◎**甬经动态**

**前8个月外贸进出口额增长23.6%**

宁波单月进出口值连续16个月实现正增长

宁波海关近日发布数据显示，今年前8个月，宁波外贸进出口总额达7635.5亿元，同比增长23.6%。其中，出口额4872.8亿元，同比增长20.7%；进口额2762.7亿元，同比增长29.2%。

“取得这一成绩实属不易。在科学精准的常态化疫情防控下，宁波经济持续稳中向好，外贸进出口在疫情考验下呈稳中加固态势。”宁波海关相关负责人表示，单看8月份，宁波进出口额依旧超过1000亿元，同比增长13.5%，这也意味着，自去年5月以来，宁波单月进出口值已连续16个月实现正增长。

具体来看，民营企业作为进出口主力军，持续拉动宁波外贸发展。据统计，今年1月至8月，宁波民营企业进出口额5375亿元，同比增长22.9%，占同期全市进出口总额的70.4%。尤其我市一批“专精特新”企业参与度高、灵活性强，已成为宁波外贸发展活力稳步提升的重要来源。

欧盟、美国和东盟依旧是宁波前三大贸易伙伴。1月至8月，宁波对欧盟、美国和东盟的进出口额分别为1347.7亿元、1324.4亿元和812.7亿元，同比增长21.5%、24.3%和18.6%，三者合计占同期我市外贸总值的45.6%。值得注意的是，同期宁波对“一带一路”沿线国家进出口额2117.4亿元，同比增长23.9%，已占到同期宁波市进出口总值的27.7%。

从商品类别上看，机电产品为我市主要出口商品，出口额2796.3亿元，同比增长28.5%，占全市出口总额的57.4%。进口方面，金属矿及矿砂进口额大幅增长，进口额达339.3亿元，同比增长69.9%。（宁波日报09-12）

**宁波进出口总值连续16个月正增长后**

**一线外贸再迎“大考”**

一场秋雨延绵多日，宁波天气明显转凉。

9月15日，看着沪铝指数那道陡峭的红，宁波五谷金属制品有限公司负责人黄和钦有些疲惫，“原材料已经涨疯了，铝锭价格创下2008年以来新高，海运费也在节节攀升。眼下企业只有在提升产品构造、增加技术含量上下功夫，努力提高竞争优势。”

尽管当前宁波进出口总值已经连续16个月实现正增长，贸易额连创历史新高，但圈内人都意识到，“热闹”之下，隐忧重重。

疫情形势依然严峻，全球经济复苏存在不确定性。在日前举行的国新办新闻发布会上，商务部部长王文涛指出，下一步，中国外贸增长将逐步放缓，明年的外贸形势可能很严峻。

一直“亮眼”的宁波外贸，也即将迎来一次“大考”。

**三大考验海运、成本与订单**

春江水暖鸭先知，水寒亦然。

“截至目前，全国进出口总值连续14个月正增长，宁波则是连续16个月正增长，这说明我们复苏得更快、更早；相应地，当外部形势严峻的时候，身处开放一线的宁波，也可能更早迎来考验。”市商务局局长张延说，今年1月到8月，我市进出口额、出口额、进口额均创下历史同期新高。进出口规模占到全国的3.08%，比去年底提升了0.04个百分点。成绩有目共睹，但一个不容忽视的事实是：高歌猛进之下，大部分外贸企业的日子其实并不好过，“赔钱赚吆喝”也大有人在。

近期，我市对年进出口额超1000万美元的1982家重点外贸企业进行了统计监测。结果显示，63%的企业反映订舱难已成常态：过去从宁波到美国东部的海运周期只需30天，现在已经延长到平均90天，甚至120天。“一箱难求”下，运价也持续走高，宁波到美国东部的集装箱运价已经突破2万美元/TEU，比去年9月上涨了近1.5万美元/TEU。与之形成鲜明对比的是，我市外贸企业出口货物单箱平均货值不到3万美元。

货值几乎与运价相当。加之8月份以来，疫情、台风等因素叠加，影响了港口及各大码头、堆场、仓库作业，本就脆弱的海运供需更是雪上加霜，企业进退两难。

再看成本。今年以来，大宗商品价格大幅上涨，5、6、7月份PPI同比分别上涨9%、8.8%和9%。前天，国家统计局公布最新数据，8月份PPI同比上涨9.5%，已创下了13年以来的新高。

“在慈溪、余姚，家电企业普遍反映原材料成本增长了20%至30%，但对下游客户只能涨价10%左右，中间的差额需要企业自身消化。”张延说，上游涨价，下游压价，买方市场下，价格传导变得非常困难，外贸企业被夹在了“三明治”的中间。

9月13日，人民币对美元汇率中间价一度升破6.45，创3年来新高，一年内升幅超过12%。反观我市服装、纺织、制鞋、家具等行业，规模以上工业企业利润率仅有4%至6%。人民币对美元汇率大幅升值，直接覆盖企业所有利润，弱化我市出口竞争优势。

世贸通、慈溪进出口等外贸综合服务平台统计显示，在这样的形势下，由于大量中小微企业议价能力较弱，客户渠道较窄，当前易受上游涨价和下游压价两头挤压，企业新接的订单往往无利润甚至亏损，不少中小微企业无奈选择不接单、少接单。

不敢接单的同时，更大的考验还来自订单流失。

去年以来，由于我国率先控制住疫情，全球需求向我国倾斜，海外订单像雪花般飞来，推动了我国出口持续高增长。但在当前，疫情变化使防疫物资出口需求量大幅下降，欧美等发达经济体启动重新开放计划，收窄了“宅经济”需求，家用电器、家具等耐用品出口增速正逐渐回落。海外客户近岸采购趋势也更加明显，采访中，不少企业反映，由于运价上涨抵消了原有的成本优势，一些欧洲客户已将部分订单就近转移到保加利亚等东欧国家。

**政府接招宁波实践，松绑赋能**

岁不寒无以知松柏，事不难无以知君子。困难普遍存在，但我们也不必太过悲观。

基于对国际经贸形势的科学研判，从去年下半年开始，中央多次强调要稳住外资外贸基本盘，即便是在外贸形势整体向好的情况下，有关部门也从提高贸易便利化水平、促进外贸新业态发展等方面持续发力，不断推动外贸行业转型发展。

今年7月，国务院办公厅出台《关于加快发展外贸新业态新模式的意见》。相关部委也在积极推动各类业态融合发展，外贸功能集成联动，累计出台近200项改革措施，持续为新业态新模式松绑赋能。

**以跨境电商为例，作为当前发展速度最快、潜力最大、带动作用**

最强的一种外贸新业态，商务部出台了多项支持措施。我市推出宁波细则，进一步推动跨境电商创新突破。今年，我市新增7个省级公共海外仓，现有海外仓210个，面积250.2万平方米，分别占全国的1/9和1/6。前7个月，我市实现跨境电商进出口额1022.4亿元，增长28.4%，继续位居全国前列。

对于令各方头疼的海运问题，商务部已会同交通运输部、工业和信息化部、国家市场监管总局等，在增加集装箱供应、提升海运运力、加强国际合作等方面采取措施。

在宁波，相关部门主动出击，一些好的实践已经落地。8月10日，“致远洛杉矶”货轮驶离宁波舟山港码头，标志着宁波直达美国洛杉矶的“鄞贸－洛杉矶”快航航线正式运营，一直为出货难发愁的宁波喜时达进出口公司总经理谢文浩终于松了口气。

小船快速直达，破解物流痛点。“通常我们说的远洋巨轮是1万TEU甚至2万TEU集装箱船，这么大的装载量注定了货轮需要在沿岸多个港口停靠，耗时费力。”业内人士指出，快航航线则不然，只需集合企业需求，向船公司争取装载量为2000TEU左右的小集装箱船，以联合包船形式，实现点对点发货。由于没有中途靠港，大大缩短了行程。

记者了解到，目前，在市委市政府的高度关注下，一整套破解外贸企业物流瓶颈的“宁波方案”已经酝酿成型——

“具体将围绕扩货源、促谈判、本土化及去中间化这4个方面展开。”政策起草人、市商务局相关负责人向记者透露。

扩货源，指我市将推广创新单港靠单港的中美快船直达模式，组织发动相关协会和外贸企业，确保相对集聚稳定的货源。提升快船在国内港口之间的装卸作业等便利化程度，为其提供绿色通道。

促谈判，重点在于组织外贸企业抱团与航运企业集体谈判。依托全市外贸龙头企业，探索组建外贸企业海运联盟。举行海运供需对接会，由联盟与船公司、货代企业开展量价平衡谈判，争取以量换价。

本土化，即加快建设本土航运快线，建立自己的航运队伍，提供基本的运力保障。尤其是针对我市外贸企业欧美市场出口集中度高、集装箱需求大的情况，依托本市航运企业优先发展1000TEU至3000TEU的远洋快线。

去中间化，指引导重点货代企业根据不同贸易条款进行前瞻性谋划和研究，支持更多外贸企业出口采用CIF条款。“现在我市一些头部外贸企业，比如豪雅、遨森，均采用了CIF条款。这样做的好处在于，跳过物流中间环节，与船公司签订直接合同，对货权的掌控度也更高。”市商务局相关负责人指出，这也是外贸企业下步的发展方向。

**“熊”来了你必须跑得比对手快**

对全市2万多家外贸企业来说，这样的“大考”，其实可以换算成一个更简单的博弈题：“熊”来了，你必须比对手跑得快！

走进宁波五谷金属制品有限公司的“浙江省企业记忆之窗”,时光仿佛闪回到改革开放初期：从1981年创业时的第一台冲床，到车间下线的第一个铝制水壶，再到1994年首次赴广交会的临时进馆证……一件件带着历史印记的藏品，无声地诉说着企业勇闯世界的峥嵘岁月。

9月16日，这里又迎来一件最新“物证”，由浙江省品牌建设联合会印发的关于批准发布“品字标”团体标准《商用铝合金深锅》的通知。作为这一标准的起草方，五谷的制造实力得到了官方背书。

从最初贴牌的“小打小闹”，到自主创牌的“大刀阔斧”，再到作为行业龙头参与制定“品字标”标准，负责人黄和钦坦言，创业40年，大大小小的考验经历了不少。但关关难过关关过，正是这些宝贵经历，帮助企业不断提升竞争力，超越了对手，也实现了自身的跨越。

40年，彼时的辉煌与经验，转化为此时的收获与启示。

黄和钦说，今年初，公司就确定了17个目标任务，除了申报“品字标”、实现年销售额1.5亿元，还有打造国家级“小巨人”培育企业、省级“隐形冠军”企业等，现在正按计划持续推进中。

放眼全市，转型升级始终是宁波外贸的关键词。今年以来，我市新增4个国家级外贸转型升级基地，获批“浙江出口名牌”83个，均位居全省第一。积极培育外贸新增长点，获批新型离岸国际贸易试点，出台服务贸易创新发展举措，在自贸片区推进二手车出口试点。促进内外贸一体化发展，在全省率先出台《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）》，筹划“外贸优品汇、扮靓步行街”出口产品转内销系列活动，目前已有15家企业获评全省首批双循环“领跑者”企业。

9月15日，新版《中非经贸合作案例方案》发布，宁波中策动力机电集团有限公司的新型光电互补电站名列其中，这是该公司继去年尼日利亚综合能源项目入选中非经贸合作案例后，在非洲大陆的又一个典型实践。“得益于坚持自主品牌，创新驱动，这两年来公司得到长足发展，尤其是动力装备方面增长了50%，海外业务也持续稳定增长。比如新入选的项目中，把光柴互补作为独立主电源，这还是全球首例，未来有很大的市场空间和社会效益。”负责人吴杰告诉记者。

凡益之道，与时偕行。面对新一轮的“大考”，我们相信，火热的码头边，有外贸企业面对艰难时一以贯之的勇毅与笃行！(宁波日报09-17)

**宁波梅山综保区跨境出口海外仓启动**

9月8日，随着一票价值3.5万美元的家用电器获梅山海关放行出口，宁波梅山综合保税区跨境出口海外仓（1210申报模式）业务正式落地启动。

跨境出口1210模式，即跨境电商特殊区域出口海外仓零售模式。在该业务模式下，企业将商品批量出口至海关特殊监管区域，海关对其实行账册管理，企业在区域内完成理货拼箱后，以海关1210监管方式批量出口至已备案的海外仓，通过电子商务平台完成零售后再将商品从海外仓送达境外消费者。

据介绍，跨境出口1210模式具有以下特点：入区即退税，缩短了企业资金运转周期；货物批量入区、集货出口，降低了企业物流成本；跨境电商出口退货渠道畅通，商品“出得去、退得回”，解决了企业后顾之忧。

近年来，宁波梅山综合保税区跨境出口业务发展迅猛。以宁波亚集物流有限公司为例，该企业是国际电商巨头亚马逊在梅山综保区全球前置仓项目的运营方，今年上半年，亚集物流货物进出仓量达到80万立方米，同比增长150%，出口额同比增长240%，2021年全年出口额预计有3亿美元。“我们的发展，得益于梅山海关的政策支持和业务指导，得益于梅山良好的口岸环境。”亚集物流相关负责人表示。

今年以来，梅山海关以梅山综合保税区新业态发展需要为导向，主动对接区内跨境电商出口企业，引导企业用好用足政策红利，提前理顺业务流程，打通办理渠道，保证企业备案、申报全流程无障碍开展。同时，充分发挥跨境电商退货试点海关政策优势，打通跨境电商出口退货通道。（宁波日报09-08）

**宁波舟山港北仑港区通用泊位改造工程**

**通过竣工验收**

9月9日，宁波舟山港北仑港区通用泊位改造工程通过竣工验收，世界第一大港再添一个10万吨级集装箱专用泊位。

北仑港区位于金塘水道南岸，西起算山码头，东至穿山港西口，岸线全长9公里多。北仑港区通用泊位位于北仑矿石中转码头西侧150米，在北仑二期集装箱码头与矿石中转码头之间。

该工程将原5万吨级通用泊位改建成1座10万吨级集装箱专用泊位，码头年设计通过能力63.6万标准箱。陆域利用原堆场改建，并对铁路线进行适当延长。改造后，堆场年设计通过能力81.7万标准箱，铁路设计通过能力43.2万标准箱。

工程建设总投资8.93亿元，于2018年12月开工，2020年10月完工。

该工程改造完成后，将成为北仑港区集装箱规模化作业的重要补充载体，进一步提升北仑港区千万级集装箱能力建设，助推集装箱海铁联运的发展，对打造浙江海洋经济发展示范区、建设“一带一路”均具有重要意义。（宁波日报09-10）

◎**协会活动**

**协会召开部分会员企业座谈会**

2021年9月27日下午，宁波市外经贸企业协会（宁波进出口商会）在无戒茶空间召开了部分会员企业座谈会。宁兴恒骐、三益生物、海洋纺织品、华光电器、万合进出口、港港美进出口、拉帝司日用品等外贸企业参会，同时也邀请了富通天下、迅迪企业咨询、世茂企业咨询等服务平台和泽世货代、探索者物流等物流企业出席此次座谈会。

会议由协会池俏瑜秘书长主持。

各与会企业代表在会上针对当前在经营过程中遇到的问题进行了交流。

**一是物流问题。**今年以来海运费飞涨，还有开港和截单的时间差以及落箱等导致的各类费用增加；码头拥堵，订舱难，进仓难。化工产品出口配套较为薄弱，缺少危险品仓库和物流，货物主要在上海储存，但上海仓库费用也不断上涨，造成资金的直接损失。

**二是渠道问题。**疫情以来，企业参加的各类线上线下展会整体效果欠佳。投放的阿里巴巴国际站等平台也收效甚微，大客户少、订单小，且难以分辨真实客户。

**三是融资问题。**由于各类问题导致销售周期延长，进而导致收汇慢、融资难。银行条条框框较多，如遇到敏感国家的汇款，银行会“卡脖子”，希望能够加强和银行的沟通工作。

**四是其他问题。**新出台的限电政策会对工厂产能造成一定的影响。

泽世货代的李成雨业务总监为与会代表带来了好消息：由于国家限电限产措施的出台，以及船公司开始采取措施打击黄牛倒卖舱柜的非法行为，海运市场将逐渐回归平衡状态。针对外贸企业遇到的订舱难问题，李总监表示，其实难的不是订舱，而是要订便宜的舱位难。建议公司内部要有更专业的单证和物流人员，或咨询专业的航线代理，做出更好的预判，提前订舱。李总监同时也给企业在货运风险规避方面支了招，由于签订CIF、DDP等长期固定运费的协议具有一定风险，建议企业上浮一定比例报价，或请国外客户选择货代，转移风险。此外，根据企业提到开港截单时间差问题，是因为船公司的准班率下降造成开港和截单的时间差，这可与码头协商，申请晚截单，建议由政府或协会出面更佳。

针对企业提出的渠道问题，池俏瑜秘书长指出，由于疫情原因，展览业受到了前所未有的冲击。以目前的情况来看，3-5年内境外展仍然难以开展。政府也出台了相关出展政策，通过线上对接方式帮助企业开拓新市场，建议企业可以多关注。同时，协会目前正在筹备的联合国采购大会也是一个很好的拓展市场的机会。

