

商务部:“外资24条”超六成政策举措已落实或取得积极进展

本报讯 2月5日,国务院新闻办公室举行国务院政策例行吹风会,介绍营造市场化、法治化、国际化一流营商环境有关情况。商务部外国投资管理司司长朱冰介绍,前不久,商务部会同有关部门对“外资24条”的落实情况进

行了阶段性的梳理评估,并采用问卷调查和座谈会的形式,听取了外资企业的评价。总体来看,超过六成的政策举措已经落实,或者已经取得了积极进展,绝大部分外资企业整体评价良好。(来源:新华社)

日本大阪世博会中国馆开工仪式举办

中国参展大阪世博会工作迈出关键一步

■ 本报记者 谢雷鸣

生动实践,集中阐释了人与自然和谐共生的发展理念。中国馆将在承载过往的基础上,积极传递中华现代文明、介绍中国日新月异的发展成就,展现开放、包容、友好的中国形象,助力构建人类命运共同体的宏伟事业。

中国建筑科学研究院是中国馆的全过程咨询单位。中国建筑科学研究院有限公司董事长王俊表示,中国建筑科学研究院将把中国“天人合一”等传统生态思想与先进艺术展陈手段融合起来,努力让中国馆成为凸显中国特色、承载中国文化、展现中国风采的世博会精品。

嘉宾对中国馆充满期待

出席开工仪式的嘉宾对大阪世博会及中国馆充满期待。

吴江浩表示,中日两国在世博会方面合作基础良好,期待大阪世博会成为促进中日文化交流,增进民众相互理解的重要契机。

吉村洋文表示,2025年是大阪与上海市及江苏省建立友好交流关系45周年的重要年份,希望以大阪世博会中国馆为契机,进一步加深中日两国,以及大阪市和中国友好省市的友谊,也希望中国继续对大阪世博会举办给予支持。

石毛博行表示,大阪世博会中国馆值得期待,非常高兴看到中国馆正式开工建设。希望有更多中国朋友届时赴大阪领略世博会的魅力。

高质量推进筹备工作

据了解,之后,中国贸促会将

与有关各方紧密协作,高标准、高质量推进中国馆筹备工作。

一是全力推进施工建设。发挥专业建设团队力量,安全、高效、简约开展施工,确保“中华书简”以昂扬姿态精彩亮相大阪世博园。

二是精心做好展陈设计。组织国家级策展阵容,生动阐释中华优秀传统文化及人与自然生命共同体理念,立体展示可信、可爱、可敬的中国,推动中外文明交流、民心相通。

三是启动中国省市区参展工作。聚焦中国馆主题,突出地域特色,精心谋划、高效组织,使中国馆成为亮点纷呈的人文交流舞台、集成高效的务实合作平台。

贸促要闻

中新两国经济合作论坛及商务理事会会议举办

本报讯 2024年中新两国经济合作论坛日前在新加坡举办。来自中新两国各界人士共200余人参加活动。论坛期间,中新商务理事会召开了第二次会议。

中国国际贸易促进委员会会长任鸿斌在致辞时表示,中国和新加坡互为友好近邻和重要合作伙伴,经贸合作始终是中新关系发展的动力源。中国连续10年保持新加坡最大贸易伙伴国地位,新加坡连续10年保持中国第一大新增外资来源国地位。两国在推动共建“一带一路”方面取得了丰硕成果。2023年底,中新两国达成进一步升级《自由贸易协定》议定书,必将成为推动中新经贸关系新的里程碑。

活动期间,中国企业家协会代表团与新加坡有关部门签署了5份双边合作协议。(李文)

2024年“翰墨飘香迎新年”写春联送祝福活动举办

为弘扬中华优秀传统文化,积极营造团结奋进、喜庆祥和的节日氛围,中国贸促会直属机关工会日前在机关礼堂举办“翰墨飘香迎新年”写春联送祝福活动。中国贸促会党组成员、副会长陈建安出席活动。来自中央和国家机关的8位书法家挥毫泼墨,为干部职工现场书写春联、福字400余套。机关各部门和部分直属单位300余名干部职工参加活动。活动现场洋溢着浓浓的喜庆氛围。参加活动的干部职工普遍反映,此次写春联送祝福活动带来了春天的气息,带来了节日的氛围。书法家亲笔书写的春联福字,带着温暖传递到手中,让大家倍感温暖,也更加感受到会党组的关心关爱。大家表示,新的一年将立足本职岗位,勇于进取,顽强拼搏,为贸促事业高质量发展贡献力量。(来源:中国贸促会直属机关工会)

