分营销渠道、靠独家代理权杀出重围的奇兵……外贸甬军八仙过海，希望借此撬动更多的出口转内销。

**看点二 品牌驱动以点带面**

“此次出台的12条，从市场监管角度看，一个很大的亮点在于对‘驰名商标’的奖励翻番！”市市场监管局相关负责人介绍，按照以往政策，新获得国家“驰名商标”，将一次性给予50万元的奖励。“12条”则将奖励直接提升到100万元。“这说明政府对外贸企业转内销，获得品牌知名度、认可度，给予了更大的政策支持。”

今年上半年，我市已经行政认定两件“驰名商标”保护，分别是奉化的鲍斯与宁海的得力。“目前后续培育库中，还有很多储备。企业申报意愿很高，大家都争着开展驰名商标行政保护认定，接下来很有可能再添加。”该负责人表示。

以鲍斯为例，其商标的持有者为宁波鲍斯能源装备股份有限公司，主打产品是螺杆压缩机主机。目前，鲍斯股份拥有200多家螺杆压缩机主机的客户，覆盖国内80%以上的螺杆压缩机整机厂商。从进口替代起家，在这个细分领域，鲍斯股份以其稳定的产品性能、突出的性价比优势赢得了市场，并发展成为全球市场占有率最高的企业。今年3月，国家知识产权局同意对其注册商标予以驰名商标扩大保护。

不过，能拿下“驰名商标”的毕竟是凤毛麟角、金字塔尖，那些点多面广的中小微外贸企业，又当如何？

据悉，当前我市针对这类企业的品牌孵化，主要通过点对点告知及专业培训两种方式。“宁波市商标品牌工作平台”数据显示，在我市3.6万余家制造型外贸企业中，尚有2.5万家左右没有自主品牌。市市场监管局通过辖区匹配，已将培育名单分配给145家品牌指导服务站进行点对点的培育。

在最新出台的“12条”中，“品字标”培育同样被视为破题关键。无论是制造业类，还是非制造业类的外贸企业，新政均给出了适用奖励条件，全面鼓励外贸企业加大知识产权保护力度，着力解决不正当竞争。

去年，全市新增“品字标”企业78家，新增“品字标浙江制造”国际互认证书10张，“品字标”品牌当年新增数和历年累计数均位列浙江省前列，“品字标浙江制造”国际互认证书数连续四年位居全省榜首。

“在双循环与消费升级的大背景下，企业更加重视品牌建设。”市商务局相关负责人指出，品牌作为国内外市场的通用语言，是支配性资源，是市场竞争的决定力量。宁波将持续注重品牌培育，使各类外贸企业在开拓国际市场的同时，大力开拓国内市场，赢得相应的品牌溢价，打造竞争新优势。

**看点三 一揽子保障支撑**

相较于完善内外贸一体化调控体系，加强品牌、质量供给侧改革等方面的举措，“12条”在经济支持政策方面，也作了多章节安排，其中就包括外贸企业呼声极高的加大政府采购支持力度、加强金融支持、人才服务等工作保障。

在这新一轮对外开放机遇期中，内外贸一体化还存在不少现实难点堵点。企业正面临着身份的转变，曾经“隐姓埋名”在国外市场“赤膊上阵”的外贸企业，面临着国内市场重新起步的局面。这过程并非一蹴而就。以产品来说，统一内外标准，意味着增加成本，如何注重“有效市场”与“有为政府”有效结合,提供金融支持，注重政策精准直达和落地见效，需要更多的尝试。

“比如以前做代工，是订单式外贸，只需要负责生产一个环节，现在则是从研发设计到渠道营销，生产端、销售端全部打通；又如，从市场角度看，国内市场并不属于商品匮乏型的市场。随着消费升级、消费分级，市场还在呼唤更深层次供给侧改革。现有的那些内销玩家经过一轮轮淘汰，能留下来的自有其独到之处。”市商务局相关负责人指出，外贸企业想在国内市场获得主导地位，必然需要进一步淬炼出“硬实力”。

对此，“12条”明确提出，将组织外贸企业入驻浙江省外贸企业内销专属销售平台——浙江内销馆，参与承接全省政府系统采购业务订单。筛选品质优良的外贸企业内销商品进入宁波市政府采购目录，鼓励政府机关优先采购外贸企业优质内销产品。

专家指出，此举可以减少外贸企业的后顾之忧，将企业扶上马，还能再送一程，让终端消费洞察指导生产，让拓市“子弹”精准射出。

此外，“12条”鼓励外贸企业在开拓国内市场时投保国内贸易信用保险，鼓励保险机构加大国内贸易信用保险承保力度，提升保险覆盖面和限额满足率，鼓励外贸企业用好再贷款再贴现等工具，运用订单融资、预付款融资等新模式，畅通企业资金链，探索构建多层次、全方位的金融服务体系。

“上半年针对国内贸易信用保险，中国信保宁波分公司立项了13个项目，新增保额达到21.6亿元，去年全年是300亿元。目前，我们还在继续努力，争取在国内信保上，获得更多批复。”不过，中国信保宁波分公司总经理助理沈曙寰告诉记者，出口险属于政策险，国内险属于商业险，这也使得国内险略显先天不足，难以获得更多的审批额度。

据悉，下步，我市还将加强人才服务，依托重点人才工程、重点人才项目，加大对高端内销人才引进力度，同时各地、各部门形成工作合力，继续做好外贸产品进电商平台、进大型超市、进特色街区、进夜市、进展会、进政府采购目录等“六进“工作。市级财政统筹各类资金不低于2亿元，用于今年外贸企业开拓国内市场工作。

此次新政将自8月28日起施行，有限期截至2022年12月31日。让我们共同屏息，期待这场酣畅淋漓的政策“及时雨”。（宁波日报08-06）

**财政部 税务总局关于取消钢铁产品出口退税的公告**

财政部 税务总局公告2021年第25号

现就取消钢铁产品出口退税有关事项公告如下：

自2021年8月1日起，取消本公告所附清单列示的钢铁产品出口退税。具体执行时间，以出口货物报关单上注明的出口日期界定。

特此公告。

（《取消出口退税的钢铁产品清单》请登录www.chinatax.gov.cn查询）

财政部 税务总局

2021年7月28日

**《中华人民共和国和西班牙王国对所得消除双重征税和防止逃避税的协定》及议定书生效执行的公告**

国家税务总局公告2021年第16号

《中华人民共和国和西班牙王国对所得消除双重征税和防止逃避税的协定》（以下简称《协定》）及议定书于2018年11月28日在马德里正式签署。中西双方已完成《协定》及议定书生效所必需的各自国内法律程序。《协定》及议定书于2021年5月2日生效，适用于2021年5月2日或以后开始的纳税年度征收的非源泉扣缴税收，以及2021年5月2日或以后征收的其他税收。

《协定》及议定书文本已在国家税务总局网站发布。

特此公告。

国家税务总局

2021年6月21日

◎**世界经贸**

聚焦绿色低碳

**中日第三方市场合作迈向纵深**

中国将积极贯彻新发展理念，坚持走生态优先、绿色低碳的发展道路，与日本在绿色低碳领域拓展合作空间面临新的契机。第三方市场合作是中日双方与有关国家开展绿色低碳等领域合作的有效路径，将为中日绿色资源、产品、服务与东道国绿色发展需求高效对接搭建桥梁，发展前景广阔。这是近日召开的中日促进绿色低碳第三方市场合作研讨会上传递出来的“中国声音”。

**绿色发展是中日共同的追求**

在本次研讨会期间发布的《中日第三方市场合作示范项目案例集》，汇总了2018年第一届中日第三方市场合作论坛举办以来的18个重点示范项目，涉及绿色低碳、绿色金融、基础设施、装备制造、交通物流和矿产资源等领域，并介绍了相关项目的合作模式、运行情况及为东道国经济发展作出的积极贡献。第三方市场合作已成为中日双方拓展合作空间的有效路径，绿色低碳也成为中日第三方市场合作的新焦点，正在不断向纵深迈进。

中国社科院世界经济与政治研究所研究员倪月菊在接受采访时表示，实现绿色发展是中日两国共同的发展目标。走生态优先、绿色低碳的发展道路已成为中国新发展阶段下的新发展理念。而日本也一直把绿色低碳发展作为重要的发展方向。为应对全球气候变暖、推动经济持续复苏，日本把实现绿色转型视为新的经济增长点，其于去年12月推出的“绿色增长战略”被视为日本2050年实现碳中和目标的进度表。