座谈会还邀请到了前阿里巴巴国际站宁波分公司区域经理吴向进先生到会分享。吴经理向与会代表介绍了自己经验，提出了跨境电商运营的“八字秘诀”：一是选品，吴经理表示宁波的产品做跨境市场没有问题，但需要注意产品是否有竞争力，交货时间能否及时；二是基建，视觉经济背景下，外贸企业应注重视觉效应，包括产品图片和短视频；三是流量，企业首先要舍得花钱买关键词，既然选择了平台就要遵循规则、吃透规则，其次，钱要花在刀刃上，选择优势供应链的产品作为搜索关键词，同时也要注重未来的曝光量，善于利用采购经验超前选择关键词；四是转化，重视人才，舍得为人才提供有竞争力的薪资和完善的配套与平台。针对渠道问题，吴经理表示大客户主要集中在阿里国际站、中国制造网、环球资源等传统平台，其中Google、Facebook搜索引擎拥有将近80%的客户信息，以及广交会等线下涉外展，只要用好其中一到两个渠道，就能掌握足够的大客户资源。

最后，池俏瑜秘书长感谢各位会员企业代表拨冗参加此次座谈会，协会将大家提出的问题与建议进行整理汇总，上报给相关部门，持续为企业做好排忧解难的工作。

**协会协调组织2021中国宁波外贸全球数字营销峰会**

9月24日下午，在宁波市商务局、宁波市贸促会、宁波市工商联的指导下，由全球贸易通集团主办，宁波市外经贸企业协会（宁波进出口商会）等部门协办的2021中国宁波外贸全球数字营销峰会在泛太平洋酒店隆重召开。宁波市政协副主席、民建浙江省委员会副主委、民建宁波市委会主委张明华，宁波市商务局副书记、副局长陈利珍，宁波市工商联副主席、民盟副主委石兰，宁波市贸促会副会长叶华育等领导出席了此次大会。

会议聚焦“数字营销助力品牌出海”这一主题，共商共议在全球贸易时代的背景下，外贸企业如何利用数字化营销方式拓展海外市场。

陈利珍副书记在讲话中指出，今年上半年宁波外贸成绩斐然，表现出进出口商品结构持续优化、机电产品出口不断增长、国际市场布局多元化等特点。面对海运费、大宗商品价格上涨等问题，宁波市政府从各方面发力，形成了一整套破解外贸痛点的“宁波方案”。当前，转型升级已经成为关键词，未来宁波外贸会继续加快数字化转型，助力完成“225双亿”目标，促进外贸发展更上一层楼。

国家商务部专家委员会委员、中国国际贸易研究会主任委员、 APEC跨境电商研究中心主任、对外经济贸易大学教授王健，浙江清华长三角研究院宁波分院大数据人工智能中心品牌战略总监闫明分别对数字贸易的主旨以及“数字大脑”的概念进行了深入交流分享；Google大中华区新客户部区域总监樊纾女士就“后疫情时代，中国外贸出口的机遇与挑战”进行了主题分享。

全球贸易通商学院高级讲师瞿雪林先生就峰会主题“数字营销助力企业品牌出海”，全球贸易通研究院SEO专家组组长谢恒凯先生就“外贸精准营销利器：Google SEO最新算法及站链策略”，全球贸易通研究院专家组成员，数字营销平台产品经理石峰先生就主题“AI数据挖掘助力外贸精准获客和精准营销”进行了演讲。

峰会的最后环节，由宁波市贸促会叶华育副会长主持的圆桌论坛中，我会会长刘建平、贝发集团董事长邱智铭、全球贸易通总裁陈建旭、中信保宁波分公司孟祥龙、宁兴集团宁兴云总经理郑海波、畅想软件总裁夏建峰、凯越国贸董事总经理庄惠强、三寅卫浴科技总经理陈剑等嘉宾齐聚一堂，共商共议外贸企业营销数字化转型之道。

论坛中，刘建平会长就这一话题提出了自己的认识和建议。他认为，数字化转型是一个系统的工程，应该从技术、管理、人才等各个方面渗透。同时建议外贸企业应该根据自身行业特点、产品特性、发展阶段，分步骤、分阶段地实施数字化转型，并借助外综服平台的数据库，提出自己的数字化解决方案。

此次峰会行业大咖和外贸企业的精英同台论道，给宁波外贸企业对于如何解决“营销获客”这个痛点、如何持续发展，如何对客户的精细化管理、如何精准的获取商机、如何乘上数字营销风口，带来了新思路，为助力宁波外贸企业品牌出海提供新的发展方向。联合各界力量，共同推进宁波外贸发展，打造合作共赢的外贸产业生态。

会后，刘建平会长还接受了浙江经视的采访。

**协会召开《资本机遇》顶层设计私董会**

9月27日下午，宁波市外经贸企业协会（宁波进出口商会）联合广东天成资本宁波致合企业管理咨询有限公司在无戒茶空间召开《资本机遇》顶层设计私董会，10家相关企业代表参会。

此次私董会主要面向有股权投资、融资上市需求的企业，由天成资本集团商学院投融导师夏导授课，内容围绕股权保护、股权溢价、股权投融、财富离岸等领域，分享股权资本知识，助力企业顺利进入资本市场。

会上，夏导老师首先从当前商业机遇的变革切入话题，明确了拥有资本思维的重要性，指出应通过国家政策导向及产业发展方向来调整赛道，设计值钱企业，如当前国家大力支持的战略性新兴产业；同时详细介绍了溢价经营和资本运作的概念，以及企业如何进行资本路径设计；最后夏导老师分享了康华生物、奥云数据、泰迪熊集团等企业成功融资上市的案例，让现场的企业家运用所学的资本思维,重新审视企业经营发展道路，布局企业未来。

最后，夏导老师对协会的安排以及现场企业代表的聆听表示由衷的感谢，并祝愿宁波市有更多优质企业走进资本主义市场，成功上市，也希望天成资本能为宁波企业家做出更好的服务。

聆听完夏导老师的《资本机遇》分享后，参训企业代表表示受益匪浅，不仅对资本市场有了更深刻的理解，还提升了资本思维。会后，部分企业就相关问题与夏导老师做了进一步的交流。

◎**热点聚焦**

**中方正式提出申请加入**

**《全面与进步跨太平洋伙伴关系协定》（CPTPP）**

9月16日，中国商务部部长王文涛向《全面与进步跨太平洋伙伴关系协定》（CPTPP）保存方新西兰贸易与出口增长部长奥康纳提交了中国正式申请加入CPTPP的书面信函。两国部长还举行了电话会议，就中方正式申请加入的有关后续工作进行了沟通。（商务部）

**圣诞出货季中国外贸出口反弹 企业成本持续高企**

时值圣诞出货季，8月的中国外贸，尤其是出口正在大幅反弹。

海关总署9月7日公布的数据显示，8月份，中国进出口总值3.43万亿元，同比增长18.9%，其中，出口1.9万亿元，同比增长15.7%，进口1.53万亿元，同比增长23.1%；而在上月，中国进出口、出口、进口的增速分别为11.5%、8.1%、16.1%。

受访专家指出，这一方面是因为8月进入圣诞出货高峰期，外部需求保持强劲；另一方面，近期越南等东南亚地区的工厂再度出现大面积停工，导致部分外贸订单回流。有分析称，今年中国外贸有可能实现两位数增长，提前完成“十四五”规划目标。

不过，中国外贸强势增长的背后也面临着三方面的隐忧：一是防疫物资等出口明显回落，二是随着海外及周边国家的恢复，贸易替代效应可持续性堪忧，三是外贸海运、原材料、汇率、人力等成本仍然居高不下，挤压了外贸企业的利润。

**外贸反弹，今年或提前完成“十四五”目标**

海关数据显示，8月份，我国进出口总值3.43万亿元，同比增长18.9%，环比增长5%。其中，出口1.9万亿元，同比增长15.7%，环比增长4.9%；进口1.53万亿元，同比增长23.1%，环比增长5.1%；贸易顺差3763.1亿元，同比减少6.8%。

相比7月份，中国进出口、出口、进口的同比增速分别反弹了7.4、7.6、7个百分点。

光大银行分析师周茂华表示，8月中国外贸表现超预期，反映全球需求仍处于扩张复苏的轨道。其中出口明显好于预期和前值，当月机电产品、高新技术产品、服装、汽车等商品出口保持强劲增长，抵消了包括口罩在内纺织品出口的下滑。

他认为，这一方面是因为随着疫苗的推广和全球内需支持政策的出台，海外市场对非必需商品需求依旧旺盛；另一方面，国内疫情防控得当，制造业配套能力较强，保障了生产。

商务部研究院国际市场研究所副所长白明指出，8月外贸明显反弹，首先是因为当月本来就是圣诞出货高峰季；更重要的是，8月越南等东南亚生产基地疫情迅速升级，大量工厂关闭，使得订单再度向疫情防控较好的中国转移。

“胡志明市的工厂7月还在加班生产，到了8月却大面积关闭。东南亚的工厂大部分都是跨国公司或中国公司设立的，后者往往在中国也有工厂，所以订单可以迅速转向国内。”

红塔证券研究所所长、首席经济学家李奇霖同样认为，新一轮疫情对东南亚等发展中国家的影响更为明显，使得海外供给的恢复进程受阻，这缓解了中国供给端的压力，带来出口的超预期上行。

他指出，目前越南每日新增人数已超1万人，死亡率也快速上升到了2.5%，马来西亚每日新增则超过了2万人。越南、马来西亚等多地封城，生产受到了明显影响。相应地，这些国家的出口也出现大幅回落。比如8月当月，越南出口同比增速为-1.13%，前值为17.39%；7月马来西亚出口同比5.14%，前值为27.22%。

数据显示，由于防疫封锁措施造成工厂停工或减产，8月份，越南、泰国、菲律宾、马来西亚、印尼的制造业PMI都处于萎缩区间，其中越南制造业PMI已从7月的45.1再下降至40.2，连续第三个月衰退，泰国的制造业PMI数据从48.7跌至48.3。菲律宾则从50.4跌至46.4，均创2020年2季度以来的新低。

而在需求端，李奇霖表示，一方面，海外疫情的爆发也使得防疫物资的出口环比再次回升，对出口的拖累明显减弱。8月纺织纱线、织物及制品出口同比下降14.9%，上月为-26.8%；医疗仪器及器械出口同比增长17.9%，上月为-17.1%。

另一方面，海外企业正在为开学季、圣诞节备货，8月箱包及类似容器当月同比增长48.2%，前值为31.7%；玩具当月同比增长31%，前值为14.4%。

展望四季度，周茂华预计，年内中国外贸出口增速或将趋缓，但仍保持较高景气度。一方面，全球经济保持复苏，国内外贸出口韧性十足；另一方面，基数正在抬高，疫情仍在扩散，大宗商品价格维持高位，供给瓶颈及物流受阻都会对外贸构成拖累。

在近日的服贸会上，海关总署研究中心主任万中心预计，今年中国货物贸易不论同比，还是相较2019年，都有望实现两位数增长，达到5.1万亿美元。这意味着在“十四五”开局第一年，中国有望提前完成货物贸易的“十四五”目标。届时，中国货物贸易的国际市场份额将进一步提升至15%左右。

**“一次性利好”渐退，未来形势不容乐观**

白明指出，尽管8月数据喜人，但从中长期看，中国外贸也面临着三方面的隐忧：一是防疫物资等出口明显回落，二是随着海外及周边国家的恢复，贸易替代效应可持续性堪忧，三是外贸海运、原材料、汇率成本持续高企，挤压了外贸企业利润。

尽管8月防疫物资出口环比有所回升，但该品类去年增长过快，今年二季度以来，陷入负增长的该品类一直是外贸的拖累项，前8月包括口罩在内的纺织品6008.3亿元，下降了18.4%，“去年的疫情为防疫物资的出口带来了大量的恐慌性需求，透支了未来的需求；同时海外供给也明显改善，未来可能需要相当长一段时间来消化现有的库存。”

同时，尽管8月部分东南亚订单转移到了中国，但能否留住这部分订单存在较大的不确定性。白明指出，以劳动密集型产品为主的这部分订单对于成本高度敏感，虽然疫情期间依赖中国供给，但随着疫情的放缓，海外供给缺口整体上会呈现收窄趋势。

李奇霖指出，拉动这一轮出口的一个重要原因是海外宽松的货币政策，在财政大放水的情况下，居民的需求旺盛。但是美国此前每周300美元的财政失业补贴如今正式退出。补助退出叠加目前疫情影响尚在，8月美国密歇根大学消费信心指数从7月的81.2下滑到了70.3，因而他预计，后续出口会呈现缓慢回落的态势。

在白明看来，随着上述“一次性利好”因素的退出，中国外贸形势难言乐观。

中国官方对此也保持着清醒的态度。在8月23日的国新办新闻发布会上，商务部部长王文涛指出，今年外贸的强劲背后有很多“一次性因素”，比如周边地区疫情加剧造成订单回流中国，防疫物资出口量剧增等，这些“一次性因素”正在逐步消退，下半年以来外贸增速正逐步放缓，“明年的外贸形势可能很严峻”。

王文涛指出，当前中国外贸企业普遍面临着运力不足、运费高涨，大宗商品、原材料价格上涨，人民币汇率升值，劳动力成本上升的“四难”问题。

**企业成本居高不下，圣诞出货遭遇海运难**

事实上，近期不少外贸企业反映，由于国际物流价格疯涨且拥堵不堪，今年不少圣诞订单难以按时交货。

商务部新闻发言人高峰8月底就此回应称，每年6-8月是圣诞用品出货高峰期，但今年考虑到海运滞港风险，海外客户普遍通过线上看货和签单的方式提前下单。部分订单已较往年提早出运、完成交货，但也有部分订单由于订舱困难或运费过高，积压在国内仓库，给企业经营带来压力。

9月3日公布的中国出口集装箱运价指数已高达3097.58，继续创出历史新高。而中国到美东航线40英尺标准集装箱的海运价格已突破2万美元，同比上涨了5倍。

目前全球在运营集装箱海运运力达2400万TEU，集装箱达到4800万TEU，上半年中国到北美、欧洲的运力增长了55%、30%，然而“一船难求、一箱难求”依旧愈演愈烈。

交通部水运科学研究院副院长贾大山指出，和2019年比，今年全球海运需求有望增长1％，集装箱增长5％，而运力规模与集装箱供给规模分别增长7.1％和7.4％，船队规模增速明显快于运量增长，然而运价却仍在大幅上涨。在他看来，集装箱船租金、海员成本、中介费用、油价上升都推动了海运成本的激增。

在广州港集团副总经理宋小明看来，运力不足的根本原因在于由塞港、海员短缺带来的运力效率低下。他介绍，目前欧洲基本港平均塞港时间3~5天，美西港口10~12天，美东港口大概7天，近期盐田港、宁波港等亚洲港口也陆续出现塞港。目前国际海员共有180万人，中国的国际海员大概是80万人，最近韩国等地区海员、码头工人、司机持续罢工，港口工人与海员出现阶段性短缺。

此外，他强调，要警惕货代层层涨价，推高整个海运价格的问题，“像到美国的话，航运公司也就报价5000~6000美元，但市场上可以涨到2万美元，这主要是因为中间货代的层层加成。”

针对外贸企业普遍面临的成本高企问题，宋小明认为，外贸出口企业可考虑调涨销售价格。“我们跟很多外贸企业有沟通，他们卖到欧美的商品物美价廉，价格非常便宜，他们的价格是有很大上涨空间的。”

白明则指出，外贸企业大多是中小企业，在物流上很难绕过货代环节，尤其是在运力严重不足的当下；而关于商品涨价，这需要与进口商做艰难的谈判，而且面临着丢失客户的风险。（21世纪经济报道09-08）

**商务部：将有序扩大二手车出口**

在9月16日举行的商务部例行新闻发布会上，新闻发言人束珏婷说，近年来，中国汽车质量、技术、品牌、服务水平不断提升，国际竞争力逐步增强，出口增长较快。

据海关统计，今年1-8月汽车出口131.8万辆，同比增长117.5%，金额1377亿元，增长111.1%，超过去年全年水平，均创同期历史新高。

束珏婷表示，中国汽车出口快速增长主要受三方面因素拉动：一是全球汽车市场回暖。受新冠肺炎疫情影响，去年全球汽车销量下降13%，今年以来恢复性增长。据世界汽车组织（OICA)统计，今年上半年全球汽车销量3560.4万辆，同比增长28.2%。

二是新能源汽车出口带动作用明显。自主品牌企业加大力度推出新能源车型，部分外资企业加大在华投资力度，打造新能源汽车出口基地。据汽车工业协会统计，1-8月中国新能源汽车出口17.3万辆，同比增长4.5倍，对汽车出口增长的贡献约20%。

三是中国汽车企业国际竞争力持续提升，品牌国际影响力不断增强。据不完全统计，中国车企在全球建立了1.1万个营销网点。汽车出口前十大企业中，有8家出口增速超过100%。

束珏婷表示，下一步，商务部将继续会同有关部门，支持汽车企业建设国际营销体系，编制发布《中国汽车贸易高质量发展报告》，有序扩大二手车出口，同时进一步规范汽车出口秩序，为推动汽车贸易高质量发展营造良好环境。（国际商报09-17）

