

安徽省进出口商会通讯 目 录

安徽省进出口商会通讯

2026 年第 9 期总 208 期

2026 年 9 月 28 日

安徽省进出口商会通讯编委会

主 任:张丹宁

副 主 任:王敏智 柳夕良

宋道木 王消帆

魏 洁 陈 晔

赵先贺 鲁文光

张桂韧 周 波

丁伯芳 李钰涵

李二敏 王 颖

史元庆 张 鹏

张贵兵 于建国

杨 国 杨晓刚

刘 昕 梁 清

薛 源 陆 川

李宏涛 唐 博

刘宏伟 梁 明

何 尧 周文平

代明友 傅宏林

唐文生 赵 军

章美容 马 磊

闵永浩

主 编:张丹宁

执行主编:柳夕良

本期责任编辑:车 鸣

热点聚焦

- 习近平就发展先进制造业作出重要指示……………(1)
- 前 8 月外贸颀高 大家都是贡献者和受益人……………(2)
- 商务部回应近期经贸热点话题……………(3)
- 中国家居出海迈入“精耕时代”……………(4)
- 连续 6 个月超千亿元! 安徽前 8 个月外贸增长 35.5%, 全国第 3 位……………(6)
- 安徽机电产品实力“圈粉”全球市场……………(6)
- 我省首笔跨国公司本外币跨境资金集中运营业务落地……………(7)
- “先查验后装运”监管模式落地芜湖 企业出货稳定性大幅提升……………(8)

通知公告

- 商务部 工业和信息化部 市场监管总局关于印发《汽车行业境外竞争行为与合规建设指引》的通知……………(9)
- 安徽省商务厅 安徽省发展和改革委员会 安徽省财政厅关于印发《利用外资固稳促优若干举措》的通知……………(10)

工作研究

- 关于 AI 新经济的争议与思辨……………(12)
- 国际贸易的未来在哪里? DMCC 这份报告点明四股力量……………(15)

经贸信息

- 英国允许钴在玩具中的特定用途……………(8)
- G20 通过“卡罗莱纳”原则 呼吁克制 AI 新规……………(16)

商会动态

- 我会参加 2026“迎进博、促合作、谋发展”交流大会……………(17)

会员天地

- 安徽合力荣获 2026 中国司库建设标杆企业“司南奖”……………(18)
- 技术公司煤炭外贸交出亮眼答卷……………(18)
- 以创新破局 凭设计出彩——轻工国际自主研发产品再获广交会设计创新奖奖项……………(19)

案例分析

- 产品质量问题是信用险除外责任.....(20)

展会信息

- 2027 亚洲酒店用品设施展览会暨中国酒店与餐饮用品博览会.....(22)
- 2027 年法国巴黎国际服装采购展.....(23)

跨境电商

- 数字丝路发展提速 双向赋能经贸合作.....(24)
- 亚马逊发布“标杆新卖家孵化计划” 三年帮 2000 个品牌销售额破亿.....(25)

一带一路

- 共享机遇促共赢 东博会助推中国—东盟经贸合作向新向深.....(26)
- “一带一路”的温度藏在这些细节里.....(27)

它山之石

- 江苏首票输柬埔寨自助打印中国—东盟自贸区原产地证书落地苏州.....(30)

外贸知识

- 一文讲透欧盟两大环保法规:RoHS 与 REACH 有何区别?.....(29)

入会指南

- 入会指南.....(16)

封面 全省重点产业集群外贸专题培训班(第3期)在六安举办
封二 全省重点产业集群外贸专题培训班在芜湖、六安同步举办
封三 校企携手促外贸 产教融合育人才
——安徽大学经济学院与我会开展交流合作