商务部研究院区域经济合作研究中心主任张建平表示，中日双方在绿色低碳领域的合作由来已久。当前在落实气候变化《巴黎协定》中，中日都是积极推动低碳绿色发展的亚洲领先国家。在“一带一路”建设进程中，中国始终注重将绿色发展理念贯穿其中，提出了推进绿色“一带一路”建设。在联合国2030年可持续发展议程中，节能减排、低碳绿色是其中重要的指标领域。因此，中日携手共建“一带一路”国家开展绿色低碳合作，将助力联合国可持续发展议程目标在这些国家推进和实现。

**绿色合作前景广阔**

业界普遍期待，中日企业能够进一步加强在绿色低碳领域的沟通交流，抓住在新能源、氢能、风电、绿色基础设施及绿色金融等领域的新机遇，增进在第三方市场的深度合作，为全球合作应对气候变化作出贡献。

倪月菊表示，中日促进绿色低碳第三方市场合作前景广阔，未来可以在更广领域、更深层次、更高水平上开展合作。双方可发挥各自优势，日本绿色低碳发展较早，日本企业的绿色环保理念、设计和技术都有独到之处，有丰富的成功经验可供借鉴；中国企业在“一带一路”沿线国家的基建能力优势明显，同时中国在新能源、新材料、生物医药等领域也拥有巨大的市场潜能。

“在绿色低碳领域，中日双方可以在第三方市场实现优势互补，把经贸合作提升到新水平。”倪月菊说，比如，在新能源领域，特别是向数字化转型方面加强合作，包括“新能源＋5G”“新能源＋数据中心”“新能源＋智能制造”，以及新能源汽车、氢能、“光伏＋充电桩”等。为共同应对全球气候变暖，双方还可以在新兴环保材料与环保新技术领域开展合作，共同开拓第三方市场，为中日绿色资源、产品、服务与东道国绿色发展搭建桥梁。

张建平表示，日本是与中国开展第三方市场合作积极性最高的发达国家之一。特别是考虑到中日在东亚生产网络中拥有非常紧密的全球供应链价值链的衔接与合作，中日在绿色低碳领域联手推进第三方市场合作，不仅对两国有着重要的经济社会和环境效益，同时也能够为第三方提供性价比更高、竞争力更强的产品、技术和服务。

张建平强调，日本在低碳绿色领域的优势是拥有一些较为重要的关键零部件、核心部件，而中国在配套和协作方面发挥着重要作用，中日在东南亚、非洲以及其他地区和国家有着巨大的合作潜力和合作空间。（国际商报08-06）

**韩国出口何以创新高**

作为全球经济的“金丝雀”，韩国出口数据亮眼折射出全球贸易复苏态势。半导体、汽车、计算机、石油化学等传统优势产业对韩国出口起到了强劲支撑作用。与此同时，新兴产业也吹响了对外出口的“冲锋号”。韩国政府预测，随着世界贸易的明显恢复和本国出口质量的不断提升，韩国出口将持续呈现高空行进态势。

韩国产业通商资源部8月1日发布的最新数据显示，韩国7月份出口额创该国有数据统计以来的历史最高值。韩国政府预测，随着世界贸易的明显恢复和本国出口质量的不断提升，韩国出口将持续呈现高空行进态势，全年出口总额有望首次突破6000亿美元关口。

韩国产通部发表的《韩国7月进出口动向》显示，7月份韩国出口额较去年同期增长29.6%，达到554.4亿美元，这不仅是韩国历年7月份出口额的最高值，也是韩国有数据统计以来的单月出口额极值。特别是以半导体为代表的15个主要出口品目全部实现正增长，9个主要出口地区出口额也全部实现正增长，对美国和欧盟地区的出口更是保持了连续11个月的增长态势。1月份至7月份，韩国累计出口额达到3587亿美元，同样创下了历年同期的第一。

作为全球经济的“金丝雀”，韩国出口数据亮眼折射出全球贸易复苏态势。近期，国际货币基金组织、经济合作与发展组织、世界银行等机构相继将今年世界贸易增长预期上调至8%以上。世界贸易组织的统计数据显示，今年1月份至5月份，全球贸易同比增幅达到27.4%。加之半导体和石油制品需求恢复、价格走高，高附加值商品出口势头强劲，极大增强了韩国政府对本国出口增长的信心。韩国产通部预测，尽管面临新冠肺炎疫情在全球扩散等不确定性因素，韩国出口在今年下半年仍将继续保持上升态势。韩国银行、韩国产业研究院等部门和机构同样对韩国下半年出口保持积极乐观态度，并预测今年韩国出口额将突破6000亿美元，贸易总额突破1万亿美元大关。

具体来看，半导体、汽车、计算机、石油化学等传统优势产业对韩国出口起到了强劲支撑作用。近期，世界主要数据中心企业增设服务器导致高容量DRAM存储器订单大幅增长，新款手机临近问世使得通信芯片的需求量也集中爆发。借此东风，韩国半导体产业7月份的出口额达到110亿美元，这一数值甚至高于被称为“半导体超级景气周期”的2018年7月份的104亿美元，这也是韩国半导体产业出口额连续第3个月突破100亿美元。

韩国汽车行业在渡过车辆用半导体供货难关之后，出口也出现迅速增长态势，7月份实现出口额41亿美元，同比增长12.3%，特别是新能源汽车和SUV汽车保持了快速增长势头。由于油价快速上涨刺激了中东地区消费信心迅速恢复，韩国汽车行业对该地区出口同比增幅达178.3%。

与此同时，韩国新兴产业也吹响了对外出口的“冲锋号”，包括生物医药、电动汽车可充电电池等在内的朝阳产业在7月份都改写了单月出口额最高值。生物医药领域，主要生物仿制药产品在海外市场热销，变异毒株引发的检测试纸需求快速增长，带来了韩国生物医药产业单月出口额同比27.2%的增长，特别是在东盟地区，7月份出口额较去年同期增长了4倍。伴随着全球新能源汽车市场爆发式增长，韩国电动汽车可充电电池产业受到了明显拉动，出口连续11个月保持增长态势，尤其是7月份对美出口额较去年同期增长182.9%。

面对无论从整体还是局部都在不断刷新纪录的对外出口强劲态势，韩国政府部门保持了充分冷静。产业通商资源部长官文胜煜指出，变异毒株扩散、进出口物流遇阻、配件供应迟滞、原材料价格上涨等不利因素将给韩国下半年出口带来较多困难。但他同时表示，为实现年度最高出口额、达成1万亿美元贸易总额目标，韩国政府将不遗余力支持进出口企业。（经济日报08-04）

◎**经贸论坛**

**外部风险多变 中国经贸何以应对**

在货币与财政政策以及新冠疫苗接种共同作用下，世界经济正逐渐从疫情冲击中恢复。但世界经济的不确定性依然很大，复苏进程受到多重因素制约。我们要对世界经济中的风险给予高度警惕，主动做好应对准备，最大限度减少外部风险对我国造成的冲击。

**全球疫情和经济风险的冲击**

世纪大疫情对世界经济带来广泛且深远的影响。今年以来，随着新冠疫苗接种率持续上升，加之主要经济体保持政策刺激力度，世界经济整体步入加快复苏轨道。国际货币基金组织（IMF）最新预计，2021年全球经济将在摆脱去年萎缩3.3%的衰退后迎来6%的正增长，2022年仍会保持4.4%的增长。但也要注意到，目前世界经济仍处于疫后修复增长阶段，受多重因素制约下行风险犹在。德尔塔变异毒株快速传播及疫苗分配不均衡、各国经济复苏分化加剧、全球通胀传导上升、美联储货币政策转向预期升温、金融领域风险有所抬升、全球高债务问题凸显、地缘政经博弈加剧等，都增强了经济复苏的脆弱性，威胁经济前景。中国物流与采购联合会6月份全球制造业采购经理指数（PMI）为56.8%，较前月回落0.4个百分点，显示全球经济复苏趋势放缓。