**钢材出口或波动回落**

“随着海外市场价格调整以及国内钢材出口退税取消，中国钢材出口的价格优势明显减弱，同时海外需求见顶，出口企业新签订单持续收缩，待在手订单交货完成，后期钢材出口量将呈现波动回落的态势。”兰格钢铁研究中心分析师王静对中国钢材出口走势作出如是判断。

海关数据显示，8月份，中国钢材出口505.3万吨，同比增长37.4%。6、7月的钢材出口分别同比增长74.5%、35.6%。王静认为，中国钢材出口量连续两个月环比下降，主要是受价格优势渐失、海外供需缺口收缩及出口退税取消等因素的共同影响。

中国物流与采购联合会发布的数据显示，8月份全球制造业PMI为55.7%，比前一个月回落0.6个百分点，连续3个月环比下降，且是自2021年3月以来首次降至56%以下。分区域看，亚洲和欧洲制造业PMI比前一个月均有不同程度下降；美洲制造业PMI与前一个月持平，但整体水平低于二季度均值；非洲制造业PMI回升至50%以上。

“全球制造业增长动能有所趋弱，世界经济复苏呈现逐步放缓态势，海外经济复苏见顶的迹象愈发明显，意味着包括钢材在内的大宗商品需求的扩张阶段或将结束。”王静表示，中国钢材出口报价优势明显不足，尤其是受疫情影响，东南亚的需求持续减少，冲击国内钢材出口，中国钢铁业出口订单继续收缩。中物联钢铁物流专业委员会数据显示，8月份，中国钢铁业新出口订单指数为31.6%，连续4个月处于收缩区间。

随着需求触顶，海外部分地区钢材市场价格持续回落，而中国出口报价相对稳定。兰格钢铁云商平台监测数据显示，9月6日，中国热轧卷板出口报价（FOB）为941美元/吨，与7月底基本持平，比印度和独联体出口报价分别高76美元/吨和66美元/吨，比土耳其低34美元/吨。

与此同时，全球钢材供需格局也在逐步改善。从供给端看，世界钢铁协会数据显示，7月份，全球64个纳入世界钢协统计国家的粗钢产量为1.617亿吨，同比增长3.3%；中国以外地区粗钢产量同比较快增长，比2019年同期也有一定增长。全球钢铁行业正走出疫情影响，供应逐步恢复。

再看中国市场的供给，粗钢压产效果已经显现。7月份，全国粗钢产量8679万吨，同比下降8.4%。8月份，中钢协统计的重点钢铁企业粗钢日产三旬同比分别下降4.4%、1.1%和5.0%。王静指出，若将今年粗钢产量同比不增长作为目标，后期产量需进一步压减，近期已有多家钢厂公布9月停产检修计划。在压产趋严的背景下，可供出口的钢材资源料将缩减，从而抑制钢材出口。

前期，国家连续两次调整钢材出口退税及关税政策，显示了对钢材进出口的政策导向。中钢协近期倡议出口企业提高认识，自觉控制出口总量，同时，优化结构，减少普通产品出口，促进高端产品出口，共同维护出口市场秩序，都对钢材出口量增形成利空。（国际商报09-14）

◎**政策法规**

**超详细分析：逐条解读海关新企业信用管理办法**

**前言：**9月13日，海关总署发布第251号令《中华人民共和国海关注册登记和备案企业信用管理办法》（以下简称“新《办法》”），该部门规章将于今年11月1日正式实施。

新《办法》给作者如下整体印象：

1.最大变化—信用等级缩减：企业信用等级从四级缩减为三级。

2.最多修改—程序性规定更细致：认证、认定、信用修复等程序性规定修改比重明显较多。

3.优惠管理措施提升有限：高级认证企业优惠管理措施并没有明显增多。

4.立法技术：条款结构更严谨，章节与条款间逻辑关系更合理，更易读。

5.期待—现有企业认证标准的结构和内容应会做相应修改，部分细节规定有待补充，预计随后将出台配套公告。

以下为作者对条款的逐条研读笔记，试图对修法背景、条款含义、实践影响做出深度分析。

《中华人民共和国海关注册登记和备案企业信用管理办法》

笔记：海关总署已在其官方解读中说明，规章名称由《中华人民共和国海关企业信用管理办法》（以下简称“旧《办法》”）修改至目前状态，原因是“考虑到纳入海关信用管理的企业范围为海关注册登记和备案企业”。

即名称修改旨在明确本部门规章的管辖范围，明确排除未在海关注册登记和备案的企业被认证、认定和实施信用管理的可能。

目前海关认证企业标准分别针对进出口货物收发货人、报关企业、外贸综合服务企业、进出境快件运营人、跨境电子商务平台企业、水运物流运输企业、航空物流运输企业、公路物流运输企业制定，我们可以理解为目前上述类别企业是适用海关企业信用管理的主要类型。

第一章 总则

笔记：总则从旧《办法》的五条增加至九条，增加和修改部分集中体现了本次修订的重点和亮点，具体分析如下文。

第一条 为了建立海关注册登记和备案企业信用管理制度，推进社会信用体系建设，促进贸易安全与便利，根据《中华人民共和国海关法》《中华人民共和国海关稽查条例》《企业信息公示暂行条例》《优化营商环境条例》以及其他有关法律、行政法规的规定，制定本办法。

笔记：增加本部门规章的立法依据—《优化营商环境条例》，该条例于2020年1月1日实施，据称是全球唯一一部针对优化营商环境的国内立法。海关行政监管职能优化是企业营商环境优化的重要一环，不仅是海关近年来的核心工作，也是未来的工作重点，推行信用管理则是典型举措。

第二条 海关注册登记和备案企业（以下简称企业）以及企业相关人员信用信息的采集、公示，企业信用状况的认证、认定及管理等适用本办法。

笔记：相比旧《办法》，增加了动词“认证”，与本部门规章整体逻辑更为贴合：“认证“对应高级认证企业，“认定”对应失信企业，两者之外企业无需认证和认定，自然获得“常规管理”信用等级。

此外，海关对企业及相关人员信息的采集和公示，直接关系到企业和个人的信息安全和社会声誉，也是本部门规章的重要部分，如第一条所规定，海关对外公示信息同时需要遵守更高阶的法律规定《企业信息公示暂行条例》。

第三条 海关按照诚信守法便利、失信违法惩戒、依法依规、公正公开原则，对企业实施信用管理。

笔记：增加“依法依规“、”公正公开”原则。新《办法》对海关实施信用管理的行政职能提出要求，是进步，当然也理应如此。

第四条 海关根据企业申请，按照本办法规定的标准和程序将企业认证为高级认证企业的，对其实施便利的管理措施。

笔记：自旧《办法》实施后，一般认证企业因其认证要求高但“获得感”不足一直被业界诟病。我们对企业进行认证辅导时，也均建议企业与其申请一般认证，不如直接申请高级认证。一般认证企业这一级别取消，海关总署解读为“简单管用”，我们也认为是海关从善如流之举，值得赞扬。

但已通过一般认证的企业直接落入常规管理企业级别似乎有所不公。目前已经有一般认证企业向我们提出高认辅导需求，可见企业希望在11月1日后迅速切换至高认行列，但我们仍期待海关出台一般认证企业的特殊过渡措施。

海关根据采集的信用信息，按照本办法规定的标准和程序将违法违规企业认定为失信企业的，对其实施严格的管理措施。

笔记：旧《办法》并没有对失信企业进行定义，而是用列举的方式规定了认定为失信企业的各种情形。这一款可以理解为增加了对失信企业的定义，其明确规定失信企业仅限于“违法违规”企业，而违法违规的认定，应经过刑事立案直至判决、行政调查直至处罚这一完整流程。

海关对高级认证企业和失信企业之外的其他企业实施常规的管理措施。

笔记：这类企业看起来没有一个与之配套的名称，我们可以暂且称之为“常规管理”级别。

第五条 海关向企业提供信用培育服务，帮助企业强化诚信守法意识，提高诚信经营水平。

笔记：海关向企业提供信用“培育”服务，是一条很让人感动的规定，体现了海关以信用管理引导企业合规守法的初衷。

事实上，旧《办法》实施后，各地海关均以培训、提供咨询等方式实施了扶持企业认证的举措，本意也是“培育”，但本次以法律规定形式确定为海关义务，意义不同，期待海关的具体培育措施落地。

第六条 海关根据社会信用体系建设有关要求，与国家有关部门实施守信联合激励和失信联合惩戒，推进信息互换、监管互认、执法互助。

笔记：本条无变化。

第七条 海关建立企业信用修复机制，依法对企业予以信用修复。

笔记：信用修复制度是本次修订的亮点之一，弥补了旧《办法》的制度缺陷，在后文有具体规定。

第八条 中国海关依据有关国际条约、协定以及本办法，开展与其他国家或者地区海关的“经认证的经营者”（AEO）互认合作，并且给予互认企业相关便利措施。

笔记：截至2021年5月，中国海关已与20个经济体45个国家（地区）实现AEO互认，据统计，中国与AEO互认国家和地区进出口总值已经超过中国进出口总值的50%。国家间互通互联、信用互认显然是中国企业力图取得高级别认证的重要原因，期待企业能够获得更多实际利益。

第九条 海关建立企业信用管理系统，运用信息化手段提升海关企业信用管理水平。

笔记：海关信息化建设近年来成果斐然。《“十四五”海关发展规划》中强调要“完善海关信用管理制度体系，将信用管理嵌入海关监管全过程，强化结果应用，优化系统建设，构建以信用管理为基础的新型海关监管机制”。预计未来企业会对此有所感受。

第二章 信用信息采集和公示

第十条 海关可以采集反映企业信用状况的下列信息：

（一）企业注册登记或者备案信息以及企业相关人员基本信息；

（二）企业进出口以及与进出口相关的经营信息；

（三）企业行政许可信息；

（四）企业及其相关人员行政处罚和刑事处罚信息；

（五）海关与国家有关部门实施联合激励和联合惩戒信息；

（六）AEO互认信息；

（七）其他反映企业信用状况的相关信息。

笔记：本条无变化。

第十一条 海关应当及时公示下列信用信息，并公布查询方式：

（一）企业在海关注册登记或者备案信息；

（二）海关对企业信用状况的认证或者认定结果；

（三）海关对企业的行政许可信息；

（四）海关对企业的行政处罚信息；

（五）海关与国家有关部门实施联合激励和联合惩戒信息；

（六）其他依法应当公示的信息。

公示的信用信息涉及国家秘密、国家安全、社会公共利益、商业秘密或者个人隐私的，应当依照法律、行政法规的规定办理。

笔记：本条修改体现在三方面：

（1）删除“海关信息异常企业名录”的公示

根据新《办法》，未来“信用信息异常企业名录”及“信用信息异常情况”栏目应该会取消。相应的，目前实施的认证标准中关于“1年内被海关列入信用信息异常企业名录次数不超过1次，且不超过30日。”等类似要求可能也会取消。

（2）删除了“海关对企业行政处罚信息的公示期限为5年”的规定

今年7月15日公布的《行政处罚法》对行政处罚信息的公示规定为“第四十八条具有一定社会影响的行政处罚决定应当依法公开。”删除该项，应该旨在与上位法保持一致。《行政处罚法》对何谓“具有一定社会影响”及处罚决定公开时限并无规定，由各部委自行规范。

我们认为，处罚决定公示尺度应与违法行为严重程度及信用修复制度关联，预计未来海关也会效仿国家市场监督管理总局、国家统计局等部委，出台相应具体公示规定。

（3）增加了“国家安全”、“社会公共利益”可能不予公开的情形。

此外，预计“严重失信企业名单”可能会成为新的公示栏目。

第十二条 自然人、法人或者非法人组织认为海关公示的信用信息不准确的，可以向海关提出异议，并且提供相关资料或者证明材料。

海关应当自收到异议申请之日起20日内进行复核。自然人、法人或者非法人组织提出异议的理由成立的，海关应当采纳。

笔记：这一条没有变化，但显然企业也很可能没有关注到。比如我们发现目前海关公示平台“异常企业名录列表”页面中“移入原因”一栏有“未按时向海关报送2021年减免税货物使用情况报告书”的信息。

按照旧《办法》第八条的规定，将企业列入信用信息异常企业名录仅包括两种情况：

（一）未按照规定向海关提交《企业信用信息年度报告》的；

（二）经过实地查看，在海关登记的住所或者经营场所无法查找，并且无法通过在海关登记的联系方式与企业取得联系的。那么上述“移入原因”显然是不符合列入“信用信息异常企业名录”的条件且被公示的，企业可以提出异议。

第三章 高级认证企业的认证标准和程序

第十三条 高级认证企业的认证标准分为通用标准和单项标准。

高级认证企业的通用标准包括内部控制、财务状况、守法规范以及贸易安全等内容。

高级认证企业的单项标准是海关针对不同企业类型和经营范围制定的认证标准。

笔记：与现行认证标准的结构进行呼应，新标准应该会保持该结构。

第十四条 高级认证企业应当同时符合通用标准和相应的单项标准。

通用标准和单项标准由海关总署另行制定并公布。

笔记：旧《办法》于2018年1月29日发布（自2018年5月1日起施行），直至发布十个月后的2018年11月22日，海关才发布配套的《海关认证企业标准》（通用标准和进出口货物收发货人、报关企业、外贸综合服务企业单项标准）。

按这个时间安排，我们预计新标准也还需要一段时间才能与大家见面，但应该比之前快，毕竟只是修订。

第十五条 企业申请成为高级认证企业的，应当向海关提交书面申请，并按照海关要求提交相关资料。

第十六条 海关依据高级认证企业通用标准和相应的单项标准，对企业提交的申请和有关资料进行审查，并赴企业进行实地认证。

第十七条 海关应当自收到申请及相关资料之日起90日内进行认证并作出决定。特殊情形下，海关的认证时限可以延长30日。

第十八条 经认证，符合高级认证企业标准的企业，海关制发高级认证企业证书；不符合高级认证企业标准的企业，海关制发未通过认证决定书。

高级认证企业证书、未通过认证决定书应当送达申请人，并且自送达之日起生效。

笔记：在旧《办法》的相应上述四条中，直接规定了认证过程中海关出具的相关行政文书的名称，新《办法》均未规定，不知是否意味着文书名称和内容可能会修改。

第十九条 海关对高级认证企业每5年复核一次。企业信用状况发生异常情况的，海关可以不定期开展复核。

笔记：本次修订的利好之一，确实会减轻海关和企业的负担。但此处对“异常情况”并未进行概括或列举式的规定，属于海关的自由裁量权力，或许海关会发布相关公告，明确“异常情况”的具体情形。

请企业注意，复核周期延长至五年，意味着复核准备的资料也可能会是五年为单位。企业不应疏于日常合规管理，同时应注意保存相关认证资料。

经复核，不再符合高级认证企业标准的，海关应当制发未通过复核决定书，并收回高级认证企业证书。

笔记：完善了程序规定。

第二十条 海关可以委托社会中介机构就高级认证企业认证、复核相关问题出具专业结论。

企业委托社会中介机构就高级认证企业认证、复核相关问题出具的专业结论，可以作为海关认证、复核的参考依据。

笔记：借助第三方力量协助监管也是海关比较成熟的做法，主要是发生在稽查工作中，确实对提高行政效率有所帮助。随着海关信用管理的逐年推进，社会上也涌现出一批能够协助海关“培育”企业、帮助企业进行合规建设的中介机构。

以我们辅助企业认证及稽查应对的经验来看，中介机构与企业、海关协作共赢是可行的。新《办法》明确引入中介机构力量，应该也是顺应了这一趋势。

第二十一条 企业有下列情形之一的，1年内不得提出高级认证企业认证申请：

（一）未通过高级认证企业认证或者复核的；

（二）放弃高级认证企业管理的；

（三）撤回高级认证企业认证申请的；

（四）高级认证企业被海关下调信用等级的；

（五）失信企业被海关上调信用等级的。

笔记：本条将零散分布在旧《办法》不同条款中的规定进行了整合，更加清晰、明确。其中，未限制企业在注册或备案的1年内提出认证申请，即该类企业可以随时提出认证申请。

但提请企业注意，按目前认证标准规定，认证申请需提交符合认证标准要求的证明，如相关制度及工作记录，时间过短可能无法达到认证要求。

第四章 失信企业的认定标准、程序和信用修复

第二十二条 企业有下列情形之一的，海关认定为失信企业：

（一）被海关侦查走私犯罪公安机构立案侦查并由司法机关依法追究刑事责任的；

（二）构成走私行为被海关行政处罚的；

笔记：与旧《办法》仅规定“有走私犯罪或者走私行为”相比，上述（一）、（二）两项表述更为精确，强调了程序要求。

（三）非报关企业1年内违反海关的监管规定被海关行政处罚的次数超过上年度报关单、进出境备案清单、进出境运输工具舱单等单证（以下简称“相关单证”）总票数千分之一且被海关行政处罚金额累计超过100万元的；