安徽省进出口商会通讯

Anhui Chamber of Commerce for Import & Export Newsletter

2026 第 9 期

总第 208 期



习近平就发展先进制造业作出重要指示

连续6个月超千亿元!安徽前8个月外贸增长30.0%,全国第3位

商务部 工业和信息化部 市场监管总局关于印发《汽车行业境外竞争行为与合规建设指引》的通知
全省重点产业集群外贸专题培训班在芜湖、六安同步举办

内 部 资 料 免 费 交 流

安徽省内部资料性出版物准印证号:皖L00-108

安徽省进出口商会网站 www.acci.org.cn

通讯地址:安徽省合肥市金寨路 381 号

九州大厦十二楼

电 话:0551-62622500 62622185

邮 编:230061

电子邮箱: shhyb@accie.org.cn

安徽省进出口商会会员群 QQ:135871518

安徽省进出口商会培训群 QQ:135227419

安徽省内部资料性出版物准印证号:皖 L00-108

(内部资料,免费交流)

习近平就发展先进制造业作出重要指示

习近平就发展先进制造业作出重要指示强调
持续做大做强先进制造业
为推进中国式现代化提供有力支撑
李强出席全国先进制造业大会并讲话

新华社北京9月17日电 中共中央总书记、国家主席、中央军委主席习近平近日就发展先进制造业作出重要指示指出,党的十八大以来,我国先进制造业不断发展壮大,创新力、竞争力、综合实力显著增强,制造强国建设迈出坚实步伐。

习近平强调,新征程上,要以新时代中国特色社会主义思想为指导,完整准确全面贯彻新发展理念,统筹高质量发展和高水平安全,坚持智能化、绿色化、融合化方向,持续做大做强先进制造业,提升产业链自主可控水平,加快构建以先进制造业为骨干的现代化产业体系,巩固壮大实体经济根基,为推进中国式现代化提供有力支撑。

全国先进制造业大会9月16日至17日在京召开。会上传达了习近平重要指示。中共中央政治局常委、国务院总理李强出席会议并讲话。

李强在讲话中指出,习近平总书记的重要指示深刻阐述了发展先进制造业的重大意义、方向路径和重点任务,具有很强的战略性、指导性、针对性,为做好相关工作提供了重要遵循。我们要认真学习领会,坚决贯彻落实,把发展先进制造业作为一项重要战略任务,持续用力、久久为功,坚定不移朝着建设制造强国目标迈进。

李强强调,要顺应新一轮科技革命和产业变革趋势,以新一代智能制造为主攻方向,发展策略上更加注重数智赋能,技术路线上更加注重高端自主,生产方式上更加注重绿色低碳,场景业态上更加注重跨界融合,着力推动制造业智能化、绿色化、融合化发展。

李强指出,要聚焦重点领域综合施策、精准发力,不断提升先进制造业的创新力、竞争力、综合实

力。打造产业创新驱动引擎,筑牢基础研究支撑,强化关键核心技术攻关,深化科技成果转化应用。加快新兴产业规模应用,加强未来产业前瞻布局,推动传统产业焕新升级。纵深开展“人工智能+制造”行动,加大对企业数智化转型引导支持力度,夯实智能软硬件基础。推动先进制造业和现代服务业深度融合,创新发展服务型制造。因地制宜培育壮大先进制造业集群,分类分层推动提质升级。持续深化改革开放,强化企业主体地位,加强政策和要素供给,营造良好发展环境,不断增强先进制造业发展的动力活力。

中共中央政治局委员、国务院副总理张国清在总结讲话中表示,要深入学习贯彻习近平总书记重要指示精神,落实李强总理讲话要求,切实增强发展先进制造业的紧迫感责任感使命感。要突出重点、抓住关键,深入实施重点产业链高质量发展行动,大力发展新一代智能制造,加快促进产业体系升级和融合发展,扎实推动各项任务落实。要着眼更好发挥市场机制作用,加快构建高质量标准体系,持续整治无序非理性竞争,积极帮助企业解决实际困难,着力营造先进制造业发展的良好生态。

工业和信息化部、国家发展改革委、国务院国资委、江苏省、湖北省负责同志作交流发言。

吴政隆出席会议。

会议以电视电话会议形式召开。各省、自治区、直辖市和计划单列市、新疆生产建设兵团,中央和国家机关有关部门、有关人民团体,中央管理的部分金融机构、企业,中央军委机关有关部门,制造业领域有关企业负责同志等参加会议。

(来源:新华社)

前8月外贸飚高

大家都是贡献者和受益人

中国外贸太提气!