总体看，全球疫情仍在持续演变，世界经济的不确定性依然很大，世界经济复苏进程中的风险也在积累。预计下半年世界经济复苏方向不会改变，但节奏或放缓。在全球经济复苏更趋复杂、脆弱经济反弹尚困扰许多国家、全球通胀明显升温背景下，要特别关注世界经济中的风险及负面溢出效应对中国的影响。

美联储货币政策转向可能对中国跨境资本流动和人民币汇率带来一定扰动。在相互依赖的全球化时代，中国市场与国际市场高度相连。美联储货币政策转向、国际大宗商品价格上涨等变动会对中国经济金融运行带来一定干扰和冲击。对市场而言，美联储政策转向的信号已经发出，只是尚在等待政策调整时机。本轮美欧日货币宽松力度前所未有，资产已造成全球资产价格与实体经济严重背离，泡沫化加剧，美联储收紧货币政策将对各国带来较大外溢效应。一旦美联储货币政策转向，其带来的杠杆效应将引发全球金融市场动荡。新兴市场国家可能出现资本外流，汇率大幅贬值不可避免。中国国内市场恐难以独善其身，也会出现一些连锁反应，扰动经济金融平稳运行。对这一风险我们要给予高度警惕。

随着“替代效应”减弱，中国出口增速将有所回落。今年以来，中国经济增长与外贸的贡献分不开，上半年对外贸易保持强劲增长，规模与增速为近十年来历史最高。然而，随着美欧等经济体生产能力持续修复，全球供需缺口收窄，外部市场的需求有可能下降，这可能意味着前期国内替代性出口增长的动力会弱化，中国出口增速将有所回落。近期，美国、德国、日本、韩国等出口都在大幅增长。比如，得益于对中国和美国出口大幅增长，6月份日本出口额（以日元计价）较去年同期增长48.6%，为连续第4个月增长。6月份，中国制造业采购经理人指数（PMI）中反映外需变化的新增出口订单指数为48.1，已连续3个月回落，近2个月均在荣枯线之下，反映外需在减弱。预计下半年中国出口会保持增长，但增速或将回落，出口拉动作用弱于上半年。

全球疫情持续及世界经济大调整，中国企业经营压力加大。当前全球正在遭受德尔塔变异毒株的冲击。新冠疫情全球大流行及全球经济大调整，使中国的外部环境复杂，不确定性加强，对企业开展对外经贸活动带来新挑战。由于全球疫情不确定性及在部分国家反反复复，全球产业链供应链不稳定，干扰因素与风险都在增大。上半年，受国际大宗商品价格上涨的输入性影响，一定程度上推高了中国生产者价格指数（PPI），原材料价格上涨给国内相关产业带来成本冲击。此外，疫情以来中国企业面临着汇率波动较大、国际物流不畅、运力不足、国际运价高位徘徊、疫情封锁下港口周转时间延长、新冠疫情检疫要求高带来货物流动减缓等困难和挑战，企业遭受多重经营成本挤压，企业利润被侵蚀。这些问题和约束在短期恐难减轻和解决，还会持续对我国企业产生影响。

**积极防范外部风险及负面溢出效应**

面对依然复杂的外部环境，我们要对疫后世界经济的不确定性保持警惕，加强国际经济新形势新变化研判分析，主动做好措施部署，防范外部风险及负面溢出效应。

坚持底线思维，提前做好应对外部风险的预案。在中国经济回归常态化过程中，要把握好稳增长、稳通胀与控风险的平衡。为应对美联储政策调整带来资本流动大幅波动、全球大宗商品价格上涨等外部输入性风险对中国货币政策、金融市场稳定带来的干扰，需要加强政策的前瞻性、主动性，提前做好应对方案。近期央行未雨绸缪全面降准，有助于缓解经济下行压力和平稳资本市场运行，为应对美联储加息预留政策空间。后续仍需密切关注美联储货币政策转向的影响、国际大宗商品价格传导效应等带来的波动，密切监测通胀等影响金融稳定性的风险因素，谨防美联储在未来不得不急踩刹车的高风险。

要更加重视和加强与市场的沟通，积极引导和管理预期，力求得到市场的理解和认可。要加强对跨境资金流动的监测、分析和预警。引导企业做好套期保值等汇率风险管理，增强应对汇率波动风险的能力。进一步加强对实体经济特别是中小微企业的支持。加大对大宗商品期现货市场投机行为的打击力度。

持续深化双边经贸合作，全力稳住外贸外资基本盘。高度关注国际市场的供需动向，加强形势研判，帮助企业纾困解难。促进外贸创新发展，持续优化贸易结构，培育贸易新业态新模式，提升贸易数字化水平，扩大优质商品进口，创新发展服务贸易。优化国际市场布局，拓展与各国各地区经贸关系，推动国际经济合作模式创新。推动畅通国际物流通道，促进贸易投资便利化。面对疫后各国加快产业链供应链再布局，充分发挥政策、营商环境、产业链、人力资本等综合优势，增强国际资本对中国市场的信心。中国企业应继续着眼于依靠技术、效率与质量提高国际竞争力，对冲国际干扰因素与风险，应对复杂多变的竞争环境。

稳住中美关系大局，避免中美经贸合作越来越疏离。未来是中美多方位、全面、深层次博弈的阶段。拜登政府上台以来，对华遏制政策主基调不变，且比特朗普政府更专业、更强硬，特别是力推合纵连横战略，拉拢盟友共同对抗中国。至今年7月6日，中美贸易战正式打响满三周年，但迄今拜登政府未有任何取消特朗普政府对从中国进口的一系列商品征收额外关税的迹象。与特朗普政府有所不同，拜登政府执政下的美国欲重回全球经济中心，中美经贸博弈还会加剧。我们要直面新的大国竞争时代的到来，对美国推动遏制中国政策及经贸冲突保持警惕，加快探索新时期的对美战略和政策。对美国推动遏制中国政策及经贸冲突保持警惕，努力稳住中美关系大局，理性和妥善应对中美经贸摩擦，扩大中美经贸合作领域。抓住双方经贸磋商时机，加强沟通和理解，平衡对待彼此的关切，避免中美经贸合作越来越疏离。

加强国际宏观政策沟通和协调，促进全球经济稳定恢复。促进疫后经济复苏是全球面临的共同挑战，也需要全球政策制定者加强国际合作，避免分化加剧，尽早结束疫情。面对后疫情时期的国际变局，我们要倡导重塑全球合作，坚持走与世界各国合作之路，保持在全球经济治理中的主动地位。积极探寻中国与世界更好的互动共赢、协同合作的路径和方式，降低可能加剧的经济政治风险。通过二十国集团等政策对话机制，加强多边合作，积极推进主要经济体间的信息交流、沟通和政策协调，防止国际金融市场出现过度动荡，有效避免负面溢出效应。（国际商报08-05）

连续14个月同比正增长

**下半年开局释放外贸“稳”信号**

近日，下半年首个外贸成绩单出炉——增长24.5%。

连续14个月同比正增长，保持两位数高增长，走势可谓稳健。

海关总署数据显示，今年前7个月，我国进出口总值21.34万亿元人民币，同比增长24.5%，比2019年同期增长22.3%。

“相当有韧性，相比2019年也保持了两位数的增长。”海关总署统计分析司司长李魁文说。

他表示，继上半年我国进出口规模创下了历史同期最好水平后，在较高基数影响下，前7个月进出口同比增速放缓，但仍然保持较高水平，殊为不易。

当前，疫情在海外不少地区显著反弹，给世界经济复苏前景带来不确定性。

从7月当月看，我国进出口总值同比增长11.5%，环比下降0.8%，比2019年同期增长18.8%。

7月进出口环比回落，怎么看？

“结合7月PMI新出口订单再度走弱来看，意味着出口的压力有所加大。”商务部研究院国际市场研究所副所长白明分析说，原材料价格保持高位、物流成本只升不降、人民币汇率波动等因素给外贸企业造成的压力仍然较大。

当前，疫情对于国际贸易的影响不可小觑。在全球重要制造业基地东南亚地区，印尼、泰国、越南、马来西亚等国正受到新一轮疫情制约，部分国家封控措施导致港口拥堵加剧。

“有货发不出去，等着等着运费又涨了。”浙江万马高分子材料集团有限公司营销中心副总经理董黎丽说。该企业主营线缆用高分子材料产品，主要销往东盟、中东、南美等地，95%依靠海运。