编辑:钱颖 联系电话:010-64664888-2041
制版:耿晓倩 E-mail:maoyibao1@163.com

本报常年法律顾问
北京市炜衡律师事务所
赵继明 赵继云 律师
电话:010-62684388



官方微博



官方微信

新春走基层

春节将至,人们热衷于赶集市、办年货。新春“购物车”满载着人民群众对美好生活的向往,激发了消费市场的活力。忙碌了一年,大家都想在年末感受喜庆、蓄力未来。在山东济南,年货购物节引发购物热潮。

1月26日至2月5日,2024全国年货购物节暨第二十一届济南年货会在舜耕国际会展中心举办。济南年货会是大型节庆消费类会展项目。今年,展会由国际展区和国内展区两部分组成。国际展品区有来自法国、泰国等国家和地区的国际性品牌参展,全球特色产品在此集中展示,国内展区有来自北京、上海、江苏、浙江、四川、海南等省区市的千余家企业参与,全国各地的特色食品、酒水、农产品、家居用品、工艺品、土特产品、服装服饰、民俗用品集中亮相。

日前记者走进展厅,看到助农展位上“莱芜农产好品 第一书记倾情售卖”字样吸引许多观众。“莱芜小姜、大蒜是我们主要的助农产品。”莱芜区羊里街道梁王石村第一书记王远海热情地介绍说,“我们叫它‘漂亮姜’‘漂亮蒜’。这里卖的产品,由村里大叔大妈剥皮、装袋,处理得很仔细、很干净。”在他的热情招揽下,姜、蒜十分畅销。

除了鲜姜生蒜这样的农产品,展台上还展示着瓶装啤酒、花生油、大豆油、调味品、煎饼等产品。王远海表示,“我们在设法增加农副产品的附加值,帮助村民增收。”

据悉,王远海去年整合资源,带领乡亲们成立了公司,设计注册了“十八王石”商标。本次在展会现场展示的德尔夫啤酒、小米煎饼、山沟沟花生油均是公司的在营产品,在营种类已超过十种。“今年我们积极参加年货会,希望借助节庆平台促增收,进一步扩大产品的知名度、影响力。”他说。

东西协作消费帮扶,是今年展会最突出的主题。“东西很全,过年的干果在这儿都能买齐。”市民王先生收获满满。新疆喀什的骏枣、西梅、马牙瓜子、冻干无花果干等展品十分吸睛。新疆展区负责人介绍说,针对本届年货会的选品问题,喀什地区提前召开了农副产品产销对接会,从众多特色产品中选出200多种,将其带到济南年货会的平台。

临夏、武隆、湘西……单看门楣的名称,就能感受到产品的丰富多彩。湘西腊肉、腊肠、黑猪辣猪蹄等肉制产品,紫色莓茶、毛尖茶等湘西地理标志产品,山东对口支援地区新疆麦盖提县的大枣,小青柑、橙子等新鲜水果,牛肉干、蜂蜜、大列巴、沙棘汁等特色风味……天南地北特产好物齐聚济南,大家可一站式购齐。观众畅享多彩年俗文化和年货特产,也在消费帮扶中传递爱心。



持续推进高水平开放 优化对外贸易发展环境

■ 本报记者 刘国民

对外经济贸易大学北京企业国际化经营研究基地和中国企业国际化经营研究中心与社会科学文献出版社近日共同发布了《企业海外发展蓝皮书:中国企业海外发展报告(2023)》(以下简称《报告》)。

2023年中国深入推进“一带一路”贸易畅通,不断拓展外贸发展空间。《报告》认为,中国要办好广交会、进博会、服贸会等展会,搭建高水平的对外开放平台。对外贸易经营者备案登记制度的全面取消进一步优化了营商环境,中国应继续坚定推进贸易自由化便利化,加大对外贸企业开拓市场的服务保障力度,

释放对外贸易增长潜力。

在《报告》看来,数字经济成为全球经济新的增长点 and 重要竞争优势,数字贸易是未来贸易发展方向。2023年中国抓住机遇,加快推进数字贸易发展,建设好粤港澳大湾区全球贸易数字化领航区,推动实现贸易各个环节的数字化赋能升级。2023年中国持续高质量实施RCEP,积极推动签订更多高标准自贸协定。在《报告》看来,RCEP明确以更加开放的态度对待数字贸易,在促进跨境贸易的同时也积极规范跨境数据传输,大幅降低了各类企业参与国际贸易的门槛,为跨境电商等贸易新业态及中小微外贸企业创造了更多参与国际合作的机会。在跨境电商服务平台与推动物流服务体系等方面,RCEP同样对成员国做出了一系列要求和规定,能够显著提升成员国之间数字贸易的便利性和安全性。《报告》认为,中国要依托跨境电商综试区,进一步完善跨境电商物流基础设施,引导跨境电商企业合规经营,推动对外贸易新业态新模式的持续健康发展。