海关总署9月8日发布的数据显示,今年前8个月,中国货物贸易进出口总值34.78万亿元,同比增速继续上行至17.6%,较前7个月加快0.3个百分点。其中,出口20.17万亿元,增长14.6%;进口14.61万亿元,增长22%。

8月当月,中国进出口4.65万亿元,增长19.8%。其中,出口、进口分别增长18.6%、21.7%,连续4个月同时保持两位数增长,进口月度同比增速连续6个月超过出口。

这份亮眼成绩单该怎么看?肯定不只是“两位数”稳定增长。海关总署统计分析司司长吕大良表示,前8个月,中国与112个国家和地区出口、进口双增长,比去年同期增加17个。中国与东盟进出口增长超两成,双方互为第一大贸易伙伴地位稳固。

受访专家表示,中国外贸正在经历结构性升级——出口端转向高技术产品和多元市场,进口端有消费升级和制度型开放放量,一出一进之间,切实印证着“中国外贸持续发展,利益在各方”。

出口增长彰显创新红利

中国出口里占大头的是机电产品。前8个月,包括汽车、工业机器人、船舶、锂电池在内的机电产品出口12.91万亿元,增长21.9%,占同期出口总值的64%,已连续18个月保持增长。

北京师范大学教授、经济学家万喆对国际商报记者表示,放在全球产业分工调整、需求疲软的背景下,这一增速说明中国制造的优势仍在,但构成正在变化:在全球人工智能基础设施建设热潮带动下,高科技元器件需求大幅攀升,成为支撑中国出口的重要力量。

“今年以来,3D打印设备出口高速增长。中国产品在全球消费级3D打印设备领域占有较高市场份额,产业链配套成熟,成本优势明显,交付能力强。出

口增长既表明海外市场对3D打印设备的需求在上升,也说明海外市场对中国3D打印设备的认可度持续提升。”万喆说。

中国多元化市场持续巩固,依托高层外交、多边合作机制等,持续做大新兴市场基本盘,国际经贸互利合作空间不断拓展。前8个月,中国与东盟贸易总值为5.95万亿元,增长20.6%;与欧盟贸易总值为4.2万亿元,增长8.1%;与美国贸易总值为2.76万亿元,增长1.3%。同期,中国对拉美、非洲进出口分别增长14.5%、18.5%,对共建“一带一路”国家进出口增长15.9%。

外贸主体活力持续释放。前8个月,民营企业进出口19.79万亿元,增长17.6%,继续发挥主力军作用;外商投资企业、国有企业进出口分别增长18.1%、16.9%。三大经营主体同步增长,折射出中国外贸生态的多元与健康。

“中国外贸持续发展,利益在各方。”商务部新闻发言人黄玲讲得好,国际贸易的发展是全球分工合作的结果,本质是互利共赢。中国出口增长既源于规模经济与创新能力的提升,也来自各国绿色转型和工业化发展需求。

进口扩容揭示中国机遇

再看进口,中国“购物车”继续扩容。前8个月,中国进口机电产品、农产品分别增长31.6%、6.6%。

万喆表示,从进口数据看,释放的信号非常明确,一方面说明当前中国产业体系正从规模扩张转向质量提升,企业在工业互联网、智能驾驶、大模型训练与推理、智能制造等领域加速布局,对高性能算力芯片、传感器、控制器、精密加工设备需求旺盛。