董黎丽介绍，企业出口占比从去年的5.6%上升到今年上半年10%以上，7月份订单“总体稳定，略有减少”。

白明表示，尽管全球疫情有所反弹，但随着全球范围内疫苗接种率的提升，加之一些国家的生产不受防疫限制，各国生产力逐步恢复，对中国产能的依赖逐步减小，也是导致订单回流、出口回落的原因之一。

谈及压力，江苏宝时得科技（中国）有限公司供应链高级关务经理胡雪莲也表示，原材料价格上涨、全球芯片短缺、船公司运力和准班率不足等因素，都令企业经营压力大增，“我们需要花更高的价格来获取原材料的供应保障”。

压力并没有抑制中国外贸的活力。

从经营主体看，民营企业进出口增速最快、势头强劲。前7个月，民营企业进出口增长31%，占我国外贸总值的47.9%，比去年同期提升2.4个百分点。

以宝时得为例，该企业集电动工具研发、制造、营销于一体，7月份订单比6月份增长约30%。

“美国地区大客户增长约32%，欧洲地区增长约28%。”胡雪莲说，7月份订单增长是因为受疫情和船期滞后因素影响，传统销售旺季提前到来，客户提前为“黑色星期五”和圣诞季备货。

压力中更显韧劲，中国外贸企业以变应变，抢抓机遇。

创立20多年来，宝时得一直将海运作为出口物流方式。但在今年4月，该企业决定选择新的出口通道——中欧班列。4月以来，宝时得生产的35个标箱智能割草机分别从重庆、苏州、义乌等地搭乘中欧班列运往欧洲。

“公司在欧洲销售旺季，选择中欧班列来达成时效要求，满足市场促销。”胡雪莲说。

去年7月1日，宝时得300台吸尘器按“跨境电商出口海外仓”贸易方式在苏州工业园区海关申报成功，这也是江苏首单跨境电商出口海外仓业务。一年来，该企业跨境电商业务发展增势喜人，是跨境电商等新业态引领外贸发展的一个生动缩影。

“我们跨境电商业务的全年订单已经爆满。”胡雪莲说，今年下半年整体订单量需求旺盛，各大客户依旧看好中国制造。开展跨境电商业务之后，企业在亚马逊平台上的销售额约占整体销售额的2%左右，预计未来还会不断发展壮大。

胡雪莲介绍，继在北美成功开展跨境电商业务后，宝时得还将在欧洲等地开拓新的跨境电商业务，“相信未来的业绩也会很亮眼”。

“不盲目乐观，也并不悲观。”董黎丽说，疫情虽然带来了很多不确定性，但也给电缆材料打入相对排他的国外市场带来契机，随着疫情逐步好转，出口国开工率逐步恢复，全年出口仍然会保持小幅上涨。

对外经济贸易大学中国WTO研究院院长屠新泉认为，中国维护全球产业链供应链稳定的作用不可替代，而且作用越来越突出。当前中国外贸面临的风险挑战总体看来自外部，倒逼外贸企业加快转型升级步伐，抢抓全球产业链供应链重构契机，把握外贸新业态新模式发展趋势，稳扎稳打应对机遇挑战。（新华社08-10）

稳外贸外资基本盘、进一步拉紧经贸关系、推动对外开放

**FTA对中国“作用非常明显”**

自2002年达成第一份自由贸易协定至今，中国的自贸区版图开拓得如何？已签署的协定含金量如何？其生效实施对中国外向型经济发展起到了哪些推动作用？在国新办8月23日举行的专题发布会上，商务部副部长兼国际贸易谈判副代表王受文对中国过去多年间实行自贸区战略所取得的成绩进行了全面梳理。

王受文介绍，截至目前，中国已与26个国家和地区达成了19个自贸协定。“值得一提的是，党的十八大以来我们签署了9个自贸协定，包括8个与单个国家签署的自贸协定以及区域全面经济伙伴关系协定，同时还对以前达成的多个自贸协定进行了升级。”

自贸区战略有条不紊向前推进，在释放中国积极主动对外开放信号、助益贸易伙伴更多分享中国市场红利的同时，也对中国自身的外向型经济发展起到了助推作用。王受文将其概括为稳定中国外贸外资基本盘、进一步拉紧中国和自贸伙伴经贸关系、推动中国对外开放三个方面，且“作用非常明显”。

首先，自贸协定扩大了中国同自贸伙伴的贸易与投资关系，对稳定中国的外贸外资基本盘作用显著。从外贸方面看，2012年自贸协定占中国外贸的比重只有12.3%，这一数字在2020年已增长至接近35%。尤其是在新冠肺炎疫情严重冲击全球贸易的2020年，中国同自贸伙伴的贸易增长了3.2%，与非自贸协定伙伴的贸易额则只增长了0.8%。从双向投资方面看，2020年中国对外投资额约有70%流向自贸伙伴，吸引外资额的84%来自自贸伙伴。“可以看出，自贸协定对贸易投资关系起到了非常重要的作用。”王受文说。

其次，自贸协定进一步拉紧了中国与自贸伙伴之间的经贸关系。王受文举了3个例子：2003年-2020年，中国与东盟的双边贸易额从780亿美元增至6851亿美元，增长了8.7倍，中国已连续12年成为东盟最大的贸易伙伴，去年东盟也成为中国最大的贸易伙伴；2012年，智利与中国的贸易额占智利外贸总额的20%，得益于中智自贸协定的实施及升级谈判的完成，2020年这一比重提升至1/3；在对中国-巴基斯坦自贸协定进行升级后，巴基斯坦对中国的出口迅速增长，两国贸易不平衡的情况也得到了改善。

最后，自贸协定对推动中国对外开放起了非常好的作用。在货物贸易方面，自贸协定则使中国与自贸伙伴之间90%以上的贸易实现零关税。在服务贸易方面，通过签署自贸协定，中国不仅增加了开放部门，也提高了开放水平，使得服务贸易整体开放水平大大提高。在投资领域，中国与自贸伙伴在协定里对投资开放、投资准入、投资便利化、投资保护方面都作了很多规定，“有利于我们和自贸伙伴之间的双向投资发展，有利于区域一体化发展，形成更加稳定的产业链和供应链。”王受文说。

王受文透露，下一阶段，中国将把现有的自贸协定进一步升级，同时加快新的自贸协定谈判步伐。此外，中国正积极考虑加入CPTPP。“加紧形成一个立足周边、辐射‘一带一路’、面向全球的高标准自由贸易区网络，实施自贸区提升战略。”王受文说。（国际商报08-24）

◎**展会资讯**

**第四届进博会值得期待**

还有不到100天时间，第四届中国国际进口博览会就将如约而至，在“四叶草”国家会展中心（上海）喜迎八方来客。

尽管今年以来全球新冠肺炎疫情持续蔓延，但第四届进博会筹备工作一直稳步推进。目前，第四届进博会各项筹备工作已取得阶段性成果，工作重心已转向组展招商。

近期召开的进博会组委会全体会议强调，要认真贯彻落实习近平总书记重要指示精神，按照党中央、国务院决策部署，扎实做好第四届进博会筹备工作，确保办出水平、办出成效，越办越好。

**筹备工作不减速**

举办展区宣介会、招商路演、进博会投资促进活动、供需对接会……第四届进博会筹备工作不仅从未因疫情而停下脚步，提前“动起来”的招展招商活动还在不断提升进博效能。

在此前三届的基础上，第四届进博会展商展品质量更优，展览展示题材更新，组展办展专业化程度更高。据中国国际进口博览局副局长孙成海此前介绍，第四届进博会企业商业展创新展示题材，将设立能源低碳及环保技术、生物医药、智慧出行、绿色智能家电及家居等专区，同时在装备、医疗、汽车展区试点设立创新孵化专区，为境外优质创新资源对接国内市场需求搭建平台。在国家展方面将首次采用虚拟现实、三维建模等技术手段，为参展国搭建标准化数字展厅，分主题展示参展国国别特色，同时设置互动功能，提升线上展示效果。

中国的“邀约”也得到了各国以及外资企业的积极回应，推动进博“朋友圈”不断扩大。截至目前，第四届进博会签约展览面积已实现36万平方米的预期目标，50多个国家确认参加国家展；同时，签约参展的世界500强和行业龙头企业数量也超过上届，回头率超80%，还有30多家为首次参展。