报关企业1年内违反海关的监管规定被海关行政处罚的次数超过上年度相关单证总票数万分之五且被海关行政处罚金额累计超过30万元的；

上年度相关单证票数无法计算的，1年内因违反海关的监管规定被海关行政处罚，非报关企业处罚金额累计超过100万元、报关企业处罚金额累计超过30万元的；

笔记：该项与旧《办法》相同。

（四）自缴纳期限届满之日起超过3个月仍未缴纳税款的；

（五）自缴纳期限届满之日起超过6个月仍未缴纳罚款、没收的违法所得和追缴的走私货物、物品等值价款，并且超过1万元的；

笔记：上述（四）、（五）项对原条款“拖欠应缴税款者拖欠应缴罚没款项”进行了更详尽的规定，明确且易于执行。但此处需要讨论的是，进出口收发货人出现未按期缴纳税款（《海关行政处罚实施条例》第二十六条规定了报关企业等非进出口收发货人拖欠税款或者不履行纳税义务构成违规）这种失信行为、被处罚主体未按期执行行政处罚或判决这种失信行为时，是否构成“违法违规”，如果是，则该判断是否仍应以相应程序确定，而非直接将发生这类行为的企业直接认定为“失信企业”。

作者认为，企业存在“失信行为”并不能等同于企业应天然归入“失信企业”，毕竟第四条已规定“按照本办法规定的标准和程序将违法违规企业认定为失信企业的，对其实施严格的管理措施。”。当然这只是作者对本项的理解，期待有海关的权威解释。

（六）抗拒、阻碍海关工作人员依法执行职务，被依法处罚的；

笔记：该项将“情节严重的”修改为“被依法处罚的”，再次强调了程序要求（《海关行政处罚实施条例》第六条有相关规定）。

（七）向海关工作人员行贿，被处以罚款或者被依法追究刑事责任的；

笔记：该项为增加条款，且强调了“被处以罚款或者被依法追究刑事责任的”（《海关行政处罚实施条例》第二十九条规定了向海关工作人员行贿，海关与处罚权）。

（八）法律、行政法规、海关规章规定的其他情形。

笔记：本条删除了旧《办法》中规定的列入失信企业的几种情形：被海关列入信用信息异常企业名录超过90日的、假借海关或者其他企业名义获取不当利益的、向海关隐瞒真实情况或者提供虚假信息，影响企业信用管理的、因刑事犯罪被列入国家失信联合惩戒名单的。

第二十三条 失信企业存在下列情形的，海关依照法律、行政法规等有关规定实施联合惩戒，将其列入严重失信主体名单：

（一）违反进出口食品安全管理规定、进出口化妆品监督管理规定或者走私固体废物被依法追究刑事责任的；

（二）非法进口固体废物被海关行政处罚金额超过250万元的。

笔记：本条为新增。失信企业均为违法违规企业，但违法违规确有轻重之分，该条所示情形被列入严重失信名单，体现了立法者的价值取向，即与人身安全、环境相关的违法违规行为更具社会危害性。

第二十四条 海关在作出认定失信企业决定前，应当书面告知企业拟作出决定的事由、依据和依法享有的陈述、申辩权利。

海关拟依照本办法第二十三条规定将企业列入严重失信主体名单的，还应当告知企业列入的惩戒措施提示、移出条件、移出程序及救济措施。

第二十五条 企业对海关拟认定失信企业决定或者列入严重失信主体名单决定提出陈述、申辩的，应当在收到书面告知之日起5个工作日内向海关书面提出。

海关应当在20日内进行核实，企业提出的理由成立的，海关应当采纳。

笔记：上述两条为新增条款，完善了失信企业认定及移入严重失信名单的程序，补充了企业的陈述和申辩权。但我们的疑问是，失信企业均为“违法违规”企业，海关或司法机关在认定其违法违规过程中，企业均已享有充分的陈述、申辩、申请听证权利及法律救济权利。

而旧《办法》实施过程中，我们也强烈的感受到海关对降级处置是完全刚性的。本次增加陈述申辩权，是否意味着海关释放了某种柔性管理的信号？企业应该从哪些角度提出陈述、申辩是可行的，需要用实践来验证。

第二十六条 未被列入严重失信主体名单的失信企业纠正失信行为，消除不良影响，并且符合下列条件的，可以向海关书面申请信用修复并提交相关证明材料：

（一）因存在本办法第二十二条第二项、第六项情形被认定为失信企业满1年的；

（二）因存在本办法第二十二条第三项情形被认定为失信企业满6个月的；

（三）因存在本办法第二十二条第四项、第五项情形被认定为失信企业满3个月的。

第二十七条 经审核符合信用修复条件的，海关应当自收到企业信用修复申请之日起20日内作出准予信用修复决定。

笔记：上述两条为新增条款，补充了旧《办法》未规定的信用修复制度。信用管理的核心价值和目标是引导企业自觉合规，过于刚性的执法显然不利于达到该目标，此次增加信用修复制度值得称赞。

企业请注意，本条规定的是企业“可以”向海关申请信用修复的情形，而非海关主动做出修复的情形，企业应自行行使该等权利；另外，此类企业申请的修复，仅限于未列入严重失信名单的情形。

第二十八条 失信企业连续2年未发生本办法第二十二条规定情形的，海关应当对失信企业作出信用修复决定。

前款所规定的失信企业已被列入严重失信主体名单的，应当将其移出严重失信主体名单并通报相关部门。

笔记：本条规定的修复情形是海关主动实施的，包括列入严重失信名单的情形。

第二十九条 法律、行政法规和党中央、国务院政策文件明确规定不可修复的，海关不予信用修复。

笔记：经查询，尚未查询到相关规定。不排除是作者查询方式和渠道的原因。

第五章 管理措施

第三十条 高级认证企业是中国海关AEO，适用下列管理措施：

（一）进出口货物平均查验率低于实施常规管理措施企业平均查验率的20%，法律、行政法规或者海关总署有特殊规定的除外；

（二）出口货物原产地调查平均抽查比例在企业平均抽查比例的20%以下，法律、行政法规或者海关总署有特殊规定的除外；

（三）优先办理进出口货物通关手续及相关业务手续；

（四）优先向其他国家（地区）推荐农产品、食品等出口企业的注册；

（五）可以向海关申请免除担保；

（六）减少对企业稽查、核查频次；

（七）可以在出口货物运抵海关监管区之前向海关申报；

（八）海关为企业设立协调员；

（九）AEO互认国家或者地区海关通关便利措施；

（十）国家有关部门实施的守信联合激励措施；

（十一）因不可抗力中断国际贸易恢复后优先通关；

（十二）海关总署规定的其他管理措施。

笔记：与旧《办法》规定的管理措施相比，本条增加了第（二）、（四）项，但该两项措施在海关总署公告2018年第178号中已有规定，并非全新措施。也就是说，本次修订，对高级认证企业的优惠措施并没有明显的增加。

第三十一条 失信企业适用下列管理措施：

（一）进出口货物查验率80%以上；

（二）经营加工贸易业务的，全额提供担保；

（三）提高对企业稽查、核查频次；

（四）海关总署规定的其他管理措施。

笔记：与旧《办法》相比，删除了“不予免除查验没有问题企业的吊装、移位、仓储等费用”、“不适用汇总征税制度”、“除特殊情形外，不适用存样留像放行措施”、“国家有关部门实施的失信联合惩戒措施”四项管理措施。跨境贸易便利化的评价一般从通关效率和合规成本两方面考虑，免企业的吊装、移位、仓储等费用，存样留像放行应是惠及所有进出口企业的措施，删除该两项符合优化口岸营商环境总体方针。

此外，《关于对海关失信企业实施联合惩戒的合作备忘录》（发改财金〔2017〕427号）依然有效，删除国家有关部门实施的失信联合惩戒措施与该文存在矛盾，如何实施有待观察。

第三十二条 办理同一海关业务涉及的企业信用等级不一致，导致适用的管理措施相抵触的，海关按照较低信用等级企业适用的管理措施实施管理。

第三十三条 高级认证企业、失信企业有分立合并情形的，海关按照以下原则对企业信用状况进行确定并适用相应管理措施：

（一）企业发生分立，存续的企业承继原企业主要权利义务的，存续的企业适用原企业信用状况的认证或者认定结果，其余新设的企业不适用原企业信用状况的认证或者认定结果；

（二）企业发生分立，原企业解散的，新设企业不适用原企业信用状况的认证或者认定结果；

（三）企业发生吸收合并的，存续企业适用原企业信用状况的认证或者认定结果；

（四）企业发生新设合并的，新设企业不再适用原企业信用状况的认证或者认定结果。

第三十四条 高级认证企业涉嫌违反与海关管理职能相关的法律法规被刑事立案的，海关应当暂停适用高级认证企业管理措施。

高级认证企业涉嫌违反海关的监管规定被立案调查的，海关可以暂停适用高级认证企业管理措施。

笔记：上述三条与旧《办法》规定的原则一致。

第三十五条 高级认证企业存在财务风险，或者有明显的转移、藏匿其应税货物以及其他财产迹象的，或者存在其他无法足额保障税款缴纳风险的，海关可以暂停适用本办法第三十条第五项规定的管理措施。

笔记：该条为新增条款，类似海关的税收保全措施。

第六章 附 则

第三十六条 海关注册的进口食品境外生产企业和进境动植物产品国外生产、加工、存放单位等境外企业的信用管理，由海关总署另行规定。

笔记：除本条外，海关对原检验检疫监管事项未有特别规定。海关总署公告2018年第178号中对进出口货物平均检验检疫抽批比例的要求未体现在新《办法》中，猜想原因是关检合并后，原检验检疫抽查工作合并到海关整体查验工作中，无需单独规定。

第三十七条 作为企业信用状况认定依据的刑事犯罪，以司法机关相关法律文书生效时间为准进行认定。

作为企业信用状况认定依据的海关行政处罚，以海关行政处罚决定书作出时间为准进行认定。

作为企业信用状况认定依据的处罚金额，包括被海关处以罚款、没收违法所得或者没收货物、物品价值的金额之和。

企业主动披露且被海关处以警告或者海关总署规定数额以下罚款的行为，不作为海关认定企业信用状况的记录。

笔记：旧《办法》规定“企业主动披露且被海关处以警告或者5万元以下罚款的行为，不作为海关认定企业信用状况的记录”。海关总署公告2018年第178号规定“企业主动披露且被海关处以警告或者50万元以下罚款的行为，不作为海关认定企业信用状况的记录。”

新《办法》删除明确的金额，以“海关总署规定数额”代替，猜想之后会对主动披露对企业信用状况的影响发布更加详细的规定。

第三十八条 本办法下列用语的含义：

企业相关人员，是指企业法定代表人、主要负责人、财务负责人、关务负责人等管理人员。

经认证的经营者（AEO），是指以任何一种方式参与货物国际流通，符合海关总署规定标准的企业。

笔记：删除了“日”，指自然日；“1年”，指连续的12个月；“年度”，指1个公历年度；“以上”“以下”，均包含本数。以上几个用语多出现在《海关认证企业标准》中，可能会在修订的《海关认证企业标准》予以明确。

第三十九条 本办法由海关总署负责解释。

第四十条 本办法自2021年11月1日起施行。2018年3月3日海关总署令第237号公布的《中华人民共和国海关企业信用管理办法》同时废止。（北京德和衡律师事务所海关团队09-17）

**关于公布《中华人民共和国海关进出口货物商品归类管理规定》的令**

海关总署第252号令

《中华人民共和国海关进出口货物商品归类管理规定》已于2021年9月6日经海关总署署务会议审议通过，现予公布，自2021年11月1日起施行。2007年3月2日海关总署令第158号公布、2014年3月13日海关总署令第218号修改的《中华人民共和国海关进出口货物商品归类管理规定》，2008年10月13日海关总署令第176号公布的《中华人民共和国海关化验管理办法》同时废止。

署长 倪岳峰

2021年9月18日

**中华人民共和国海关进出口货物商品归类管理规定**

第一条 为了规范进出口货物的商品归类，保证商品归类的准确性和统一性，根据《中华人民共和国海关法》（以下简称《海关法》）、《中华人民共和国进出口关税条例》（以下简称《关税条例》）以及其他有关法律、行政法规的规定，制定本规定。

第二条 本规定所称的商品归类，是指在《商品名称及编码协调制度公约》商品分类目录体系下，以《中华人民共和国进出口税则》为基础，按照《进出口税则商品及品目注释》《中华人民共和国进出口税则本国子目注释》以及海关总署发布的关于商品归类的行政裁定、商品归类决定的规定，确定进出口货物商品编码的行为。

进出口货物相关的国家标准、行业标准等可以作为商品归类的参考。

第三条 进出口货物收发货人或者其代理人（以下简称收发货人或者其代理人）对进出口货物进行商品归类，以及海关依法审核确定商品归类，适用本规定。

第四条 进出口货物的商品归类应当遵循客观、准确、统一的原则。

第五条 进出口货物的商品归类应当按照收发货人或者其代理人向海关申报时货物的实际状态确定。以提前申报方式进出口的货物，商品归类应当按照货物运抵海关监管区时的实际状态确定。法律、行政法规和海关总署规章另有规定的，依照有关规定办理。

第六条 由同一运输工具同时运抵同一口岸并且属于同一收货人、使用同一提单的多种进口货物，按照商品归类规则应当归入同一商品编码的，该收货人或者其代理人应当将有关商品一并归入该商品编码向海关申报。法律、行政法规和海关总署规章另有规定的，依照有关规定办理。

第七条 收发货人或者其代理人应当依照法律、行政法规以及其他相关规定，如实、准确申报其进出口货物的商品名称、规格型号等事项，并且对其申报的进出口货物进行商品归类，确定相应的商品编码。

第八条 海关在审核确定收发货人或者其代理人申报的商品归类事项时，可以依照《海关法》和《关税条例》的规定行使下列权力，收发货人或者其代理人应当予以配合：

（一）查阅、复制有关单证、资料；

（二）要求收发货人或者其代理人提供必要的样品及相关商品资料，包括外文资料的中文译文并且对译文内容负责；

（三）组织对进出口货物实施化验、检验。

收发货人或者其代理人隐瞒有关情况，或者拖延、拒绝提供有关单证、资料的，海关可以依法审核确定进出口货物的商品归类。

第九条 必要时，海关可以要求收发货人或者其代理人补充申报。

第十条 收发货人或者其代理人向海关提供的资料涉及商业秘密、未披露信息或者保密商务信息，要求海关予以保密的，应当以书面方式向海关提出保密要求，并且具体列明需要保密的内容。收发货人或者其代理人不得以商业秘密为理由拒绝向海关提供有关资料。

海关按照国家有关规定承担保密义务。

第十一条 必要时，海关可以依据《中华人民共和国进出口税则》《进出口税则商品及品目注释》《中华人民共和国进出口税则本国子目注释》和国家标准、行业标准，以及海关化验方法等，对进出口货物的属性、成分、含量、结构、品质、规格等进行化验、检验，并将化验、检验结果作为商品归类的依据。

第十二条 海关对进出口货物实施取样化验、检验的，收发货人或者其代理人应当到场协助，负责搬移货物，开拆和重封货物的包装，并按照海关要求签字确认。

收发货人或者其代理人拒不到场，或者海关认为必要时，海关可以径行取样，并通知货物存放场所的经营人或者运输工具负责人签字确认。

第十三条 收发货人或者其代理人应当及时提供化验、检验样品的相关单证和技术资料，并对其真实性和有效性负责。

第十四条 除特殊情况外，海关技术机构应当自收到送检样品之日起15日内作出化验、检验结果。

第十五条 除特殊情况外，海关应当在化验、检验结果作出后的1个工作日内，将相关信息通知收发货人或者其代理人。收发货人或者其代理人要求提供化验、检验结果纸本的，海关应当提供。

第十六条 其他化验、检验机构作出的化验、检验结果与海关技术机构或者海关委托的化验、检验机构作出的化验、检验结果不一致的，以海关认定的化验、检验结果为准。

第十七条 收发货人或者其代理人对化验、检验结果有异议的，可以在收到化验、检验结果之日起15日内向海关提出书面复验申请，海关应当组织复验。

已经复验的，收发货人或者其代理人不得对同一样品再次申请复验。

第十八条 海关发现收发货人或者其代理人申报的商品归类不准确的，按照商品归类的有关规定予以重新确定，并且按照报关单修改和撤销有关规定予以办理。

收发货人或者其代理人发现其申报的商品归类需要修改的，应当按照报关单修改和撤销有关规定向海关提出申请。

第十九条 海关对货物的商品归类审核确定前，收发货人或者其代理人要求放行货物的，应当按照海关事务担保的有关规定提供担保。

国家对进出境货物有限制性规定，应当提供许可证件而不能提供的，以及法律、行政法规规定不得担保的其他情形，海关不得办理担保放行。

第二十条 收发货人或者其代理人就其进出口货物的商品归类提出行政裁定、预裁定申请的，应当按照行政裁定、预裁定管理的有关规定办理。

第二十一条 海关总署可以依据有关法律、行政法规规定，对进出口货物作出具有普遍约束力的商品归类决定，并对外公布。

进出口相同货物，应当适用相同的商品归类决定。

第二十二条 作出商品归类决定所依据的法律、行政法规以及其他相关规定发生变化的，商品归类决定同时失效。

商品归类决定失效的，应当由海关总署对外公布。

第二十三条 海关总署发现商品归类决定需要修改的，应当及时予以修改并对外公布。

第二十四条 海关总署发现商品归类决定存在错误的，应当及时予以撤销并对外公布。

第二十五条 因商品归类引起退税或者补征、追征税款以及征收滞纳金的，依照有关法律、行政法规以及海关总署规章的规定办理。

第二十六条 违反本规定，构成走私行为、违反海关监管规定行为或者其他违反《海关法》行为的，由海关依照《海关法》《中华人民共和国海关行政处罚实施条例》等有关规定予以处理；构成犯罪的，依法追究刑事责任。