另一方面说明中国消费市场在不断升级。中国买得越多、消费升级越快,贸易伙伴的出口就越有保障,全球供应链的活力也越充沛。

南非、意大利、泰国、哈萨克斯坦……走进位于

三亚凤凰国际机场的“一带一路”国家馆,十余个国家的特色好物琳琅满目,覆盖数百个品牌、超3万件商品,让消费者在此畅快“买全球”。这是由德航集团运营的丝路电商实践的核心载体,也是中国国际消费品博览会官方授权的“永不落幕的消博汇”三亚常年展销中心。

“开馆以来,来体验选购的游客络绎不绝。消费者可以现场沉浸式体验全球特色商品,随后通过跨境电商平台完成下单,实现‘即展即售’。”工作人员介绍说。

德航集团董事长路平告诉国际商报记者,场馆

通过海南自贸港“零关税”等政策优势,帮助南非鲍鱼、马来西亚皇家雪兰莪、意大利圣贝纳泉等海外品牌深耕中国市场;同时依托“文化+供应链”创新模式,让丝路文化借助特色商品走进大众、链接全球市场。

万喆表示,近年来,中国有序扩大自主开放和单边开放、举办进博会、消博会、推进自贸试验区建设、扩大跨境电商零售进口试点等,一系列举措降低了进口的制度成本,让全球优质产品更便捷地进入中国市场。

(来源:国际商报)

※ — ※ — ※ — ※ — ※ — ※ — ※ — ※ — ※ —

商务部回应近期经贸热点话题

在9月17日举行的商务部例行新闻发布会上,新闻发言人何亚东就推动金砖合作、促进智能家居消费、矿产企业践行可持续发展理念、中欧经贸合作及中美对等降税框架安排磋商等近期商务领域热点话题作出回应。

推动金砖合作实现更大发展

近日,国家主席习近平赴印度新德里出席金砖国家领导人第十八次会晤。其间,习近平主席提出“贸易投资便利化倡议”,提议建设金砖国家特殊经济区伙伴关系,并宣布将于明年举办金砖国家服务贸易论坛。

何亚东指出,中国高度重视与金砖国家开展经贸合作。金砖国家经贸部长会议迄今共举行了十六次,围绕贸易投资便利化、支持多边贸易体制、标准合作、供应链、数字经济、绿色发展等达成60余份成果文件。

何亚东表示,商务部将积极筹备明年经贸领域主场活动,办好金砖国家服务贸易论坛,培育经贸合作增长点;赋能金砖国家特殊经济区中国合作中心,并争取在数字经济、人工智能、绿色发展等领域推动达成更多务实成果,助力“大金砖”实现大发展。

七条举措促进智能家居消费

为贯彻党中央、国务院决策部署,商务部等8部门近日印发《促进智能家居消费行动方案》,针对智能家居消费的增长点和堵点卡点提出七条举措,旨在适应不同群体消费需求,扩大优质供给,进一步促进智能家居消费。

发布会上,何亚东用四个关键词介绍《行动方案》的主要内容:一是“供需适配”。围绕居民日常起居、健康照护、家务清洁等高频生活场景,鼓励企业加强智能家居研发,发展定制式、订单式、预约式服务。二是“互联互通”。加快落地智能家居互联互通等强制性国家标准,推动“单品智能”迈向“全屋智能”。三是“银发友好”。引导企业简化智能家居产品操作,支持方言识别,强化安全防护,让老年群体更好地享受到科技进步带来的生活便捷。四是“便民到家”。畅通废旧家居回收渠道,将家居焕新服务延伸到居民家门口,打通智能家居消费的“最后一公里”。

赞赏矿业行业

首个对外合作自律规范

在日前举行的2026中国国际矿业大会上,由中国五矿化工进出口商会会同中国矿业联合会、中国钢铁工业协会及近30家全产业链头部企业,共同发起《矿产资源对外合作可持续发展自律倡议》。这是

我国矿业行业首个覆盖全产业链的对外合作自律规范,旨在引导矿企规范海外经营、避免无序竞争。

“我们赞赏这个倡议。”何亚东表示,矿产资源绿色可持续发展已经成为全球矿业合作的重要方向,商务部鼓励并支持矿产企业自觉践行可持续发展理念,深化绿色矿产国际经贸合作,实现互利共赢。

回应中欧经贸合作问题

发布会上,有记者提问称,欧委会近日发布的《公共采购法》立法草案中,设置“欧洲优先”等条款,对未加入《政府采购协定》,以及未与欧盟签订相关自贸协定的第三国,限制其参与欧盟公共采购。来自中国等第三国的企业可能受到影响。中方对此有何评论?