值得注意的是，日前，第五届进博会的招展活动也已启动。在2021中国国际进口博览会参展商联盟交流会暨第五届进博会签约仪式现场，米其林、恒天然、欧莱雅、资生堂、纽仕兰等数十家全球知名企业提前400多天与进博会签下了“未来之约”。

**平台作用更凸显**

已成功举办了三届的进博会，早已成为全球共享的国际公共产品，国际采购、投资促进、人文交流、开放合作的四大平台作用日益凸显。

“进博效应”助力更多展品进入千家万户，帮助外资企业分享中国市场机遇。不仅如此，为满足企业需求，推动展商变投资商，商务部还以“深化引进来服务双循环”为主题，组织进博会参展商等外资企业和相关机构赴有关地方开展投资促进活动。首场投资促进活动已于7月上旬在四川成都举办。

商务部新闻发言人高峰此前指出，进博会在为参展商、采购商提供服务的过程中，日益感受到中国巨大消费市场对外资企业的吸引力越来越强，外资企业通过进博会实现中国本地化运作的需求也不断增加，此次投资促进活动的举办能更好放大进博会溢出效应，为投引资双方提供更高效对接平台。

商务部研究院美洲与大洋洲研究所副所长、研究员周密在接受国际商报记者采访时表示，作为世界上首个以进口为主题的国家级展会，进博会扩大进口，除为外资企业提供更大市场外，也为中国消费者提供了更多选择。尤其是在全球疫情蔓延背景下，进博会的举办进一步增强了全球产业链供应链的稳定性。

周密进一步表示，疫情给全球贸易网络带来很大不确定性和脆弱性，如果外资企业选择以贸易来引领自身在中国投资和布局供应链网络，将提高他们在中国市场的供应保障能力，降低全球贸易网络不确定性和脆弱性带来的风险，而进博会就是这样一个能帮助外资企业更精准了解中国消费者需求、与中国建立更加稳定贸易联系的窗口。（国际商报08-03）

**疫情下的会展业再踩“急刹车” 8月展会大面积延期**

“8月的展都延期了，延期到什么时候现在还不知道……”电话那一端，上海聚亿展览服务有限公司工作人员钱进告诉记者，不仅仅是原定于8月18日开展的2021深圳国际医疗器械展览会延期，深圳其他8月份开展的展会命运都一样。

目前德尔塔毒株致我国多个城市出现散发病例，各地都在升级防控措施，而这些措施直接影响到群聚人数众多的会展业。据不完全统计，目前北京、上海、广州、深圳、济南、南京、成都等会展大城的会展业已接近停摆，8月份的展会大部分延期，涉及数量近百，不知何时能重启的担忧再次让这一行业的从业者眉头深锁。

**会展业迅速响应**

7月底，新冠疫情已经波及会展业。

7月29日凌晨，众人在沉睡，中国国际数码互动娱乐展览会（ChinaJoy）主办方却在微信公众号发了一条消息，称“鉴于当前国内突发疫情情况，决定进一步全面提升展览和会议防疫级别，要求进入ChinaJoy展览和会议现场的所有人员必须在上海地区完成核酸检测，以确保参展和参会人员的健康安全”。

这个消息非常突然，因为第二天，也就是7月30日，2021ChinaJoy就要在上海开幕了。在展会期间，7月31日夜间，ChinaJoy主办方再次发布公告取消所有现场演出、赛事等舞台活动，取消场内场外礼品、纪念品发放，禁止场内饮食，并要求场内售卖人员必须戴手套。

无独有偶，8月1日，第31届青岛国际啤酒节主办方通知相关活动提前结束，进入活动场地的游客和市民需持24小时内核酸检测阴性报告。主办方还把原本应该持续一个月的啤酒节提前半个月于8月2日结束，闭幕式都在线上举行。

随着疫情变得严峻，对会展业这样群聚人数众多的活动管控，似乎更为收紧了。

国务院联防联控机制8月4日下午举行新闻发布会，国家卫健委新闻发言人、宣传司副司长米锋介绍，近期，多地机场、口岸、定点医院陆续出现境外输入关联病例，并造成一定范围扩散。截至8月4日上午9时，有17个省份报告现有本土确诊病例或无症状感染者，全国现有中高风险地区144个，为常态化防控以来最多。

全国疫情呈现多点发生、局部暴发的态势，需要从严从快推进新发现感染者区域协查，做好重点区域、重点人员管理，防止疫情扩散。各地方因此再度升级防控举措。

天津8月3日要求严格审批文艺演出、体育比赛、展览展销等大型聚集性活动，非必须不举办或暂缓举办，甘肃也发文要求合理控制线下活动，暂停和推迟各类聚集性群众文化活动。据不完全统计，目前已有辽宁、吉林、山东等19个省（直辖市）发布大型活动管控的通知。湖南省长沙市的展会已经全部暂停。

**8月被迫停摆**

而各地的新规，直接影响了不少正在筹备中的展会，尤其是准备在8月份举行的多个展会。

“抱歉，我们的展会延期了。”物业管理产业博览会组委会工作人员王洋告诉记者，原定于8月6日-8日在上海新国际博览中心举行的三个与物业管理产业相关展会，都因疫情防控需要延期了。改期到何时暂未定，但估计8月内难以重办。他向记者透露，整个8月，上海所有展会都被迫暂停。

记者搜索了上海新国际博览中心官方网站公布的展会排期表，发现已经有11个展会宣布将延期举办，比如上海国际飞机制造技术及工程展览会、第四届上海国际洗护用品展览会、中国国际涂料博览会、中国（上海）墙纸布艺窗帘暨家居软装饰展等。这些展会的原定日期均是8月初到8月中旬。而8月下旬还有10个展会未定是否延期，第四届上海国际益生产品博览会主办方表示，目前该公司也在跟各方紧急磋商，预计下周二左右会决定是否延期。但该工作人员向记者坦承，按照目前疫情的发展态势，延期的可能性很高。

上海是国内会展业的龙头城市，它按下了会展暂停键，无疑也推倒了行业多米诺骨牌。目前南京、长沙、济南、青岛等地展会均已经停办，成都也对多场活动和展会进行了延期，包括第八届世界线动漫展、第五届中国（成都）旅游景区创新发展博览会等。

广州和深圳虽然目前并没有新增本土病例，但是多个计划8月举办的展会也宣布延期了。深圳市宝安区政府已经向展会主办方放出通知，要求深圳国际会展中心暂停举办各种展会活动半个月。广州进出口商品交易会展馆也一样通知暂停展会举办，其中就包括原定8月5日拉开序幕的广州国际旅游展览会。至于8月下旬是否能恢复正常，多个展会工作人员均表示不确定。

一位不愿具名的广州展会工作人员向记者表示，去年6月广州各类展会就已慢慢恢复正常，而且当时国内疫情相对稳定，有的只是零星的境外输入，均被严格管控在出入境点，因此过去一整年疫情并没有对日常生活造成影响，会展业也恢复得很顺利。但这次疫情蔓延很快，多点暴发，严控群聚是防控这次疫情的关键词，他担心各地的严控举措，会率先让会展业停摆，毕竟会展业的群聚规模庞大，参会人员又是从全国各地过来。而按照广州5月底遭遇的德尔塔病毒抗疫经历，迅速行动、多方作用下，也得快一个月才能遏制病毒的扩散，这一次德尔塔病毒在全国多点散发恐怕一个月内难以完全消除。而在此影响下，会展业恐怕要停摆超过一个月的时间。“如果会展业一停，整个产业链都会受挫。”该工作人员忧虑道。

去年2月，在新冠疫情的阴霾下，国内数百个展会宣布延期或取消，直到去年7月才开始复苏。如今，刚刚复苏一年的会展业再次停摆，这一次的恢复需要多久时间？（21世纪经济报道08-05）

**“云甬”中东欧—成功举办**

**“走进商超”专场供需对接会**

8月26日下午，中国—中东欧国家贸易对接活动——走进商超在宁波国际会展中心举办。本次展后供需对接活动，是为了融入国内国际双循环新发展格局，畅通中东欧商品进口产业链终端环节，促使更多中东欧优质产品进入国内消费市场。此次活动面向全国邀请10余家采购商参加，类型包含连锁商超、连锁便利店等，名单中排在第一位的是中石油。