第二十七条 本规定所称商品编码是指《中华人民共和国进出口税则》商品分类目录中的编码。

同一商品编码项下其他商品编号的确定，按照相关规定办理。

第二十八条 本规定由海关总署负责解释。

第二十九条 本规定自2021年11月1日起施行。2007年3月2日海关总署令第158号公布、2014年3月13日海关总署令第218号修改的《中华人民共和国海关进出口货物商品归类管理规定》，2008年10月13日海关总署令第176号公布的《中华人民共和国海关化验管理办法》同时废止。

**国家税务总局关于进一步落实研发费用加计扣除政策有关问题的公告**

国家税务总局公告2021年第28号

为贯彻落实国务院激励企业加大研发投入、优化研发费用加计扣除政策实施的举措，深入开展2021年“我为纳税人缴费人办实事暨便民办税春风行动”，方便企业提前享受研发费用加计扣除优惠政策，现就有关事项公告如下：

**一、关于2021年度享受研发费用加计扣除政策问题**

（一）企业10月份预缴申报第3季度（按季预缴）或9月份（按月预缴）企业所得税时，可以自主选择就前三季度研发费用享受加计扣除优惠政策。

对10月份预缴申报期未选择享受优惠的，可以在2022年办理2021年度企业所得税汇算清缴时统一享受。

（二）企业享受研发费用加计扣除政策采取“真实发生、自行判别、申报享受、相关资料留存备查”的办理方式，由企业依据实际发生的研发费用支出，自行计算加计扣除金额，填报《中华人民共和国企业所得税月（季）度预缴纳税申报表（A类）》享受税收优惠，并根据享受加计扣除优惠的研发费用情况（前三季度）填写《研发费用加计扣除优惠明细表》（A107012）。《研发费用加计扣除优惠明细表》（A107012）与政策规定的其他资料一并留存备查。

**二、关于研发支出辅助账样式的问题**

（一）《国家税务总局关于企业研究开发费用税前加计扣除政策有关问题的公告》（2015年第97号，以下简称97号公告）发布的研发支出辅助账和研发支出辅助账汇总表样式（以下简称2015版研发支出辅助账样式）继续有效。另增设简化版研发支出辅助账和研发支出辅助账汇总表样式（以下简称2021版研发支出辅助账样式），具体样式及填写说明见附件。

（二）企业按照研发项目设置辅助账时，可以自主选择使用2015版研发支出辅助账样式，或者2021版研发支出辅助账样式，也可以参照上述样式自行设计研发支出辅助账样式。

企业自行设计的研发支出辅助账样式，应当包括2021版研发支出辅助账样式所列数据项，且逻辑关系一致，能准确归集允许加计扣除的研发费用。

**三、关于其他相关费用限额计算的问题**

（一）企业在一个纳税年度内同时开展多项研发活动的，由原来按照每一研发项目分别计算“其他相关费用”限额，改为统一计算全部研发项目“其他相关费用”限额。

科技部关于完善研究开发费用税前加计扣除政策的通知》（财税〔2015〕119号）第一条第（一）项“允许加计扣除的研发费用”第6目规定的“其他相关费用”的限额，其中资本化项目发生的费用在形成无形资产的年度统一纳入计算： 国家税务总局 企业按照以下公式计算《财政部

全部研发项目的其他相关费用限额=全部研发项目的人员人工等五项费用之和×10％/(1-10%)

“人员人工等五项费用”是指财税〔2015〕119号文件第一条第（一）项“允许加计扣除的研发费用”第1目至第5目费用，包括“人员人工费用”“直接投入费用”“折旧费用”“无形资产摊销”和“新产品设计费、新工艺规程制定费、新药研制的临床试验费、勘探开发技术的现场试验费”。

（二）当“其他相关费用”实际发生数小于限额时，按实际发生数计算税前加计扣除额；当“其他相关费用”实际发生数大于限额时，按限额计算税前加计扣除额。

**四、执行时间**

本公告第一条适用于2021年度，其他条款适用于2021年及以后年度。97号公告第二条第（三）项“其他相关费用的归集与限额计算”的规定同时废止。

特此公告。

（《2021版研发支出辅助账(样式)》、《2021版研发支出辅助账汇总表(样式)》请登录www.chinatax.gov.cn查询）

国家税务总局

2021年9月13日

◎**世界经贸**

**美国对华产品加征关税**

**和我对美出口增减变动对照表**

****

**中俄远东经贸合作起步早基础好潜力大**

9月9日，商务部召开例行新闻发布会，新闻发言人束珏婷就中国与俄罗斯远东地区经贸合作相关情况回答了记者提问。

束珏婷表示，中国与俄罗斯远东地区经贸合作起步早，基础好，潜力大。中方高度重视加强与俄远东地区的经贸合作，双方合作机制不断完善，参与主体更加多元，合作成果日益丰富。

一是贸易投资持续增长。据俄方统计，2021年上半年，俄远东地区对华贸易额58.2亿美元，同比增长24%；中方有58个项目入驻远东跨越式发展区和符拉迪沃斯托克自由港，中方继续保持俄远东地区第一大贸易伙伴国和第一大外资来源国地位。

二是合作机制不断完善。中俄“东北-远东”政府间合作委员会高效运行，广东、浙江和江苏等省份积极参与合作，“东北-远东＋”模式初见成效。双方升级完善并积极落实《中俄远东合作发展规划（2018-2024年）》，继续加强对两国地方和企业合作的服务指导。

三是互联互通持续推进。黑河公路桥已具备通车条件，同江铁路桥已于上月铺轨贯通。

四是产业对接日益深入。在深化中俄大豆合作的同时，积极探讨油气化工、矿产资源、绿色低碳、氢能等领域的合作，为两国务实合作注入新的动力。

五是重点项目稳步推进。中方参与的阿穆尔天然气处理厂，阿穆尔天然气化工项目进展顺利。双方在工程承包领域的合作成果丰硕，涉及城市建设、基础设施、港口物流等多个领域。

束珏婷称，下一步，中方愿同俄方共同努力，全力落实两国元首达成的重要共识，加强发展政策和项目对接，扎实推动中俄远东合作取得更多成果，不断丰富新时代中俄全面战略协作伙伴关系的内涵。（国际商报09-10）

出口水平保持强劲 科技含量不断提升

**“中国制造”海外叫好又叫座**

据中国商务部近日发布的数据，今年1至7月，中国货物贸易出口总值11.66万亿元人民币，创历史同期新高，同比增长24.5%，增速为10年来新高。中国最新出口数据表现亮眼，引发国际社会高度关注。中国商品畅销国际市场，魅力何在？外媒纷纷寻找答案。

**“几乎填满所有已知领域”**

中国商务部数据显示，从出口市场来看，1至7月，中国对美国、欧盟、日本等传统市场出口合计增长22.6%；与新兴市场贸易合作不断深化，对东盟、拉美、非洲等新兴市场出口合计增长26.5%，拉高整体出口增速13个百分点。

“今日俄罗斯”电视台网站近日报道称，“目前，中国的出口贸易几乎填满了全球所有已知领域的产品。尤其是中国的电子产品，拓展到了全球更多地方。”

“疫情期间，‘中国制造’的标签特别受欢迎。”美国《纽约时报》一篇报道指出，“美国和欧洲的公司转向购买中国生产的零部件，被困家中的人们重新进行装修和翻新，还要在封锁期间储存更多食物，也转向了中国商品。”有外媒观察到，在海外社交平台上，带有“中国制造”标签的短视频十分火爆，许多外国网友点赞留言，询问如何购买商品。

韩国《中央日报》注意到，东京奥运会使用的比赛装备中，大约有一半来自中国。“首先映入眼帘的是，由11个国家、29名难民组成的难民代表团所穿服装，是由中华老字号品牌企业‘恒源祥’制作提供的；奥运比赛场上，中国制造随处可见，中国企业为乒乓球、羽毛球、举重、跆拳道、射箭、摔跤等多项比赛提供所需装备；中国网络技术也发挥了巨大作用，中国企业阿里巴巴利用3D技术追踪运动员比赛画面，为无法来现场的观众提供了良好的观赛体验。”

“中国制造业的竞争能力已经得到世界的认可。”《中央日报》指出，过去中国主要为其他工厂做代工产品，如今中国有能力为奥运会等各种国际比赛提供高质量的中国产品。“中国制造”出现在奥运会上，对中国运动员来说，是一种特殊的加油鼓劲方式。

《日本经济新闻》日前刊文称，中国企业正将重点放在创新和品牌建设上，以此来改善西方消费者的认知，从而打造全球品牌。文章援引一位市场咨询师的话说，中国品牌在“讲故事“方面表现得非常好，产品能同时满足功能和情感这两种需求。

**“出口产品科技水平提升”**

中国商务部指出，外贸发展新动能持续增强，新能源汽车带动汽车出口增长。今年1至7月，汽车出口同比增长102.5%，增速创历史同期新高。

在路透社看来，时下中国电动车和新能源企业发展势头良好。“中国最新五年规划下可再生能源的预期产能，足以为乐观预期提供充足的理由。”

新加坡《联合早报》近日报道，中国对世界承诺力争在2030年前实现碳达峰、2060年前实现碳中和。一些全球顶级资产管理公司认为，鉴于良好的收益前景和政策支持，中国可再生能源类企业将保持强劲发展势头，未来仍有进一步延续的空间，中国有望继续在全球电动车电池和太阳能电池板生产领域占据主导地位。此外，业内主要公司的国际化扩张进一步增强了全球基金的信心。

随着中国制造业科技水平的不断提升，越来越多的“中国制造”凭借科技范儿“圈粉”国际市场，引发外媒热议。

韩国《中央日报》指出，“中国制造”已不单单是“制造”，更是技术上的创造。利用更加先进的技术制造的中国商品，是值得信赖的。“中国制造”的质量在世界名列前茅。

彭博社近日报道，哈佛大学的一项研究显示，近年中国出口产品的科技水平在提高。该研究以出口产品的先进性和复杂性为指标，结果显示，中国2019年的排名比2018年上升3位。一位研究人员表示，尽管这项研究尚未包含新冠肺炎疫情暴发期间的数据，但他相信中国的排名将继续提升。“中国出口产品的技术水平已经超过了一些发达国家，若要继续保持这一趋势，就要继续进行技术创新。”

“今日俄罗斯”网站8月7日刊文分析了哈佛大学这项研究传递的信号。文章指出，研究结果清晰表明，打压中国发展没有效果，中国不会减缓发展。“中国通过不断提升科技实力，在全球供应链上攀升而非脱离。‘中国制造’曾被误以为廉价、低端，但这与事实不符。这样的话语不仅带着对中国的成见，显然也没看到过去20年中国工业能力的转变。中国正通过增加对其他地区的高科技出口，克服华盛顿发起的贸易战和科技战带来的负面影响。”

**“疫情下稳定全球供应链”**

在新冠肺炎疫情冲击多国生产的背景下，“中国制造”不断提质增量，根据世界市场的变化及时做出调整，为稳定全球产业链供应链发挥了重要作用。外媒给予积极评价。

“中国出口升至历史新高。”美国有线电视新闻网刊文称，当疫情搅乱全球，中国迈出稳健脚步，经济表现超过其他所有主要经济体。“中国开门做生意，满足了各国对防护装备和电子产品的大量需求。”美国《华尔街日报》也指出，中国能够大量生产和出口医疗物资以及笔记本电脑等居家办公设备。“中国工厂做好了为其他国家消费者服务的准备。”

希腊“现代外交”近日刊文称，中国经过30多年的专注、严谨和努力才获得全球制造业中心的地位。面对疫情带来的挑战，中国经济展现韧性。中国守住了自己的阵地，全球制造业中心的地位保持不变。预计未来中国的低端生产活动将逐渐减少，继续在高端领域扩大出口市场份额。“从目前来看，有中国参与的全球供应链是稳固的。”

“中国现在是全球经济的基石。”“今日俄罗斯”电视台网站的一篇文章分析指出，中国的供应链比任何国家更具韧性和竞争力。首先，中国劳动力丰富、基础设施完善，具有无可比拟的成本优势；其次，中国市场规模大，国内需求强劲，使得企业更易盈利和发展；最后，中国在诸多优势下早已确立全球贸易和商业中心的地位，具备全球规模的制造业和工业能力。再加上“一带一路”倡议和中欧班列的有力支持，中国仍是全球供应链的核心组成部分，一些西方国家鼓吹与中国“脱钩”，在现实中是不可能的。（人民日报海外版08-16）

**多项数据亮红灯，越南经济不乐观**

德尔塔变异毒株引起多国疫情强烈反弹，也给越南带来了最为严重的一波疫情，从8月19日开始，越南日增新冠肺炎病例屡屡超过一万，胡志明市更是成为疫情的重灾区。随着新冠肺炎疫情在越南的复杂演变，许多地方实行社会隔离，外资企业和越南本地企业的生产经营活动受到极大影响，部分订单流失，出口严重受阻，经济下行压力增大。

**部分订单向外转移**

越南疫情的加剧和严格的封锁措施极大影响了在越南当地生产和投资的企业，一些企业开始将订单转移至其他国家。

来自美国-东盟商业联合会与越南美国商会的一份联合调查报告显示，很多在越南的美国企业因“封城”造成生产被迫停止、订单快速流失。该调查报告显示，这些企业正考虑缩减在越产能和资本投放，同时“不排除把越南的订单转移到其他国家和地区”。如英特尔、捷普等美国企业就十分担忧其在当地的生产和投资。据了解，捷普的一些商业伙伴已将订单转移至中国与新加坡等其他国家；苹果原计划在越南生产的AirPods耳机和谷歌Pixel 6系列智能手机，皆因越南疫情的再度暴发而转单到中国。

另外，在疫情影响下，许多企业收缩生产规模，减少用工量，导致恢复生产时将很难找到工人，特别是对工人专业技术有一定要求的行业。

**出口同比环比双降**

疫情的升温加之严格的防疫措施对越南的出口造成较大影响。

纺织服装业面临全球供应链地位弱化的风险。据了解，越南南部地区纺织服装业出口额占全国62%，目前正在遭受新冠疫情强烈冲击。北部地区纺织服装业则面临原辅料供应链断裂的风险。今年全行业预计难以完成出口390亿美元的目标。越南纺织服装协会主席武德江表示，由于无法实行“三就地”（就地生产、就地餐饮、就地住宿）生产模式，南部地区大量纺织服装企业被迫停产，客户因此取消订单。与此同时，由于社会隔离、交通限行和人手少等原因，原辅料难以从南方运往北方，北部地区纺织服装企业面临很大的断供压力。武德江表示，不仅丢失订单那么简单，随之而来的有可能是越南在全球供应链中的地位被削弱，这需要很长时间才能恢复起来。

全球咖啡供应或将受影响。越南是全球第二大咖啡生产国，更是罗布斯塔咖啡豆的主产区，由于疫情影响越南的进出口，今年上半年罗布斯塔咖啡豆的批发价格上涨五成，给全球咖啡豆供应带来压力。

水产品出口能力将被削弱。由于新冠疫情从胡志明市向西部、南部省份迅速蔓延，九龙江平原地区严格按照政府第16号指示进行社会隔离，因此从原材料运输到进出口手续、口岸手续等环节都进展缓慢，对企业的生产和交货进度产生很大影响。截至8月底，高达40%至50%的订单延迟交付，约10%至15%的订单被取消。

疫情导致水果出口商不能持续稳定供货，面临失去出口市场的风险。按照防疫规定，越南部分地区限制民众出行时间，不仅使工厂加工产能急剧下降，也大大影响了水果收购的效率。此外，水果出口商还面临物流成本压力，较疫情前，物流成本已增加了数倍。

越南统计总局数据显示，今年8月越南的商品出口成交额约为262亿美元，环比下降6%，同比下降5.4%。

专家表示，疫情是影响进出口的最直接因素，出口增长率大大依赖于越南疫情管控的速度。

**消费降幅达到33.7%**

越南实施的“三就地”和“两点一线”疫情防控措施，正在让很多企业的生产成本和运输成本攀升，尤其给加工制造企业造成了负担。

越南“2021年8月和前8月社会经济形势报告”显示，今年8月，在新冠疫情的再次波动影响下，越南多项经济指标“由增转降”。其中，工业生产指数环比下降4.2%，同比下降7.4%。8月，越南的加工制造同比下降9.2%，采矿业同比下降2.4%，社会消费品零售总额同比下降33.7%，接待的国际游客同比降幅更是达到了43%。

据越南统计总局最新公布数据，第四波新冠肺炎疫情使企业的生产经营活动受到严重影响，今年1至8月越南全国有8.55万家企业退出市场，其中胡志明市退市企业占近30%。

鉴于疫情反弹对经济造成影响，世界银行8月24日发布报告预测，越南2021年经济增长率达4.8%，较2020年12月做出的预测减少了两个百分点。世界银行驻越南代理首席代表认为，越南经济能否在今年下半年复苏取决于当前疫情防控工作的结果。（国际商报09-10）