“中方对此高度关切。”何亚东回应表示,中方注意到欧委会发布了《公共采购法》的立法草案。《法案》设置了“欧洲优先”条款,还要求在评标标准中纳入安全等非市场因素,排除或限制不符合条件的第三国企业。

何亚东指出,今年以来,欧盟连续推出《网络安全法》修订案、《工业加速器法案》《公共采购法案》,以网络安全、产业发展之名,行保护主义之实,频频

设置歧视性条款,不断收紧市场准入条件。中方敦促欧方遵守世贸规则,保持市场开放,修改《法案》中的歧视性条款,为企业在欧投资经营创造公平、透明、非歧视的营商环境。中方将密切关注欧方立法进程,及时评估相关影响。

另有记者提问称,9月16日,欧委会主席冯德莱恩发表2026年度盟情咨文,提及中欧贸易不平衡、“中国冲击2.0”,并称将动用一切工具推动欧中关系再平衡。中方对此有何评论?

何亚东回应说,中方注意到有关情况。他强调,中方的立场和态度是一贯的、明确的。同时,中方不搞“麦克风外交”,也不打“口水仗”。

中美对等降税框架安排磋商进展

将适时发布

发布会上,有记者就此前中美双方达成的各自300亿美元规模的对等降税框架安排进展情况提问。

何亚东对此表示,目前中美双方经贸团队正就有关议题保持密切交流,后续将适时发布有关进展。

(来源:国际商报)

—※— —※— —※— —※— —※— —※— —※— —※— —※—

中国家居出海迈入“精耕时代”

从“卖产品”到“建生态”

我国家居行业经过多年深耕,逐步进入存量调整的平稳阶段,不少企业在稳住本土基本盘的同时,海外布局的步伐也迈得更扎实。在相关政策的赋能下,全行业对外拓展的节奏正稳步向前推进。据海关统计,今年1—6月,中国家具及其零件出口额达2343.6亿元,6月单月出口414.3亿元,行业出口韧性持续显现。

模式升级

家居出海迈向生态深耕

在西安高科建材科技有限公司的出口事业部,一份瞄准西亚科威特高端住宅市场的门窗订单近期进入冲刺阶段。这笔金额约130万美元的生意,目前

正处于商务对接的细化窗口期,公司团队正与项目方密集沟通,力争敲定最终的型材配置方案与首批供货量。

“当前欧美等发达国家旧房翻新、门窗替换需求稳定,中亚、中东、东南亚等地区城镇化与基建提速,配套家居产品需求旺盛。”西安高科建材出口事业部总经理韩育在接受国际商报记者采访时说。

面对这一市场格局,西安高科建材针对性地进行产品本土化升级,根据各地气候差异调整型材配方,增强产品的保温、抗老化、防渗等性能;同时优化门窗结构,贴合当地施工标准、审美和安装习惯,全方位适配海外市场需求,进而提升产品竞争力。

得益于此,该公司今年上半年海外出口业务实

现跨越式增长,整体出口营收同比翻倍,订单体量和区域覆盖广度均较往期显著提升。韩育表示,尽管全球贸易环境复杂多变,但仍然存在发展空间。未来,公司将持续加大海外市场开拓力度,结合旗下各产品特性深耕不同目标市场,构建以亚洲和欧洲为主、其他区域为辅的市场格局。