中石油浙江昆仑好客全国有2万多家便利店，遍布31个省份，光在浙江就有500多家，在2020年全国零售业排行榜中，昆仑好客便利店数量排名前三。虽说是第一次参加宁波举办的中国与中东欧的贸易对接，但中石油“胃口”着实不小。中石油浙江昆仑好客分公司相关负责人表示，总部委托浙江分公司先试点，希望强强联合，通过宁波的中东欧平台引进更多的品质优良、源头有保障的中东欧好物，试点完成之后，可以在旗下2万多家店铺进行全国性的推广。至于采购金额，只要客户有需求，且采购金额不设上限。

当中石油遇见中东欧，大进口与大市场期待着一场“风云际会”。

受邀的10余家采购商中，光是来自成都的就有3家，分别是成都市众合晟商贸有限公司、成都玛金商贸有限公司以及成都船夫贸易有限公司，个个来头不小，均在全国具备经销和分销网络体系，且有二级市场分销客户。

参加完云端对接后的成都船夫贸易有限公司负责人表示，“我们成都商超的进口商品，还是以日韩为主。这次参展，我们对接了斯洛伐克的巧克力、捷克的总统蛋糕，还有保加利亚的果酱，它们各具特色，未来可以针对不同市场需求，打造多样的营销路线。”

需求形成了商机，商机促成了市场。我市根据供采双方需求，共安排了63轮次一对一的洽谈对接。活动期间还举办了“云逛馆&中东欧商品推介”，邀请了全国的中东欧展商、采购商，以及广大消费者在线跟主播一起“云”逛中东欧国家特色商品常年馆，了解了更多的中东欧好物。

市中东欧博览与合作促进中心负责人表示，下一步我市将结合各方力量共同落实博览会成果，全方位扩大与中东欧国家的交流合作，进一步拓宽项目合作广度，打造“永不落幕”的中东欧博览会。

◎**预警信息**

**印度尼西亚要求加工食品及流通企业须获得食品安全质量体系认证规定**

2021年8月3日，印度尼西亚食药局发布2021年第21号公告，关于加工食品及流通企业必须获得食品安全质量体系认证规定。主要内容包括：

（1）术语及定义。食品、加工食品、食品安全管理体系、内审等；

（2）企业开展加工或进口食品时，必须申请食品安全管理体系证书；

（3）申请食品安全管理体系证书流程及提交资料；

（4）证书变更及扩项，证书的有效期规定要求；

（5）企业内审及报告的要求；

（6）对企业监督及违规处罚的规定要求；

（7）过渡性规定。允许自本条例颁布之日起24个月内申请。

该公告自政府公报发布之日起生效。

**韩国发布《食品等的标示、广告相关法律》部分修改单，采用消费期限标示制**

8月17日，韩国食品药品安全部（MFDS）发布《食品等的标示、广告相关法律》部分修改单，其主要内容如下：

1.防止消费者误以为保质期是食品过期的时间，采用消费期限标示制。

2.因市场上出现了与食品商标、包装无关的Funsumer食品，因此制定了对可能会使人们误将生活用品、日化用品认为是食品的相关产品禁止进行相关标示或广告的规定。

**欧洲婴儿床和儿童床床垫标准修正案**

标准EN 16890:2017的A1修订版于2021年6月发布，现发布该标准的合并版本。

受CEN/CENELEC规则约束的欧洲国家标准组织必须在2021年12月前撤销相互冲突的国家标准。

本欧洲标准及其修正案适用于家用和非家用儿童床、旅行床、婴儿床和婴儿吊床中使用的床垫，包括底座和顶垫。

修正案对该标准的部分条款进行了如下更新和修正:

（1）在“化学危害”条款中，本标准现参考EN 71-3:2019；

（2）由于床垫尺寸与婴儿床或儿童床的匹配度至关重要，因此对检查标称尺寸的方法进行了修订，宽度和长度公差现为+25/-0 mm。还应注明厚度；并进行验证，以确保床垫厚度不超过标称值；

（3）明确将装饰性缝线和绗缝排除在强度和滑移要求之外，并给出待测试的“其他织物”字样的信息；

（4）为防止绳索和线圈造成勒死危险，引入了相关要求，以限制此类元件的长度或周长；

修正案同时提供了一些额外的信息，以确保每个测试场所以同样的方式进行耐久性测试。

欧盟床垫标准EN 16890:2017目前已在《欧盟官方公报》中列出，表明其符合《一般产品安全指令》，其修正案不久将公布。请注意，对于英国及欧盟成员国中有国家立法的国家(如爱尔兰和法国)，应遵循国家立法。

（更多详情参见：<https://www.sgs.com/en/news/2021/08/safeguards-11421-amendment-to-the-european-standard-on-mattresses-for-cots-and-cribs>）

**尼日利亚企业从中国进口主要零部件生产电动汽车**

尼日利亚电动汽车初创企业杰特汽车公司日前表示，已开始从中国进口主要零部件组装生产电动厢式客货车，试水尼日利亚电动汽车市场。

杰特汽车创始人、首席执行官希迪·阿贾勒日前接受新华社记者视频采访时说，中国在电动汽车领域拥有世界领先技术和完整供应链，可以帮助杰特汽车生产出适应非洲国家路况和市场需求的电动汽车。目前杰特电动厢式客货车的动力传动系统和电池系统均来自中国企业。

阿贾勒介绍说，杰特厢式客货车目标客户是公交、物流、教育和医疗等领域的机构和企业。目前，尼日利亚电动汽车市场处于起步阶段。杰特汽车已在尼日利亚最大城市拉各斯安装了5个充电桩，计划今后3到5年继续加大充电桩投入，进一步培育市场。

阿贾勒说，非洲大陆拥有丰富的水力、风力和太阳能资源。随着各国持续推动减排目标、加大对清洁能源领域的投入，电动汽车在非洲拥有巨大市场潜力。杰特汽车期待今后与中国企业加深在技术转让和零部件生产方面的合作。（新华网08-09）

**2021年法国葡萄酒产量预计大幅下降**

《费加罗报》8月6日报道，今年春季发生的霜冻天气是本世纪来以法国农业遭遇的最严重灾害，受此影响，阿尔萨斯、勃艮第和鲁瓦河谷等主要葡萄酒产区的大量葡萄遭受霜霉、白粉等病害，进入7月后，气温持续偏低继续对葡萄藤开花和浆果成熟带来不利影响，法国农业部预计2021年葡萄酒产量将大幅减少24%至30%，预计产量在32.6亿升至35.6亿升之间。

法国上次遭遇严重霜冻天气可追溯到2017年，当年法国葡萄酒产量约37.6亿升，近5年法国葡萄酒平均产量约44.5亿升，占全球比重约17%。（驻法兰西共和国大使馆经济商务处08-12）

◎**风向标**

**跨境物流新机涌现**

罗兰贝格交通运输与物流团队于日前发布的以“疫情背景下中国跨境物流新机遇”为主题的白皮书指出，疫情后跨境出口B2C在品类、路向、品牌、渠道等方面呈现的新特征，对跨境出口物流服务提出了更高的要求，其中也蕴含着新的市场机遇。

品类变化方面，大件物流需求凸显。疫情之下，消费者格外关注居家生活品质的提升和居家环境的清洁问题，带动防疫用品，以及以家居、家电、家具为主的“宅经济”品类增长迅猛。相应地，有别于过去跨境电商品类以小包为主的特点，大件、异形家居、家电品类需求也大幅增长，催生大件跨境物流及安装、逆向（损坏、退回、召回等商品处理）等当地物流增值服务需求的增长。

路向变化方面，市场不同需求各异。欧美依然是中国跨境电商出口的核心市场，份额占比较高，但面向东南亚、中东等新兴市场的需求增速迅猛。不同区域的消费、支付习惯及当地市场的既有关税政策、物流基础等存在较大差异，跨境物流企业需要灵活应对不同市场的差异化特征，提供专业化的服务。

品牌出海呼吁品质化服务。中国跨境电商卖家的品牌化发展趋势日趋明显，正在由输出“中国制造竞争优势”向输出“中国品牌竞争优势”转变，引发对于更稳定、更高质的跨境物流服务的诉求。