◎**经贸论坛**

**机遇在前多行业强力拥抱RCEP**

自《区域全面经济伙伴关系协定》（RCEP）签署以来，其积极影响引致各国各行业广泛关注。9月11日，RCEP全国中小企业专题培训班在广西南宁举行，纺织、服装、医药、汽车、新能源等领域多家商协会积极参与，抢抓RCEP商机。

**RCEP机遇惠及各行业**

RCEP是东亚经济一体化建设近20年来最重要的成果。其内容涉及消除内部贸易壁垒、创造和完善自由的投资环境、扩大服务贸易、知识产权保护、竞争政策等诸多领域，对于构建更加稳定、繁荣的东亚经济圈将产生积极而深远的影响。RCEP给各行业提供了发展良机，生产和投资成本大幅减少，从而扩大获利空间。

党中央、国务院高度重视RCEP的生效实施和宣介培训工作。习近平总书记对RCEP的尽早生效实施多次提出明确要求。李克强总理三次召开国务院常务会议研究部署，要求“帮助企业尤其是小微企业熟悉协定规则内容和成员国关税减让情况，熟练掌握原产地证书申领程序、证明材料等要求。引导企业增强转型升级紧迫感，增强专业精神和精益求精意识，提高管理水平，提升参与国际合作与竞争的本领”。胡春华副总理亦指示，要针对中小微企业缺乏人才的短板，有针对性地开展培训，争取最好的效果。

据了解，RCEP采用区域积累的原产地规则，有利于企业在区域布局，优化构建一批新产业链、供应链、价值链和各方之间的信息、产业、资金、人才、技术等要素的流动，推进产业基础高级化、产业链现代化，有利于电子产品、汽车、石化等多个领域的产业链重要环节。同时，也能够为企业带来更大的市场空间，更好地联通国内国际两个市场、两种资源，为各领域开新局。

为此，商务部多措并举全力推进RCEP相关政策内容落地入企：一方面，积极组织深入开展协定宣介培训工作，引导企业充分发挥主观能动性，帮助企业掌握协定规则内容，吃透用好协定的优惠政策，抓住原产地累积带来的贸易扩大的机遇，协调所在地海关指导企业熟练掌握原产地证书申领程序、证明材料等要求。引导中小企业分析原产地累积规则为扩大中间品生产和贸易带来的机遇，帮助他们利用好门槛降低的优惠政策，有针对性地扩大生产贸易规模，扩大获益。另一方面，引导企业积极主动地适应协定实施后环境更加开放和竞争更加充分的新形势，对标国际先进产业水平，提高管理水平，提高产品质量，提升参与国际合作与竞争的本领。此外，一些地方还制订出台对接RCEP具体工作方案。有些地方还探索建立RCEP和自贸协定公共服务平台，为中小企业提供贸易投资一站式服务。

授课专家表示，RCEP带来的国内市场开放，可能会令国内相关产业面临更大的竞争压力。重视风险防控应对，引导中小企业在国际合作中提升竞争力是其关键一环。专家还就企业发展布局提出三点建议：一是结合自身进出口产品深入研究关税减让安排；二是结合自身进出口来源充分利用区域累积规则；三是结合自身生产布局提前谋划供应链优化调整。

成都硅宝科技张晓娅表示，公司涉及到出口的一些国家，都是在RCEP成员国里，后期一些关税的逐步减免对于出口肯定是有好处的。另外，公司后期打算从成员国进口一些原材料，进口关税的减免也能促进进口业务。通过此次培训学到了很多知识，接下来会主动去详细了解一些细节，如原产地证；之后将规划重点开发的国家，包括开发的方向是否偏向于RCEP成员国。

下一步，商务系统和工商联系统将密切配合，组织企业更多更深入地开展RCEP交流培训，为中小企业提供更加优质的公共服务，引导中小企业更好地应对协定实施带来的机遇和挑战，在RCEP带来的更广阔的国际竞争与合作中推动中小企业实现更大发展！

**纺织商会：携手抓机遇应对挑战**

近年来，随着中国与周边国家尤其是东盟国家产能合作的深化，RCEP成员方以中国为中心形成了优势明显的区域产业合作模式。在新形势下，纺织品进出口迎来了机遇与挑战。一方面，中国以其强大的综合竞争实力和稳定完整的产业链优势，保持着大规模的纺织服装直接出口；另一方面，中国企业在积极探索如何利用东盟国家低成本和劳动力资源优势，将部分原有产能和新增产能“溢出”到这些国家。

机遇、挑战共应对。中国纺织品进出口商会提出以下几点建议：

一是认真研究、读懂并运用关税减让表。结合RCEP的关税减让安排，一方面参考减让进度有序扩大相关产品进出口贸易，另一方面根据RCEP各成员国适用不同关税减让幅度的特点，在区域内建立精细完善的分工体系，以充分利用RCEP区域原产地规则获取最大的关税优惠。当同时适用多个自贸协定原产地标准时，企业可从降税产品范围、规则宽严程度、关税减让幅度、操作程序便利程度等多方面进行综合评估，选择最适合自身需求的原产地规则，以降低最终产品的成本。

二是重视分析研判RCEP协定规则，优化区域产业链和供应链安排。在进行国际产能合作和投资布局时，要充分评估RCEP和区域内其他两两自贸协定的原产地、投资等相关规则，择优、择宜使用，在生产成本、原料、产业上下游和市场方面进行更加完善的产业链和价值链调整与布局。

三是关注并研究RCEP各成员国的海关程序、检验检疫、技术标准的规则落地。评估现有进出口环节和物流安排，优化申报模式，缩短贸易时间，简化贸易流程，充分降低贸易成本。

四是积极申请RCEP各成员国针对企业采取的便利措施和优惠政策。利用好贸易便利化、自然人流动、投资等与企业经营管理和贸易投资密切相关的优惠规则。

五是行业层面要形成国际化、区域化的全局思维，要用构建国内外双循环格局的思维来安排产业和市场布局。积极开展转型升级，加强科技和模式创新，优化供应链，整合产业链，提升价值链，实行绿色可持续的行业高标准，在区域内建立行业命运共同体，实现高质量发展。

当前，纺织服装领域取得积极进展。一是原产地规则对中国纺织服装企业在东盟的贸易、投资和供应链布局具有非常显著的引导作用。二是服装全产业链的对外转移从而更能发挥中国纺织服装产业、尤其是中间产品的高端制造优势保持我国在全球供应链中的中心地位。三是通过区域经济一体化推动更多有实力的中资企业“走出去”。四是打造的统一透明的投资环境，有利于增强贸易投资和产业协同，RCEP降低贸易和投资壁垒，打造统一的大市场，有利于中国纺织服装企业在区域内进行资源最优配置，实现国际化布局。

同时，RCEP也带动了中国纱线、面料等中间产品对东盟的出口增长，区域内纺织服装贸易流动性、活跃度和相互依存度显著提升。

中国轻工企业参与全球价值链的趋势向好：一是空间迁移产业转移近年来,国际供应链出现新的演变，中国大陆部分轻工产业向东南亚、南亚乃至非洲转移。二是价值链提升，品牌培育、渠道培育。三是数字化、智能化。四是绿色化。绿色供应链着眼于可持续发展，综合考虑供应链对生态环境的影响。五是区域化。跨境供应链的中高端环节逐渐向美欧等发达国家集聚，低端环节则流向劳动力更密集、资源更富集、成本更低的国家和地区。加工组装环节从中国大陆流向越南、柬埔寨等东南亚国家。产业链的分工合作区域化趋势加强。

中国纺织品进出口商会服装部主任马英表示，在制造和贸易方面，中国纺织服装企业将更有效地利用东盟国家的低成本优势，实现优势互补，构建稳定的产业链和高效的供应链。在产品设计研发、国际营销网络、品牌出海和跨境电商等方面，中国纺织服装企业将有机会发挥自身优势，充分发掘区域市场潜力，实现价值链的提升。

**轻工商会：做好产业发展促进**

轻工商会作为中国最大的轻工外贸进出口商会，按照党中央、国务院的指示精神，积极贯彻商务部立足新阶段、贯彻新理念、构建新格局的要求，充分把握RCEP带来的新发展机遇，助力企业做好产业发展、实现“走出去”。

RCEP带来的主要机遇总体有利于东亚和东南亚形成全球具有竞争力的轻工产业制造中心和消费中心。一是关税减让安排，有利于保持和提升行业出口竞争力。二是原产地累计规则鼓励使用区域内中间品，有利于扩大区域内投资，构建区域内轻工供应链供应链体系。三是根据服务贸易及投资协定，RECP各成员国均采用负面清单方式，对投资做出较高水平的开放承诺，提高了投资政策透明度，减少了投资壁垒，简化了审批程序。成员国相互间为商务管理人员的国际出行提供便利。四是中国在海外投资，也带动了国内装备走出去。五是促进贸易数字化和便利化。

培训会上，商务部国际司副司长杨正伟表示，要提高使用自贸协定的意识，将RCEP等自贸协定融入企业的长期战略规划。只有善用RCEP的企业，未来才能拿到进一步融入区域产业链价值链的“门票”，因此中小企业必须提高意识。

为构建RCEP新发展格局，中国轻工工艺品进出口商会建议从两大层面开展工作。

一是贸易与产业方面。统筹区域内与区域外贸易、出口与进口、贸易与产业。用好RCEP的优惠关税措施，结合进出口产品，具体研究关税减让承诺。掌握原产地累计规则及操作方法，结合进出口来源，充分利用规则带来的优惠。

结合RCEP区域内生产布局，谋划产业链供应链优化调整。对于产业基础较好的地区，要推动较高附加值的上游产业链保留在本地。对于有劳动力成本优势的地区，可主动与有转移需求的地方对接，承接相关部分劳动密集型产业专业，推动本地经济发展。

二是做好产业对接。打造连接“一带一路”沿线地区的跨区域产业链供应链。加强与长三角、大湾区的产业对接，发挥资源禀赋和比较优势，培育利益共享的产业链供应链。利用现有现有产业集群或工业园，与国际重要采购商合作，吸引东部龙头企业进驻。鼓励东部区域龙头供应商，在河南选择资源丰富、配套齐全、政策力度大的工业园，开设“工厂”或“车间”，逐步提高订单规模。提高供应链运营管理能力。顺应国内产业升级趋势，布局研发设计、物流采购、运营管理机构，掌握供应链的核心和关键环节。顺应智能化、数字化发展趋势，推进现有供应商和潜在供应商开展生产流程改造升级，原材料采购实现数字化管理，提升批量生产供应的效能。

记者就此次专题培训采访了部分企业界人士。上海川玉科技企业郑少阳表示，在RCEP框架下，企业迎来新机遇，部分板块的免税也减轻了企业负担，未来将最大限度地利用RCEP这个平台。安徽安利材料科技黄春寿表示，此次培训内容丰富且实用，受益匪浅，接下来公司将根据产品的布局进行研究，找到RCEP新形势下提高企业效益的方法。

未来，轻工商会将进一步发挥行业协调服务作用，继续发挥在贸易促进、信息交流、行业自律、应对摩擦、标准体系建设等方面的作用，积极助力行业企业与RECP各成员国企业在扩大贸易投资，利用好区域原产地累积等重要规则，深化互联互通，应对风险挑战，共同推动轻工业的全面、协调、可持续发展。（国际商报09-16）

**跨境电商出口物流撬动万亿级市场**

“受跨境电商出口贸易目的地的不断增加、出海品类的愈发多样、海外消费力的恢复以及线上购物习惯的持续培养等因素推动，2025年中国跨境电商出口物流行业规模有望超过3.6万亿元，2021-2025年的年复合增长率达22.5%。”艾瑞咨询近日发布的《2021年中国跨境电商出口物流服务商行业研究报告》指出，基于跨境电商行业发展、政策支持及智能技术的发展，跨境电商出口物流行业拥有广阔的发展空间。据艾瑞咨询测算，2020年中国跨境电商出口物流业务规模或达1.29万亿元，5年间的市场增量超过2.3万亿元。

**多因素驱动高增长**

跨境电商出口物流行业发展的整体向好，得益于跨境电商出口行业的快速发展。2020年，中国跨境电商出口市场规模达46479.2亿元，同比增长26.9%。随着中国跨境出口产品向更大量级、更多品类以及更高客单价的趋势发展，艾瑞预计，2025年中国跨境电商出口市场规模将达到15.1万亿元，2020-2025年复合增长率为26.6%。

独立站的快速发展也为跨境电商物流发展提供了市场增量。报告指出，近年来，因可使跨境电商卖家直接掌握消费者数据资产，形成用户画像，便于精准营销和针对性的SKU（库存量单位）规划，独立站作为跨境电商的新兴销售渠道快速发展。此外，第三方跨境电商平台较高的运营成本也助推了中小卖家自建独立站的步伐。2020年，阿里、ebay、亚马逊的平台货币化率（品牌在电商平台的推广费）分别为5.1%、10.3%和22.5%。未来，随着独立站模式的进一步推广，跨境电商物流服务行业会迎来新的增长点。

政策支持及监管方式的不断优化为跨境电商及出口物流服务发展提供了更大的上升空间。

自2018年以来，为促进外贸高质量发展，中国提出“构建跨国物流枢纽网络体系”的目标,并陆续开展“内陆集装箱联运体系”等多个跨国物流基础设施建设专项工程，推动跨境物流运力的多元化、低成本、高时效发展。在加强行业监管的同时，政策还鼓励寄递服务产业上下游融合，共同完善跨境物流网络体系，探索新的业务模式。

例如，2019年3月，国家邮政局、商务部、海关总署联合发布《关于促进跨境电子商务寄递服务高质量发展的若干意见》，鼓励跨境寄递服务企业协同上下游完善跨境寄递服务体系，建立数据交换机制，为企业开发创新业务提供便利；2019年11月，国务院发布的《关于推进贸易高质量发展的指导意见》提出推进跨境基础设施建设与互联互通，加快发展智能化多式联运，旨在提高跨境物流基础设施布局的合理性，降低跨境物流营运成本。

2020年以来，为支持通过跨境电商渠道缓解疫情带来的市场成交压力，国家高频出台政策，为跨境物流产业增设多种运力渠道。如2020年4月，交通运输部、商务部、海关总署等七部门发布的《关于当前更好服务稳外贸工作的通知》提出，支持邮政、快递企业利用国际航班、中欧班列、国际快船等多种渠道，加快缓解当前国际邮件快件积压问题。

**服务体验倒逼发展提速**

跨境电商出口物流链条较长、复杂程度高，涵盖仓储、运输、配送综合式物流及进出口报清关、本地化售后等服务。疫情在加速跨境电商渗透率提升的同时，还使得跨境物流运力紧张，致使运力大幅下降、成本提高，物流服务费用大涨。艾瑞测算，2020年中国跨境电商出口物流业务规模或达1.29万亿元，比2019年的0.7万亿元有显著增长。

随着市场的发展，无论是跨境电商卖家还是终端消费者都对跨境电商出口物流服务提出了更高的运营需求。

“随着网络购物的持续渗透，消费者对于跨境购物消费体验的要求越来越高，快速配送，甚至接近本地化电商平台的配送体验与过长的跨境物流链路间的矛盾愈发凸显，对跨境物流企业的综合运营能力提出了更高的要求。”报告指出，跨境电商平台为了给消费者提供与其在本国消费更为接近的消费体验，往往较为关注跨境物流服务商的时效、包裹纠纷等物流服务质量。根据市场研究机构益普索（Ipsos）和美国在线支付服务商Paypal联合发布的相关报告显示，接近1/4的全球网购消费者认为配送速度是他们选择平台时的关键考量。

此外，跨境电商卖家会基于对跨境物流费用、效率的综合考量，对跨境物流服务商在网路异常情况下的处理、所拥有线路的稳定度、旺季协助出仓等增值服务的能力进行全面评估，选择满足自身差异化运输需求的物流商。（国际商报09-02）

**外贸向好源于制造给力**

近日，海关总署发布了我国前8个月的外贸成绩单，8月我国货物进出口总值达3.43万亿元，同比增长18.9%，单月进出口值创历史新高。尽管上半年的低基数效应渐渐褪去，但近2个月我国外贸表现依然较为强劲，在诸多困难之中走出了相对稳健的步伐，这离不开我国制造业的坚强韧性作保障。

过去一年多，新冠肺炎疫情给全球物流链、产业链造成了一系列连锁反应，给外贸行业带来巨大波动，苏伊士运河拥堵等意外事件也一定程度加剧了外贸行业面临环境的复杂性。一些外贸企业尤其是出口企业既感受到订单纷至沓来的喜悦，也遭遇海运运费大幅上涨却依然订不到货柜的窘迫，而汽车、电子等行业还深受芯片供应不足的困扰。今年以来，受到某些国家货币宽松政策等因素影响，大宗商品价格持续走高，塑料、纸浆、金属矿砂等制造业原材料价格极限挤压出口企业利润。