头部家居品牌的全球化步伐同样持续提速。近日,志邦家居海外版图再拓新篇,其尼日利亚阿布贾旗舰店正式开业。志邦家居携手尼日利亚本土优质标杆企业 Vestates Limited,深度打通品牌本土化运营与落地服务全链条,为当地消费者提供国际化、高品质、一体化的整家解决方案。

志邦家居相关负责人表示,非洲是志邦家居全球化布局的核心增长板块,阿布贾旗舰店的落地,是品牌在西非市场的重要里程碑,更是其深化全球化、落地本土化的关键一步。未来,志邦家居将持续依托本土优质合伙人资源,提供更加适配本地需求的产品与服务体系,完善海外运营服务能力,助力非洲人居品质升级,持续擦亮中国家居出海名片。

从单一产品出口到全链条生态出海,当前中国家居产业的出海形态正在发生深刻质变。中国社科院财经战略研究院国际经贸研究室主任张宇在解读行业趋势时指出,今年中国家居企业出海呈现出诸多鲜明特征:一是出海模式呈现多元化、梯度化发展,一些大型龙头企业开始自建海外门店和本地营销体系;中小型企业借助跨境电商、数字化营销等新模式开辟新出海通道。二是市场布局更趋多元化,在稳固欧美传统市场的同时,东南亚、中东、拉美、中亚等新兴市场增速突出。三是产业加速转型升级,大量企业聚焦自有品牌建设,并着力发展智能家居、绿色家居,以及模块化家居等高附加值品类,同时针对目标市场的户型、审美、气候、法规开展产品本土化改造,以适配本地消费需求。四是出海模式向以品牌、设计和供应链整合能力为核心的供应链出海模式转型,进入“生态化协同发展”的新阶段。

政策赋能

行业出海积蓄增长动能

家居企业扬帆出海,既离不开企业自身的产品打磨与市场深耕,也离不开各级政府相继出台的定向扶持政策、搭建的专属出海服务平台,为企业打通从成本减负到资源对接的全链条政策支持。

湖南省商务厅、省财政厅、省贸促会联合发布的《2026年“湘贸全球”重点境外展会目录》,将与家居行业相关的境外展会纳入重点支持项目,对参展企业给予多项补贴,降低企业境外参展成本。

广州市商务局联合行业协会举办家具行业外贸政策宣讲会,从市场开拓、转型升级、外贸新业态等维度解读扶持政策,联动中信保等机构为企业提供出口信保保障,筑牢出海风险防线。

展望中国家居企业出海发展趋势,张宇分析称,未来家居企业的多元化出口市场将持续推进,欧美传统市场比重将有所下降,亚洲、非洲等新兴市场和共建“一带一路”国家或成企业开拓重点。同时,企业出海方式将进一步从产品出海向产能出海转型,越来越多的企业会选择在东南亚、拉美地区建立工厂、海外仓和营销团队等本地化生产和运营,并逐步形成“中国研发+核心生产+海外组装交付”的分布式供应链体系。此外,行业分化或进一步加剧,头部企业依托资金、技术、渠道优势,开展重资产全球布局与品牌并购,打造全球化品牌;中小企业则聚焦细分赛道、单一区域市场,走专业化、精细化的“小而美”发展路线。

对于正在持续布局海外市场的建材家居企业,中国建筑材料流通协会会长秦占学表示,目前中国建材家居行业已进入“大出海”时代。企业一方面应深耕重点国别市场,因地制宜适配当地政策、基建需求与消费场景;另一方面聚焦核心建材产品、家居产品,依托产品优势打造海外核心竞争力,通过专业化、精细化布局,在出海浪潮中抢占市场先机、实现长效发展。

张宇也提出相关建议:企业应加强市场多元布局,分散经营风险,特别是中小企业可聚焦1—2个核心市场或商品品类深耕细作;妥善选择与自身能力匹配的出海模式,大企业可在现有海外布局基础上,根据目标市场政策,采用“国内散件出口+海外组装”的模式,适度布局海外产能、开展本地渠道合作;中小企业宜优先采用轻资产模式,依托跨境电商平台、海外仓,以及传统加工代工等模式开拓市场;同时,应充分重视国际标准与监管合规风险,动态跟踪各国原材料溯源、环保、产品安全法规更新情况,以及反倾销、关税稽查等措施。

(来源:中国商务新闻网)

连续6个月超千亿元!