渠道多元，在原有平台卖家的基础上，跨境商家基于自身品牌化发展需求，逐步构建海外独立站点，且普遍实行多站点运营，未来将进一步加大对具有灵活营销自主权及流量运营、变现能力的独立站的投入，从而为跨境物流企业带来全新的发展机会。 （国际商报08-17）

强制立法有望提升使用率

**儿童安全座椅产业将迎千亿市场**

我国是全球最大的儿童安全座椅生产地，产量占全球的80%。然而，与瑞典、德国等相关立法健全、使用率近100%的国家相比，我国儿童安全座椅的普及率和使用率还严重偏低，相关数据均显示，目前国内儿童安全座椅使用率还不到10%。

6月1日，修订版《中华人民共和国未成年人保护法》正式施行，其中“儿童安全座椅”首次被写入全国性法律，如今，距离正式实施已过去了一个多月。在相关人士看来，未来5~10年，我国儿童安全座椅消费市场和相关产业将步入快速发展时期。

**立法可有效推高普及率**

近期发布的《中国儿童安全座椅产业发展白皮书（2021年）》指出，随着汽车保有量提升、儿童安全座椅强制性使用法律的逐步跟进，以及人们安全意识的提高，中国儿童安全座椅使用率有望迅速提升。根据汽车保有量、出生率、单个儿童全年龄段使用数量、存量市场及增量市场使用率等市场要素综合测算，未来5~10年，中国儿童安全座椅产业将迎来10~20倍增长，市场规模从目前的50多亿元增至近千亿元。

尽管前景广阔，但应该看到的是，一直以来，中国儿童安全座椅的普及率和使用率都较低。中国汽车研究中心发布的《2018年儿童安全座椅使用白皮书》显示，国内有私家车且有适龄儿童的家庭儿童安全座椅拥有率仅7.32%，即使购买了安全座椅的家庭，经常使用率也不到50%。这项调查主要集中在一、二线城市，全国平均水平预计比这一结果更不乐观。

尽管近年来国内消费者，尤其是年轻一代育儿家庭对儿童安全座椅重要性的认知在不断提升，但来自天猫近期发布的数据仍表明，目前国内儿童安全座椅使用率估算尚不到10%，且整体来看，虽然交易额在增长，但增速较慢。2020年，天猫儿童安全座椅行业交易额达16.48亿元，同比仅增长3.31%。

赛迪研究院安全产业研究所相关专家分析认为，我国儿童安全座椅使用率低，主要是由于未进行强制立法、标准落后、消费习惯等因素影响。其中，立法是关键，通过立法和强制施行能够有效提升使用率。

上述专家分析道，以国内此前部分省市尝试将儿童安全座椅纳入法律为例，2017年，上海市关于儿童安全座椅强制使用的《上海市道路交通管理条例》新修订后，上海家庭为儿童配备安全座椅的比例从2017年的70%增长到2021年的88%。深圳市2015年1月1日开始施行关于儿童安全座椅强制使用的新规定，2016年6月对深圳市8家幼儿园进行的调查发现，儿童安全座椅拥有率为66.19%、经常使用率为30.09%，而2014年这两个数字分别为29.06%和8.06%，拥有率与使用率均明显提升。

实际上，瑞典、美国、德国、日本等国家同样是在强制立法后，安全座椅使用率才实现大幅增长。赛迪安全所发布的一项数据显示，日本2000年出台相关法律，两年后，该国安全座椅普及从约12%增长到了60%左右。德国1993年出台相关法律后，其儿童安全座椅使用率达到95%左右。

而儿童安全座椅使用率提升也大大增强了儿童的安全性。据美国一项关于强制使用儿童座椅的立法研究显示，该法规的执行增加了13%儿童安全座椅的使用，减少了35%的道路交通死亡，降低了17%的其他伤害。德国从1991年到2018年，儿童交通安全事故死亡率降幅超过60%，呈直线下降趋势。

**产业发展仍待规范**

随着立法的逐步推行，儿童安全座椅行业也迎来发展红利。不过，目前国内行业仍鱼龙混杂，亟待规范。

国务院发展研究中心副研究员张晓欢表示，长期以来，我国是儿童安全座椅的生产大国，却是儿童安全座椅消费小国，除法律法规、安全意识和生活习惯等原因外，我国儿童安全座椅品牌体系建设相对薄弱，消费市场对国产儿童安全座椅品牌的信任度亟待提升。

国家市场监督管理总局2020年12月29日发布的针对儿童乘员用约束系统的抽查结果显示，5个省（市）34家企业生产的34批次机动车儿童乘员用约束系统产品当中，有5批次产品不合格，不合格发现率为14.7%，不合格项目涉及动态试验、标识、安装说明书和使用说明书。

赛迪研究院安全产业研究所相关专家分析认为，我国认证制度未能严格执行，安全座椅质量不合格、不稳定等情况也进一步削弱了消费者的使用意愿。一方面，目前儿童安全座椅市场秩序混乱，这在一定程度上加重了消费者的使用顾虑，进而对购买决策形成负面影响。

以上海市2019年针对儿童安全座椅的一项抽查为例，其在京东商城抽查的儿童安全座椅不合格检出率达41.7%。“从过去4年间市场监管部门公布的信息来看，有部分未通过认证的产品以次充好投入市场，尤其在销售占比超过40%的线上渠道，因平台履责和监管不到位，产品不合格率远高于平均水平。”上述专家表示。

另一方面，产业认证企业占比还很低。专家指出，截至2021年1月26日，我国企业名称或经营范围包含“儿童安全座椅”的企业数量达2485家（含生产及销售类企业），其中通过3C认证的儿童安全座椅生产厂家仅300余家，且这些企业大多由婴童用品厂商转型而来，设计制造和技术储备普遍较少，产品质量分化严重，品牌认可度低。“我国认证采取送检制度，通过认证的企业如果没有健全的生产一致性控制体系又过度追求降低成本，是很难保证批量生产商品的一致性的，很可能出现产品通过认证而抽检不合格现象。”

可以发现，目前儿童座椅行业中，一些小企业生产的产品虚假宣传、以次充好、以假乱真，扰乱了正常市场竞争秩序，严重损害了行业信誉和发展。

不过张晓欢认为，此次为未成年人配备儿童安全座椅“入法”，或能够加速儿童安全座椅市场的全面升级，迅速扩大市场规模的同时，有望催生一批具有较大市场影响力和国际竞争力的儿童安全座椅品牌。（国际商报08-20）

经济逐步复苏 需求持续增加

**中国机电产品进出口预计可实现两位数增长**

受益于全球经济逐步复苏以及外部需求的增加，今年以来，中国机电产品外贸延续高景气，计算机、手机、半导体、汽车、家电、光伏等重点机电产品的国际需求普遍增长。中国机电产品进出口商会行业发展部总监高士旺预计，2021年全年中国机电产品进出口额有望保持较快增长。

今年上半年，多个国际组织连续调高了全球经济增长的预期，如4月国际货币基金组织上调2021年全球经济增长预估值至6%；6月世界银行上调预估值至5.6%；摩根大通全球制造业PMI在5月达到56%，为近10年来最高水平。从产能利用率来看，发达国家生产端的修复接近完成，如5月美国制造业产能利用率为75.6%，与2019年12月持平；德国二季度制造业产能利用率为85.7%，与2019年一季度持平。

中国机电行业的产能规模和供应效率的优势在全球疫情反复的情况下更为显著。中国笔记本电脑、手机、灯具、微波炉等70余种商品的出口额占全球首位，另有200余种商品出口额列全球第二位。2600余个八位税则号中，约70%的商品可实现年度贸易顺差。中国是全球机电产品重要的生产和出口国，供应链相对完整、效率高且价格仍具比较优势。

尽管原材料价格、海运成本高企、汇率波动等因素仍困扰企业，但中国外贸进出口仍处于窗口期。“下半年为机电产品出口的传统旺季，虽然受基数影响增幅可能放缓，但全年来看，中国机电产品进出口额预计均能实现两位数增幅。”高士旺表示。

**进出口市场普增**

据海关总署统计，2021年前7个月，机电产品出口同比增长36.3%至1.06万亿元，进口同比增长28.9至6372.1亿美元，累计实现贸易顺差4255.2亿美元。