为助力稳外贸,《报告》还建议,中国要用好中央财政资金,支持对外贸易稳存量、扩增量。一是积极满足中小微企业的对外贸易融资需求,加大进

出口信贷支持力度,鼓励银行和保险机构扩大保单融资增信合作。二是进一步发挥出口信用保险的作用,扩大承保规模和覆盖面。三是提升贸易便利化水平,做好外贸货物高效通畅运输保障,提升口岸通关效率,优化企业对外贸易的发展环境。有关部门还可加强对外贸企业的培训指导,加大对外贸企业的培育力度,帮助企业妥善应对国外不合理贸易限制措施,提供预警和法律服务。此外,要优化跨境结算服务,扩大跨境贸易人民币结算规模,更好满足对外贸易企业汇率避险和跨境人民币结算需求。

出口信贷支持力度,鼓励银行和保险机构扩大保单融资增信合作。二是进一步发挥出口信用保险的作用,扩大承保规模和覆盖面。三是提升贸易便利化水平,做好外贸货物高效通畅运输保障,提升口岸通关效率,优化企业对外贸易的发展环境。有关部门还可加强对外贸企业的培训指导,加大对外贸企业的培育力度,帮助企业妥善应对国外不合理贸易限制措施,提供预警和法律服务。此外,要优化跨境结算服务,扩大跨境贸易人民币结算规模,更好满足对外贸易企业汇率避险和跨境人民币结算需求。

小脐橙走向大世界

■ 本报特约记者 郭艳 实习记者 隋雁萌

已初具10亿元的规模。

闵女士告诉记者,在过去的一年中,公司主要对外出口农副产品,虽然2023年的对外出口曾因各种原因受到不同程度的影响,“但是我们的外贸销售额还是做到了稳步增长,增长了8%。”

外贸销售额的稳步增长得益于归姑集团近年来采用的“电商+网红+直播+短视频”的线上营销新模式。闵女士介绍道,一方面集团采取双语直播方式,在海外抖音与阿里巴巴等电商平台上加大宣传力度,做到了国际市场稳步扩展;另一方面公司在2021年建造了1900平方米智能化直播基地,培养自己的网红,每天12小时不间断直播带货,实现“线上引流、线下体验”,带动柑橘精深加工产品销售。“运用新媒体进行营销,给我们的外贸销售带来了新的模式,”闵女士告诉记者,“同时还增加了客源,

加强了品牌推广。”

宜昌地区也有许多公司都采取了类似的线上营销模式。例如宜昌自贸片区跨境电商产业园内截至目前就已经培育4家跨境电商企业,他们利用跨境直播平台阿里巴巴国际站、亚马逊等海外社媒平台直播150余场,吸引消费者观看70万人次,产品主要出口北美、南美、中东、印尼等。

对此,商务部研究院电子研究所副研究员洪勇接受采访时指出,“电商+网红+直播+短视频”模式通过线上互动性强、传播速度快的特点,使宜昌地区的公司在国际市场上能迅速提高产品曝光度和品牌知名度。网红主播以其影响力吸引大量关注,并实时展示产品特性与优势,增强消费者购买意愿,而电商平台则提供了一个无国界的销售环境,助力企业高效拓展海

外市场。

知名跨境电商专家张周平告诉记者:“该模式也是当前全球电商市场的主流方式之一,‘电商+网红+直播+短视频’把几大要素集聚起来,将产生更大的传播效应。”

谈起2024年的外贸计划,闵女士表示公司设定了新的目标,“公司希望今年的外贸销售额能在去年的基础上增长10%,也会把部分国际市场进行转移,例如将已有的部分中东市场转移到南美、东南亚市场。我们有拓展新市场的计划,公司会根据新市场配合开发新的产品”

然而转移市场与开拓新市场并非易事,闵女士告诉记者,公司在刚开始利用电商平台进行对外贸易时,就曾遇到过因文化差异等而影响产品在国际市场上销售不理想的情况。

对此,洪勇指出,公司在考

虑进入国际市场时需要综合考虑多种因素,既要深入了解目标市场的文化背景,也要严格遵守目标市场的相关法律法规,更要深入分析市场需求,如消费趋势、竞争对手状况及价格接受度等,从而制定出精准的市场战略。张周平则认为:“面对文化差异,对于企业来说能做的就是要长期、不断地教育市场,通过各种方式让消费者加强认知,从而带动消费。”

小小的脐橙借助电商外贸这股春风,将归归特色带到世界各地。“接下来我会根据市场的变化,及时开发新品,迎合新市场需求,利用数字化和新媒体品牌出海,建立海外仓库等,深入目标市场,求得新的发展机遇,并实时记录客户反馈,通过供销联合,扩大经营范围,培养客户黏度,把归姑品牌和归姑产品推向世界。”闵女士说。