安徽前8个月外贸增长35.5%，全国第3位

9月10日，记者从合肥海关获悉，今年前8个月，安徽省货物贸易进出口总值8546.4亿元人民币，同比(下同)增长35.5%。其中，出口5952.8亿元，增长40.5%；进口2593.6亿元，增长25.4%。

8月当月，安徽省进出口1155.8亿元，增长33.9%。安徽外贸的月度规模已连续6个月超千亿元。

从排位上看，前8个月，安徽省进出口总值分别位居全国第8位、中西部第1位；进出口增速位居全国第3位、长三角及中部第1位，高出全国17.9个百分点。

先看出口，高附加值产品扛起出口大梁。

前8个月，安徽省出口机电产品4730.7亿元，增长55.7%，拉动全省出口增长40个百分点。其中，汽车出口增速迅猛，出口145.1万辆，增加1.2倍；价值1523.3亿元，增长1.1倍，出口量、值均居全国第1。

机电产品出口动能强劲，“新三样”产品占比持续提升。同期，安徽出口“新三样”产品1202亿元，增长1.3倍，占全省出口总值的20.2%，比重较去年同期提升7.9个百分点。

再看进口，资源、原料类商品进口持续向好，机

电产品稳步增长。

数据显示，今年前8个月，安徽省进口金属矿及矿砂1104.8亿元，增长47.1%，其中，进口铜矿砂及其精矿807.9亿元，增长40.9%。同期，进口农产品154.3亿元，增长1.6%。此外，机电产品进口934.1亿元，增长16.7%。其中，进口电子元件364.5亿元，增长10.4%。

从贸易伙伴看，安徽对主要贸易伙伴保持增长，新兴市场不断拓展。

前8个月，安徽省与欧盟贸易总值为1215.3亿元，增长39.7%，占全省外贸总值的14.2%。与东盟贸易总值为1055.7亿元，增长22.6%，占12.4%。同期，安徽省对共建“一带一路”国家进出口4348.2亿元，增长28%，占50.9%。对RCEP其他成员国进出口1980.4亿元，增长22%，占23.2%。

从贸易主体看，民营企业主力作用明显，各类经营主体活力充足。

前8个月，安徽省民营企业进出口4628.1亿元，增长42.2%，占全省外贸总值的54.2%。国有企业进出口2183.6亿元，增长48.4%。外商投资企业进出口1734.1亿元，增长9.7%。

(来源：安徽日报)

—※— —※— —※— —※— —※— —※— —※— —※— —※—

安徽机电产品实力“圈粉”全球市场

近日，在安徽墨甲智创机器人科技有限公司实验室内，工程师们正在对一台台四足机器狗开展场景化调试。经测试合格，这批50台机器狗将在芜湖海关的监管下，完成通关手续后装船出海，出口至波兰。

“这款机器狗拥有13个自由度关节，可承重5公斤，具备越障、爬坡、涉水等功能，适配多种地面，能够进入人力难以抵达的狭窄区域进行作业。同时，它支持夜间照明，因此被不少国外客户用于物业、厂区的安保巡检工作。”该公司海外销售负责人沈显添

介绍,“呆萌可爱的外形,让机器狗深受国内外小朋友的喜爱。它可以自主跟随、自动跟拍、播放音乐,成为不错的家庭陪伴助手。”

沈显添说:“目前,机器狗已经出口 30 多个国家和地区。在欧洲,我们销售到了波兰、英国、意大利,在这些国家都实现了批量交付。批量交付意味着产品的成熟度达到了一定阶段。”