从各主要市场看，出口额均有较高涨幅，今年上半年，中国机电产品对“一带一路”国家出口额同比增长37.7%、对RCEP国家出口增长30.2%、对欧盟出口增长46%、对东盟出口增长33.6%。从出口目的地看，美国、日本、韩国、越南位居前列，对越南、荷兰的出口增幅甚至高于2019年同期。美国市场在中国机电产品出口恢复性增长中发挥了重要的带动作用。“今年上半年中国对美国出口机电产品中，其他增长突出的商品除了笔记本电脑、手机、平板电脑，还包括体育健身器材、电动玩具、视频游戏机、锂电池、灯具等。”高士旺表示。越南在中国前十位出口市场中增幅最大，主要受液晶显示板、锂离子蓄电池、集成电路（用作存储器）、手机零部件等产品带动。上半年，中国对印度机电出口扭转了去年以来的颓势，2020年中国机电出口前十大市场中唯一负增长的市场，同比增长63.4%，比2019年同期增长24.4%。

从进口来源地看，中国对日本和韩国的核心器件和设备进口依赖增强。韩国是中国集成电路进口的最主要来源地之一，产品结构以存储器为主。上半年中国自韩国进口集成电路393.8亿美元，占中国该产品进口总额的19.9%。另外，日韩也是中国进口半导体设备的主要来源地，合计份额为46.3%，该产品自美进口份额为17.5%。

**重点行业均实现高增长**

今年上半年，中国机电产品重点行业出口、进口增幅普遍达到两位数。出口方面，计算机产品、手机和集成电路为中国出口的前三大类机电产品，合计占同期机电产品出口份额的27.3%，拉动机电出口额增幅超8.8个百分点，受7月当月手机出口额同比下降9.2%的影响，以上产品前7个月出口拉动率降至7.8%。

国际数据公司IDC统计，第一季度全球个人计算机出货量同比增长55.2%，第二季度增长13.2%，增长有所放缓。分析其中的原因，高士旺表示：“由于去年4月和5月集中出货导致的高基数，使该产品今年4月出口额同比微增0.8%，5月同比下降3.9%，上半年累计出口额比2019年增长25.9%。”7月当月计算机产品出口213.7亿美元，同比增长11.6%，接近历史最高值。

数据显示，今年前7个月，中国手机出口749.4亿美元，同比增长25.6%，出口量同比增长9.4%至5.31亿部，两年平均增幅分别为13.7%和2.1%。中国集成电路出口额同比增长31.1%至797.8亿美元，连续第31个月正增长。中国汽车整车出口数量同比增长113.8%至111.1万辆，出口额同比增长119.8%至176.1亿美元。（国际商报08-25）

◎**会员风采**

**热烈祝贺盛威国际成立二十三周年！**

盛威国际控股（中国）有限公司成立于1998年，是全球安防领域保险箱行业的领航者之一。2021年8月18日，盛威国际迎来了成立二十三周年的纪念日，盛威家人们共同庆祝，盛威国际创始人徐普南先生真挚发言，满怀祝福。

上午8时18分，盛威家人代表们用最虔诚的盛威仪式共同庆祝了盛威国际的第23个生日。在核心员工代表的注目礼下，盛威旗帜随风飘扬。随后，倾注盛威梦想的盛威之歌铿锵嘹亮，响彻园区。

盛威家人代表们以庄严的盛威礼表达了对盛威平台的感恩之情，并以最真切的祝福愿盛威的明天更灿烂辉煌！

下午，盛威家人代表们共同为盛威成立二十三周年庆生。大家共唱祝福歌曲，心怀满满感动，愿盛威继续谱写勇往奋进的全新篇章！

附：

创始人寄语

盛威家人们：

大家早上好！今天是盛威成立二十三周年的生日！23年前，盛威在“三无”（无场地、无资金、无人员）的基础上，发心立志要建立一家伟大的企业，帮助和影响到2000万有缘盛威的人。

2003年，经过五年的奋斗，诞生了如今企业LOGO的设想。SAFEWELL——安全安心，就是卓越而伟大的企业英文复合词。因此，“创造安全，感受安心”成为了盛威的终生企业价值。我们就是要创造价值，给我们的家人、客户、合作伙伴、股东，乃至社会提供安全、安心，成为卓越而伟大的企业。

盛威发展至今，首先我要致敬全体前赴后继的盛威人。正是他们不畏艰险、不忘初心、砥砺前行、艰苦奋斗，才赢得了我们当下卓越的盛威平台。但更重要的是，盛威人仍保持着一颗持续前行、向上、向善的心。我们心中始终怀揣一个使命，就是帮助到我们身边人的同时影响到更多人，让他们的生活更加幸福、快乐！

23年的拼搏奋进，23年的历久弥新，我们进入到了2021年。后疫情时代，我们更是迎来了盛威涅槃重生、脱胎换骨的新盛威时代。并且，后疫情时代将迎来经济的快速回暖，国家对“精，特，亮”的行业头部企业也将给予重大扶持。因此，盛威作为世界保险箱行业的领航者之一，也不允许按下暂停键。我们将更上一层楼，犹如鹰王重生般展现出雄鹰展翅翱翔的新姿态。

盛威新时代是发挥平台作用的时代，也是自我绽放的时代。正如盛威之歌中所描绘的那样：“要让所有盛威家人满怀梦想来到盛威，让亲人更加幸福，让自己的生命发光。”盛威的新时代是属于所有有梦想、有年轻心态、愿意拼搏、有雄心壮志的年轻人的，平台将给予他们引领与力量。

从今天起，我们将继续乘风起航、凝心聚力、赢变创新，做强我们的新盛威！并时刻备战、积极迎战，用赢的心态去应变、拥抱、创新，努力抓住新盛威平台给予的每一个机会。我们要与时俱进、你追我赶，去抢抓当下机遇。面对一切困难与挑战，“相信相信的力量”，一体同心、拼命一体、一体拼命！为创建真正属于我们自己的新时代而披荆斩棘、勇往直前，进而强我盛威，佑我中华！

最后祝福我们全体盛威人及家人家庭幸福，身体健康！

**慈溪进出口公司：**

**深耕国内外市场，建设高水平外综服平台**

宁波市慈溪进出口控股有限公司是一家专业从事进出口贸易的外贸综合服务企业，主要经营家电电子、轴承汽配、五金水暖、轻工工艺、纺织服装五大类产品，与全球120多个国家和地区有贸易往来。旗下的“慈溪外贸”公共服务平台立足慈溪，为长三角地区中小微企业提供通关、物流、退税、结算、信保等一站式服务。

**创新研发蓄势聚能**

**持续提升核心竞争力**

慈溪进出口公司注重产品研发，凭借过硬的产品质量、先进的技术优势深受国内外客户青睐。近年来，在充分调研国内外市场需求的基础上，通过与专业设计团队的合作，研发的高铁轨道打磨轴承组、细菌培养器轴承，赢得了国内外市场和客户的认可和信赖，实现内外销“比翼双飞”；研发的真空米桶、仿真加湿器、直流变频空所循环扇等产品，通过3D打印、验证、市场探索等环节，实现外观设计新颖、功能大幅提升，深受消费者好评。

**数字赋能转型升级**

**着力构建内外贸一体化**

慈溪进出口公司聚焦平台企业一体化经营需求，通过阿里巴巴、亚马逊、云广交会、中国机电商会云展览等电子商务平台，融合电商优势、数字经济势能，实现内外贸产品多渠道销售，以团队专业性强、反应快速、灵活、货源基地建设强大、产品精通等优势，助力企业实现内外贸市场顺滑切换。2019年实现国内销售额1.5亿元，同比增长50%，2020年达到2.7亿元，同比增长80%。

**服务体系拓辐增新**

**加快开拓市场多元化**

慈溪进出口公司通过打造基于本土市场的内外贸一体化生态环境，实现平台企业在业务布局、模式创新、业务开拓、产品研发、供应链打造、团队建设等方面的内化，既帮助来自全球各地的客商嫁接生产和销售能力，提供质优价美的商品，放大他们的品牌梦想，又帮助平台企业嫁接优质品牌和渠道，把产品品牌化，并推广到世界各地。

未来，慈溪进出口公司将专注于平台建设，力争打造成有实力、资质优良、经营模式创新、管理规范、区域性有重大影响力的外贸综合服务企业，助力企业打通全球产销双循环，不断提高“全球买、全球造、全球卖”的运营能力，真正实现“宁波制造”产品的内外贸一体化发展。