面对种种困难，我们在对外贸保持谨慎预期的同时，也应当看到，诸多不利因素仍然没有改变我国外贸向好的走势。我国外贸已连续15个月同比正增长，其中出口自去年4月以来已经连续17个月增长。在这背后，是自去年3月以来，我国制造业采购经理指数（PMI）连续18个月位于扩张区间，保持较高的景气水平，为外贸提供了充足动力和强大支撑，也是数以万计的企业与工厂敏锐跟踪并积极响应需求、调整结构、应对困难的努力付出，更是全球门类最齐全的制造业产业链所拥有的较高自主生产能力。

我国制造业适应变化的能力，是其坚强韧性的重要保障。2020年年初，国内制造业遭遇短暂冲击后迅速恢复，面对初期防疫物资紧缺的状况，一大批企业临时改线生产口罩等应急产品，不仅解决了国内的短时急需，口罩等防疫物资也在后续相当长一段时间内成为了出口的显著增长点之一。随着海外居家防疫，我国家电企业生产线高速运转，充分保障了国际上有关消费需求。2020年，我国出口占全球份额创出历史新高。

我国制造业正在积极解决问题，而不是等待“方舟”降临。比如，当国际海运和货柜紧张成为制造业出口的阻碍时，我们就制造更多的集装箱化解难题，出口集装箱数量大增。或许未来一段时间，国际海运费用仍居高难下，原材料价格上涨进一步向成品端传导，我国制造业仍将面对着充满不确定性的环境，但是，我国制造业已经展现出并将继续展现充足韧性，是我国外贸行稳致远的坚强底气。(经济日报09-14)

◎**展会资讯**

瞄准安全有序、创新高效、精彩纷呈三大目标

**第130届广交会筹备工作全力冲刺**

9月14日，在第130届中国进出口商品交易会开幕倒计时30天之际，商务部副部长任鸿斌在国新办举行的发布会上表示，在全球疫情形势仍然复杂严峻、世界经济复苏基础仍不牢固的背景下，举办第130届广交会具有标志性和里程碑意义。

据介绍，本届广交会将由以往的三期调整为一期，时间为5天，线上线下同步举办，按16大类商品设置51个展区。其中，线下展展览面积约40万平方米，以品牌企业为参展主体，着力打造品牌精品展，推动国内国际双循环；线上展保持原有约6万个展位，将继续为2.6万家企业和全球采购商提供线上贸易合作交流平台。同时，本届广交会还将举办首届珠江国际贸易论坛。

“目前，各项准备工作已进入冲刺阶段。我们将认真贯彻落实统筹推进疫情防控和经济社会发展的要求，全力以赴完成各项筹备工作，确保举办一届安全有序、创新高效、精彩纷呈的广交会。”任鸿斌说。

**亮点纷呈多个“首次”**

“第130届广交会将首次线上线下融合举办，这是巩固统筹疫情防控和经济社会发展战略成果的重要举措，是服务构建新发展格局的重要平台，是服务外贸创新发展的重要高地。”任鸿斌如是说。

据了解，本届广交会亮点纷呈，有多个“首次”值得关注。

中国对外贸易中心主任储士家介绍，本届广交会首次以促进国内国际双循环为主题，采取境内外招商双轮驱动策略，充分利用国内国际两个市场、两种资源。通过线上平台吸引全球采购商观展，帮助中国企业保订单拓市场。线下展重点邀请境内采购商和境外采购商在华采购代表，并举办双循环系列对接活动，助力中国外贸企业加快融入双循环，开辟新的市场空间。

首次实行线上线下融合办展。本届广交会进一步升级官网平台，重点开发适合线下应用场景和为线下引流的功能，同时优化线下展览服务，在原有的金融、海关、商检、认证、知识产权等贸易配套服务的基础上，新引入海外仓和航运物流企业，搭建更加完善的贸易服务链。

首届珠江国际贸易论坛将在本届广交会上举办，这是广交会发展史上第一次举办国家级的国际贸易论坛。任鸿斌表示，“以中国的新发展为世界提供新机遇”是本届论坛的主题，将举办主论坛和三场分论坛，努力打造推动国际政商学界共商国际贸易重大前沿问题的高端对话平台，凸显层次高、议题新、成果实三大特点。“下一步，商务部将围绕提升论坛功能、丰富议题、完善机制、拓展成果推动珠江国际贸易论坛高质量发展，持续为世界经济复苏和国际贸易创新发展贡献智慧和力量。”

此外，本届广交会在线上继续设立“乡村振兴”展区的同时，在线下首次设立“乡村振兴特色产品”展区，展示食品、服装、箱包等地方特色产品，帮助企业打通市场流通渠道。

“本届广交会将呈现出一个更加优质的品牌展、精品展。”储士家说，本届广交会线下展览面积约40万平方米，有7500家企业参展，就规模而言，仍然是疫情之下全世界最大规模的线下展会。本届广交会设品牌展位11700个，占线下展位总数的61%，将有2200多家品牌企业参展，优质企业占比与历届广交会相比显著提升。

本届广交会上，创新将成为高频词和新亮点。一方面，广交会自身办展模式不断创新；另一方面，广交会还引导鼓励带动企业创新，助力企业转型升级。本届广交会线上更新上传的展品总量将超过300万件，其中有大量新品上线。

**确保境内外采购商参展安全有序**

近期，国内多地出现散发新冠肺炎病例，国际人员往来受阻，境外采购商难以入场采购。针对这些问题，储士家表示：“在当前疫情防控仍然存在很多不确定性的大背景下，我们将按照‘精准营销、精准邀请、精准服务’和‘境内境外并重、线上线下并重、新老客商并重’的原则，多措并举，加大境内外采购商邀请力度，提升采购商邀请工作的针对性、务实性和有效性。”

一方面，本届广交会境外采购商以线上参会为主。以广交会全球合作伙伴计划和采购商激励计划为抓手，综合运用各类营销渠道开展全球招商，力争境外采购商线上参会，热度不减、数量提升、结构优化。同时，积极邀请在华境外采购商、在华外资企业、境外工商机构和企业驻华代表，以及在华外国商会和境外采购商的代理商线下参会，这是根据当前国际贸易特点和中国对外开放程度的变化作出的有针对性的精准招商策略。

储士家表示，本届广交会将扩大“云推介”活动覆盖面，在40个国家和地区举办52场“云推介”活动，主要选择一些主要贸易伙伴国、“一带一路”沿线国家、RCEP成员等作为“云推介”的重点市场，推介范围涵盖五大洲。

另一方面，线下展以邀请境内采购商为主。将大力邀请境外机构驻华代表、外资企业、跨境电商、境内采购商参会，充分发挥“以内补外”作用，推动国内国际双循环相互促进，努力提升展览成效。

储士家说，第130届广交会将开放境内采购商邀请，这是广交会首次对境内采购商全面开放。向经营范围符合广交会展览题材的境内企业开放邀请，重点加大对大型商超、零售连锁、行业批发、经销代理、电子商务、供应链管理等企业及相关行业商协会的邀请力度。（国际商报09-15）

◎**预警信息**

**欧盟正式发布SVHC物质的SCIP通报数据库：**

**帮助更好地了解产品中的有害物质信息**

赫尔辛基时间2021年9月14日，截至目前，已经有大约6000家欧盟企业向ECHA通报了含有高关注度物质（SVHC）的产品。SCIP数据库也收录了超过400万份物品通报。消费者或企业可以登录SCIP数据库，通过搜索物品名称或品牌，产品类别，材料类型或化学物质名称，查找相关数据。  
SCIP数据库是欧盟发布的第一个有关产品中高关注度物质的公共数据库。通过SCIP数据库，消费者在购买产品时，可以了解产品是否含有有害物质，阅读安全使用说明，从而做出更明智的选择；废品处理商可以进一步了解回收的物品，加大物品的再利用以及材料的循环使用。

根据现有信息，数据库中最常见的通报产品有：

* 机械及其零部件；
* 测量仪器及其零部件；
* 电子设备及其零部件；
* 车辆及其零部件；
* 橡胶制品；
* 家具。

最常见的高关注度物质有：

* 铅（例如：滚珠承轴，电池中）；
* 一氧化铅（例如：灯具，车辆零部件中）；
* 铅钛三氧化物（例如：电锅中）；
* 硅酸，铅盐（例如：铅水晶器皿，车辆涂料中）；
* 德克隆（例如：油漆，胶水中）。

ECHA的执行董事表示，SCIP数据库的发布有助于获取欧盟市场产品中危险化学品的信息。它将有助于对产品中高关注度物质的跟踪，直到它们达到废物阶段，支持我们实现循环经济的目标。我们鼓励大家熟悉并使用数据库。

一位欧盟环境，海洋和渔业专员表示，SCIP数据库的发布是一个里程碑。它使得产品中受关注的化学物质信息变得透明。这些信息对所有人，特别是消费者，废品处理商以及决策者来说，有巨大的价值。感谢所有及时提交信息的公司，这些公司使得数据库得以实现。SCIP数据库是对《欧洲绿色协议》的实施，特别是我们关于循环经济和零污染的行动计划，以及我们的可持续化学品战略是至关重要的一步。

所有计划在欧盟市场投放含有高关注度物质物品的企业都需要进行SCIP通报。为了帮助企业完成SCIP通报，ECHA已经发布了相关指导文件及工具。

**相关背景**

若物品供应商供应含有高关注度物质的物品，需要向ECHA进行通报。该项规定涉及了欧盟市场上含有重量超过0.1%的高关注度物质的产品。该义务基于2018年修订的《欧盟废物框架指令》，并已于2021年1月5日生效。通报的信息存储在SCIP数据库中。公众可以通过数据库搜索到产品和材料的全生命周期的信息（包括废弃阶段）。SCIP数据库能提供各公司的技术信息，这使得物品安全使用得以实现，物品的再利用及回收得以改进。相关技术信息包括：物品识别的信息，安全使用说明，高关注度物质，产品的位置以及所含材料类型等。目前，SCIP数据库已经收录了超过400万份通报信息。这里面可能存在一些重复信息，这是由于同一供应链上的不同企业对相同的物质都进行了通报。因此，ECHA无法预估SCIP数据库中完成通报的物质数量。

**国内企业如何履行SCIP通报义务？**

对于非欧盟境内的物品供应商，SCIP通报的义务由欧盟进口商来履行，非欧盟的企业不受该义务约束，也不被允许提交SCIP通报，但是非欧盟供应商有必要提供其供应产品中的SVHC物质存在信息，以配合其欧盟客户履行SCIP通报义务。非欧盟供应商或者其他第三方可与欧盟进口商签订合同协议，作为外部用户（foreign user）的角色代其行使职责。

**SCIP通报时间节点**

2021年1月5日之前已经投放市场、且SVHC含量超过0.1%的产品，若从该日期之后不再投放市场，无需进行SCIP通报；

2021年1月5日之后投放市场、且SVHC含量超过0.1%的产品，应在产品首次投放市场时进行SCIP通报；

物品中含有2021年1月5日之后新纳入SVHC清单的物质、且含量超过0.1%，则物品供应商应在该物质纳入SVHC清单后，首次将物品投放市场时提交或更新SCIP通报。（希科检测）

**未来10年越南将继续发展煤电**

越南《越南经济》网9月22日报道：越南工贸部8月30日公布了新修改的《2021年至2030年及面向2045年国家电力发展规划》（第8个电力发展规划）征求意见稿。与今年3月份提案相比，新调整的规划草案增加3000兆瓦煤电，减少8170兆瓦可再生能源发电。

报道称，根据政府黎文成副总理的指导意见，越工贸部在汇总各部委和有关单位意见后对今年3月26日呈报政府的《2021年至2030年面向2045年国家电力发展规划》（第8个电力发展规划）草案进行了修改。新修改的规划草案对电源结构进行了调整，即基本负荷情况下，到2030年越南电力总装机容量为130371兆瓦，较3月版草案减少7688兆瓦，高负荷情况下总装机容量为143839兆瓦，减少约6000兆瓦。减少的部分主要为可再生能源，包括陆地和近岸风电下调4190兆瓦，海上风电下调约2000兆瓦，生物质能和其他可再生能源下调1980 兆瓦。太阳能发电（包括屋顶太阳能发电）保持为18640兆瓦不变。煤电上调约3076 兆瓦，达40649 兆瓦。调整后风电、太阳能占电力总装机容量的比重从26.5%下调至23.4%，而煤电占比则从27.2%上调至31%。

越工贸部电力和再生能源局局长黄进勇为此表示，预计未来北方地区电力需求快速增长，中部地区电力需求低且风电和太阳能等初级能源资源丰富。因此原规划草案提出在中部建设一些大型电站以便为北方地区供电。但这样需花费巨大投资以新建输电线，且大量电能传输也会造成浪费。为此，规划草案调整为在北方地区新建电站以保障域内供电并减少使用中部电能，从而下调中部地区再生能源装机容量。

越能源协会主席陈曰义表示，越南无法立即放弃煤电，因为这是满足电价经济和运行最优化、确保供电安全的重要电源。目前再生能源上网比重大已使电力系统运行遇到许多问题，且成效不大，尽管再生能源装机容量大幅上升占比达30%，但发电量占比仅达12%。与此同时，煤电运行稳定，能够保障能源安全，几乎很少风险。（驻越南社会主义共和国大使馆经济商务处09-30）

**尼日利亚政府强调将继续优化投资营商环境**

据《卫报》9月23日报道，对于世界银行近日宣布将停止发布年度《营商环境报告》的决定，尼政府有关人士表示此举无疑令人难过。

世行官方网站在9月16日发布声明称，“在2020年6月有内部报告称2018年和2020年《营商环境报告》数据违规后，世行管理层停发了下一期《营商环境报告》，并发起了一系列对报告及其研究方法的审核和审计。”

对此，尼联邦总统府通过总统营商便利度特别顾问办公室和总统赋能商业环境委员会（PEBEC）秘书欧杜沃（Jumoke Oduwole）博士发表的一份声明称，尼方对此感到难过，但尼方将继续改善其商业环境。

她表示：“我们意识到，私营部门的参与者在与（尼）国内一些部委、部门和机构的互动过程中仍面临诸多挑战。因此，我们仍然将致力于全面改善尼日利亚的营商环境。”（商务部网站09-30）

**2021年10月 这些法规标准即将实施**

**1.欧盟更新批准活性物质二氯吡啶酸**

2021年7月19日，欧盟发布条例(EU) 2021/1191，更新批准活性物质二氯吡啶酸（Clopyralid）。本条例自发布之日起第二十天生效，从2021年10月1日起实施。

欧盟条例(EU) No 540/2011附件进行修订，Part A删除二氯吡啶酸条目，Part B增加相应条目，编号为147。具体批准信息如下：

**2.美国环保署取消毒死蜱残留限量**

2021年8月30日，美国环保署（EPA）发布2021-18091号条例，取消毒死蜱（Chlorpyrifos）的残留限量。

根据目前可获得的数据，并考虑到毒死蜱目前已登记的用途，环保署无法得出结论认为使用毒死蜱导致的总体暴露风险符合《联邦食品、药品和化妆品法》的安全标准。因此，环保署取消了毒死蜱的所有允许量。

此规定自2021年10月29日起生效，所有商品的公差将于2022年2月28日到期。

**3.欧亚经济联盟拟修订肉类和肉类产品安全性技术法规**

2021年4月14日，欧亚经济联盟发布关于肉类和肉类产品安全性技术法规第1号修正案（TP CU 034/2013）。主要修订内容为：

(1)在第17段中增加“用于婴儿食品的肉类产品的实际蛋白质和脂肪不得超过附件4所列的允许水平”；

(2)第106段改为“屠宰产品和肉类产品的标示应符合海关联盟食品产品标识技术条例（TR TC 022/2011）以及本技术条例第107至126段规定的要求，同时符合本款所列要求”；

(3)当标识屠宰产品和肉类产品的营养价值时，蛋白质不低于产品标签中规定数值的80%，脂肪、碳水化合物、能量值（热量）不超过产品标签中规定值的120%。

该修正案自公布之日起180天后（2021年10月11日）生效。

**4.苏格兰发布新的预包装食品标签法规**

2021年8月19日，苏格兰食品标准局发布新的立法，要求苏格兰食品企业在预包装直销（PPDS）食品的标签上加入详细的成分和过敏原信息，该立法将于2021年10月1日成为法律。该法将规定食品企业必须包括产品名称，并确保包括过敏原信息在内的全部成分清单清晰可辨。

预包装直销是指包装的食品，在出售给客户之前不得更改其内容。商品包括三明治、馅饼、汉堡、即食或蛋糕/烘焙食品，这些食品由食品企业在消费者选择之前准备和包装。PPDS标签应包括食品信息法中特别列出的14种“最常见的”过敏原，以及其他可能引发反应的成分。通过这样做，消费者可以清楚和信任他们购买的食品，使那些出于安全和饮食原因需要这些信息的人更容易。这是向前迈出的重要一步，从10月1日起，零售商必须向消费者提供清晰的信息。

**5.乌克兰对玩具安全技术法进行修订**

2021年4月8日，乌克兰公布了2021年3月31日第282号决议，以修订其玩具安全技术法规。最新修正案将化学品要求与玩具安全指令中的要求保持一致。

这项新的修正案将于2021年10月3日生效，与旧法规相比，重要变化如下：

玩具材料的定义和示例：

**6.日本将禁止进口及使用13种PFOA及其盐的相关产品**

2021年8月30日，作为《化审法实施令（修订）》的下位法规，日本经济产业省发布了《关于化审法下化学物质进口通关手续的通知》的修订版，将和《化审法实施令（修订）》一起于2021年10月22日生效。

修订要点如下：

●追加o,p'- dicofol以及PFOA及其盐至附件1的表格（第一种特定化学物质）中；

●追加使用了“PFOA及其盐”的阻水剂等13种产品至附件2的表格（禁止进口产品）中。

**7.巴拿马颁布供人类食用的食品法规**

2021年4月20日，巴拿马食品局发布G/SPS/N/PAN/71号通报，颁布供人类食用的食品法规。法规主要内容如下：

(1)宣布成立巴拿马食品局（APA）；

(2)该法适用于巴拿马国内或进口的用于食品用途的动植物原料、产品和副产品；

(3)规定了巴拿马食品局的结构和职能；

(4)国内食品的生产及进口食品标准要求。

进口食品必须出示原产国主管当局签发的动植物检疫或动植物卫生证书，或巴拿马共和国主管当局认可的食品安全证明，必须与进口加工申请一并提交，并附有农业部要求的其他卫生和/或动植物检疫要求。

进口膳食补充剂，必须具有主管当局签发的健康登记表。

该法规自颁布180天后（2021年10月17日）生效。（厦门WTO工作站）

◎**风向标**

**外贸行业数字化变革引发千亿级市场**

专家建议宁波本土外贸软件企业抓紧布局

去年以来，国家频频出台政策，鼓励外贸企业积极运用和推广数字智能技术，提升传统外贸数字化水平。对此，许多专家认为，外贸行业数字化变革或引发千亿级市场，建议宁波本土外贸软件企业抓紧布局，抢占下一个“蓝海”。

疫情发生以来，很多外贸企业只能在家办公，导致SAAS管理软件的需求井喷。据了解，疫情导致的展会停摆，使线上数字化营销成为广大外贸企业的重要选择。而具有集成外贸管理和数字营销两大功能的SAAS外贸管理软件，去年以来异军突起，深受广大外贸企业欢迎。为鼓励和引导外贸行业数字化变革，去年10月和今年7月，国务院办公厅分别下发的《关于推进对外贸易创新发展的实施意见》《关于加快发展外贸新业态新模式的意见》均明确，支持外贸企业推广数字智能技术，提升数字化水平。

“这次外贸领域数字化改革，经国务院办公厅发文推进，意义重大且影响深远。”总部位于宁波的富通天下创始人周文权说。富通天下全称为“富通天下数字化集成营销管理云平台”，是由宁波中茂网络科技有限公司开发的SAAS软件。富通天下品牌创建近20年来，相继推出了外贸ERP、外贸CRM、外贸专用邮件系统、全球客户搜索系统、展会移动报价系统、跨境电子商务系统等多个外贸软件，从客户邮件的基础管理，到业务财务一体化，再到跨境电子商务平台运营等，实现外贸企业全流程信息化服务。“2021年，公司营收预计突破1.5亿元，力争明年达到２亿元。未来3-5年，我们计划登陆资本市场并实现IPO。”周文权表示。

据了解，目前宁波具有一定规模的外贸软件相关企业有200余家。其中富通天下、世贸通、国际物流、大掌柜等企业位居第一方阵，产品覆盖整个外贸供应链。半年前，赛尔集团旗下东吴国际贸易公司经过反复比选，最终决定采购“富通天下数字化集成营销管理云平台”。“我们希望通过数字化变革，打造‘私域流量’，实现数字化运营，避免过分依赖B2B平台巨头而产生的风险，大幅度降低营销获客成本和运营管理成本，从而提升企业竞争力。”东吴国际相关负责人解释道。

资料显示，宁波拥有进出口实绩的外贸企业达到2.3万家，2020年进出口总额为9786.9亿元。浙大宁波理工学院商学院教授林承亮认为，我市庞大的外贸用户基础和进出口规模，为外贸数字化变革提供了丰富的应用场景和广阔的市场空间，下步要做大做强软件产业，为外贸数字化变革夯实技术根基，这应该是宁波“发展特色软件产业、创建特色软件名城”的良机！（宁波日报09-10）

**电机企业亟须培育外贸竞争新优势**

在全球疫情反复的背景下，中国电机行业展现出了韧性和活力。

目前，尽管原材料价格、海运瓶颈、汇率波动等因素困扰企业，但电机行业的国际市场需求普遍增长，各国制造业明显恢复，支撑中国电机出口的持续增长预期和进出口数据的良好表现。

据中国机电产品进出口商会电工产品分会秘书长张森预测，2021年全年，中国电机进、出口额同比均会有两位数以上增长。

据海关统计，2021年上半年，中国电机产品出口额约为98.9亿美元，同比大幅增长40.6%；进口额约27亿美元，同比增长31%。其中，美国、越南、德国、日本是中国电机主要出口目的地，中国向“一带一路”沿线国家出口电机38.4亿美元，同比大幅增长64.6%；对RCEP国家出口30.2亿美元，同比大幅增长53.3%。日本、德国是中国电机产品的主要进口国。

在大幅增长的同时，中国电机出口仍存诸多困难。诸如原材料价格大幅上涨、国际货运价格飙升、汇率大幅波动等因素持续压缩着中国电机企业的利润空间。因疫情在供需两侧影响和恢复节奏的不同，电机上游钢材、铜等原材料价格直线上涨，原料供应不足，供应周期拉长。根据上海航运交易所的数据，今年以来，中国出口集装箱运价综合指数和上海出口集装箱运价综合指数上升趋势明显，尚未有回落迹象。集装箱租船市场也水涨船高。码头拥塞、集装箱不足、海运瓶颈等都加剧了运力紧张的局面。

今年4月以来，汇率大幅波动给企业带来不利影响。据中国机电产品进出口商会的调研，企业表示收汇有所推迟，结汇汇率低，人民币的升值抵消一部分利润。部分企业反映利润率下降50%以上，现有订单不充足，新订单难签。甚至有部分企业一、二季度处于连续亏损状态。电机企业普遍具有较大规模且有长期供货协议，目前多数企业经营利润微薄。

目前，中国电机产品结构偏向于低层次产品、附加值低，转型之路艰难。“在出口市场，我国中小型电机基本系列产品占比偏大，高技术含量、高附加值产品品种少、产量小、出口少。我国电机行业内部存在较大的分化，多数企业集中于低端产品的生产，行业内企业竞争激烈。”张森表示，近年来，由于国际市场对中国电机价格低、稳定性差等固有印象，叠加欧美、日本等一线品牌长期占领高端市场，中国电机企业进入高端市场格外艰难。在国内，中国庞大的市场需求吸引着国外厂商，纷纷凭借技术、管理等优势抢占市场。

另外，电机行业也存在竞争压力大、产品同质化严重、企业缺乏高水平技术人才及管理人员的问题。

面对出口困难，中国电机企业须加快转型升级步伐，积极开拓新兴市场。中国电机企业须以高效节能和智能制造为发展方向，响应“双碳”目标。在绿色低碳的发展趋势下，电机企业必将成为工业领域节能减排的排头兵。原材料上涨导致企业生产成本不断上升，也倒逼企业转型升级，提高产品附加值。

张森表示，“中国电机企业须不断增强品牌意识，增加研发投入，提升自主创新能力，优化电机企业的生产技术、装备、工艺、材料等，推动我国电机能效与国际标准接轨，淘汰大部分低能效电机产品，全方面打造世界一流清洁高效节能的电机产品，朝着可靠、低噪、高效直流、智能控制的方向发展”。

此外，当前，经济全球化和自由贸易受到单边主义、逆全球化的严峻挑战，中国电机企业需积极调整应对，多元化布局，开拓新兴市场。张森表示，“中国电机企业要拓展‘一带一路’及RCEP国际市场，了解这些国家的市场需求、技术标准、人文环境、法律法规等情况。政府部门充分利用外贸专项发展资金的引导作用，培训企业利用好自贸区政策开拓海外市场，引导企业加大技术创新等投入，培育外贸竞争新优势”。（国际商报09-03）

**纺织品服装出口仍有广阔机遇**

2021年1-7月中国纺织服装累计出口额同比有所下降，但与2019年同期相比仍呈增长态势。其中，7月中国纺织服装出口额出现同比下降、环比增长的局面。

业内人士认为，虽然目前中国纺织品服装出口增速放缓，但长期来看，在多个积极因素的影响下，中国纺织品服装出口仍存广阔的市场机遇。

2021年1-7月，中国纺织服装累计出口额10902.1亿元，同比下降0.93%，比2019年同期增长5.5%。7月纺织服装出口额1813.9亿元，同比下降18.24%，环比增长1.82%，比2019年同期下降4.21%。其中，纺织品出口额750.6亿元，同比下降33.73%，环比下降6.90%，比2019年同期增长1.30%；服装出口额1063.3亿元，同比下降2.08%，环比增长9.03%，比2019年同期下降7.76%。

“今年7月，全球疫情反复，欧美日疫情再度升级，印度疫情严重，巴西疫情缓慢好转，全球纺织产业链供应链供给能力受到削弱，部分东南亚订单回流中国，并带动国内纺织市场表现好于疫情前水平。”卓创资讯分析师刘杰表示，美国、东盟、欧盟和日本四大市场合计占中国纺织品出口总额的55%。今年上半年，中国对美国和东盟的纺织品出口保持较为稳定的增长，对欧盟和日本的纺织品出口增长相对放缓或下降。

具体而言，1-6月，中国对美国纺织品服装出口额达到253.1亿美元，同比增长12.8%，比2019年同期增长19.4%。

中国对东盟纺织服装出口额227.3亿美元，同比增长36%，比2019年同期增长23.5%。其中重点商品纱线面料出口额同比增长40.8%，比2019年增长6.9%。东盟在中国纺织服装出口市场中的份额进一步提升至15.8%，比2020年上升2.4个百分点，首次超越欧盟。

中国对欧盟纺织服装出口额212.2亿美元，同比下降19.1%，其中二季度各月平均降幅高达43.2%，其中主要是由防疫物资迅速减少带动，二季度对欧盟医用口罩和防护服出口额合计下降94%。重点商品针梭织服装出口额增长24.5%，比2019年增长3.7%。

中国对日本纺织服装出口额96.5亿美元，同比下降8.2%，比2019年同期增长6.6%。

据卓创资讯调研，当前，中国纺织企业普遍反馈订单相对充足，部分企业订单排单至9月中旬前后，产品库存低位。但原燃材料价格上涨、海运物流成本高企等困难和挑战大使得企业经营压力增大、盈利空间受到挤压。此外，全球通胀压力较大，美联储加息预期升温，疫情发展仍有不确定性，纺织企业接单谨慎，并对后期出口形势普遍持观望态度，原料多随用随采。

刘杰分析，“短期来看，‘金九银十’传统旺季即将到来，加之东南亚疫情仍未得到控制，前8个月中国纺织品服装出口仍有望保持稳定增长，但因基期水平较高，8月当月同比降幅也可能较为明显。长期来看，随着未来区域全面经济伙伴关系协定（RCEP）正式生效，以及‘一带一路’贸易额持续增长等积极因素影响，中国纺织品服装国际市场份额有望继续巩固，中国纺织服装行业仍大有可为。”（国际商报09-03）

◎**企业风采**

**16家甬企入围中国民企500强**

数量名列全国城市前十，9家企业同时上榜中国企业500强

9月25日，“2021中国企业500强”榜单和“2021中国民营企业500强”榜单相继出炉。记者从有关部门获悉，宁波有9家企业入围中国企业500强，较上年减少1家；16家民企入围中国民营企业500强，较上年增加1家，上榜企业数量名列全国城市前十、浙江第二。

中国企业500强是由中国企业联合会、中国企业家协会按国际惯例组织评选、发布的企业排行榜，国企和民企均可自愿申报。“2021中国企业500强”入围门槛从去年的360亿元提高到392亿元，宁波上榜企业分别是雅戈尔集团股份有限公司、宁波金田投资控股有限公司、中基宁波集团股份有限公司、奥克斯集团、浙江前程投资股份有限公司、远大物产集团、宁波均胜电子股份有限公司、宁波富邦控股集团有限公司和得力集团有限公司。其中，雅戈尔集团和金田控股营收均突破千亿元，分别达1048.1亿元和1038.2亿元；浙江前程投资营收增长最快，2020年度营业收入较上年增加127.6亿元。去年入围的舜宇光学今年跌出榜单。

中国企业联合会、中国企业家协会昨日还发布了“2021中国制造业企业500强”“2021中国服务业企业500强”，宁波各有17家和15家企业入围。在同步亮相的“2021中国跨国公司100大及跨国指数”“中国战略性新兴产业领军企业100强”榜单中，均胜、申洲和金田控股分别入围。其中，均胜电子海外营收达到360.7亿元，海外员工总数48220人；申洲海外营收124亿元，海外员工42800人。

中国民营企业500强由全国工商联根据上规模民营企业调研结果排名。今年，全国工商联对5785家年营业收入5亿元以上的企业开展了调研，从中产生500强。宁波除入围中国企业500强的9家民企外，还有舜宇集团有限公司、利时集团股份有限公司、韵达控股股份有限公司、太平鸟集团有限公司、宁波申洲针织有限公司、宁波博洋控股集团有限公司、中哲控股集团有限公司等7家民企上榜。其中，韵达控股和中哲控股为今年新上榜企业。另外，宁波有20家企业入围“2021中国民营企业制造业500强”，上榜企业数量与去年持平；4家企业上榜“2021中国民营企业服务业百强”，较上年增加2家。

宁波市工商联、江厦智库联合发布的《2021年宁波市上规模民营企业调研报告》显示，参与调研的174家上规模民营企业2020年度营业收入总额达1.31万亿元，净资产总额4150.24亿元，利润总额704亿元，均创历史新高。其中，利润总额较上年增长了28%。

据悉，“2021中国企业500强”营业收入超过1000亿元的企业有222家，宁波占比仅1%。未来，我市培育和打造一批“大而强”的龙头企业之路任重道远。（宁波日报09-26）

从外销明星到内销冠军**——**

**解码乐歌股份的“双循环”打法**

打开乐歌人体工学科技股份有限公司2021年半年报，公司线性驱动核心产品销售收入同比增长252%、产品在亚马逊升降桌品类中销量第一、跨境电商销售收入同比增长132%等数据，无不彰显着乐歌作为外贸“小巨人”的硬核实力。

内销方面，上半年乐歌的销售额超过1亿元，还在今年6月1日至18日拿下了淘宝、京东等电商平台升降桌类目销量第一。目前，乐歌升降桌产品在京东和天猫平台的市场占有率已超过60%。

这家明星企业为何能成为内外销“双料冠军”？记者了解到，乐歌有一套独特的“双循环”打法。

“早在2004年，乐歌就将内销写进了公司战略。”乐歌股份董事长项乐宏认为，在国际市场逐渐饱和的情况下，打开内销之路，实现外贸内销“两条腿”走路，是宁波外贸高质量发展的必然选择。然而，发展内销要靠品牌和渠道，当年没有营销渠道的乐歌，内销之路走得并不顺畅。

15年的坚持之后，是乐歌的厚积薄发。

借助外贸优势，乐歌搭建起全价值链业务模式，产业链覆盖市场调研、产品企划、研发设计、供应链管理、生产制造、渠道建设、品牌营销和售后服务。2019年，乐歌的国内市场销售终于有了重大突破，并于次年抢占“宅经济”风口，借助各类电商平台，升降桌等产品销量快速上升，内销事业进入高速发展期。

“对于外贸企业而言，要走好‘双循环’的路子，关键在于内销。而做内销关键看市场需求。”项乐宏说，随着人们生活水平的提高，健康理念深入人心，消费升级持续影响着市场需求，人体工学线性驱动办公、家居市场已成为蓝海，这是乐歌能在国内市场异军突起的重要原因。

打铁还需自身硬。项乐宏一直坚信，在顺应市场需求、紧抓供求关系的过程中，企业的创新能力也不能落下，要拥有自主知识产权、用户信任的自主品牌和自己的渠道。

这两年，中国居民对儿童健康和教育日益重视，乐歌适时推出可升降的智能电动学习桌，增设多种人性化功能，解决孩子学习痛点；为响应国家共同富裕和碳中和号召，乐歌就地取材，推出原生态竹木升降桌，一年内帮助农户增收1000万元；在营销渠道上，乐歌线上线下全方位打通，建立自营账号矩阵，与红人达成多元合作，在提升品牌知名度的同时全方位吸引流量……

“下半年，我们将在线下开办数家乐歌升降桌产品体验店，推出更多健康办公、智慧家居领域的线性驱动技术应用产品。接下来三年，乐歌内销领域的同比增长率将不会低于100%。”项乐宏对此充满信心。

点评

推动内外贸一体化是我国双循环新发展格局构建的重要组成部分。宁波是我国外贸大市，外向型经济特征明显，新形势下加快培育完整的内需体系、有效防范外部需求萎缩风险，是支撑经济中高速增长、培育参与国际经济合作和竞争新优势的必然选择。

乐歌公司正是立足国内消费需求升级的特点，加快转型升级、建立品牌价值，从而推动自身高质量发展的代表，是宁波外贸企业逆势发展的典范。（宁波日报09-16）