芜湖海关统计,今年前 8 个月,全市出口智能仿生机器人 2482.06 万元。去年同期无出口。

仿生机器人的突破,是我省机电产品出口动能强劲的缩影。数据显示,前 8 个月,我省出口机电产品 4730.7 亿元,同比增长 55.7%,拉动全省出口增长 40 个百分点。

“近年来,海外市场对制砖机等建材设备的需求持续释放,我们的出口订单稳定增长。”近日,在安徽科达机电有限公司生产车间内,工人们正对设备进行最后的总装调试,叉车来回穿梭,一批建材机械装备即将启程发往印度尼西亚。

该企业外贸负责人李进邦说:“AEO(经认证的经营者)这块‘金字招牌’让我们在海外市场更有底

气。海关查验率明显降低,通关时间大幅压缩,部分货物还能享受优先查验,为企业抢抓订单、按期交货提供了很大帮助。今年公司出口订单已经排到 12 月份,国际订单占比明显提升。”

企业敢闯的背后,是政策的护航。针对机器人“一机多电池”出口需求,芜湖海关梳理配套电池单独出口合规路径,通过预约上门查验,实现“快验快放”,降低企业时间成本约 30%;并与商务等部门联合组建技贸专家团队,赴企业开展技贸措施研究评议,助力产品通过欧盟 CE 认证,保障企业合规出海。

“为服务机电产品扩大出口,我们结合大型设备‘体积大、货值高、船期紧’的特点,开辟属地查检‘绿色通道’,实行‘预约查验、即报即检’;推广原产地证书‘智慧审签’,企业网上申领、自助打印,进一步压缩通关时间和签证成本。”马鞍山海关有关负责人表示,随着共建“一带一路”深入推进,区域经贸合作不断深化,为装备制造企业“走出去”带来了新机遇,海关将继续落实落细优化营商环境各项措施,支持更多“安徽制造”拓展海外市场。

(来源:安徽日报)

我省首笔跨国公司

本外币跨境资金集中运营业务落地

9 月 14 日,中国人民银行、国家外汇管理局联合发布的《关于跨国公司本外币跨境资金集中运营业务有关事宜的通知》正式实施。记者从国家外汇管理局安徽省分局获悉,实施首日,铜陵精达特种电磁线股份有限公司完成本外币跨境资金集中运营业务备案,标志着跨国公司本外币跨境资金集中运营业务在皖正式落地。

据悉,跨国公司本外币跨境资金集中运营业务,旨在便利中小规模跨国公司统筹管理境内外本外币跨境资金。铜陵精达特种电磁线股份有限公司是一家电磁线制造商,产品覆盖欧洲、南美、东南亚、中东、日韩等市场,广泛应用于新能源汽车、光伏等领

域。此次备案跨国公司本外币跨境资金集中运营业务,实现外债额度集中 155.3 亿元人民币,境外放款额度集中 28.7 亿元人民币,并开展经常项目资金集中收付和轧差净额结算业务。该公司负责人表示,开展跨国公司本外币跨境资金集中运营业务,能够降低融资成本和汇兑成本,提升集团资金运营效率,助力拓展国际市场、优化全球产业链布局。

国家外汇管理局安徽省分局有关负责人表示,将持续加大政策宣传推广力度,扩大政策知晓面和覆盖面,加强主体需求培育,引导更多企业用足用好政策,助力我省涉外经济高质量发展。

(来源:安徽新闻)

“先查验后装运”监管模式落地芜湖 企业出货稳定性大幅提升

近日，一批汽车零部件散货经合肥海关所属芜湖海关关员现场监管，与另一批货物拼装后，从芜湖综合保税区集拼监管仓库启运发往荷兰。这标志着“先查验后装运”监管模式正式落地芜湖。

安徽省芜湖市作为港口型国家物流枢纽，已实现水陆空铁对外开放通道全覆盖，出口拼箱业务需求旺盛。在传统“先拼箱、后通关”作业模式下，若集装箱内任意一票货物被布控查验，便会面临掏箱找货难度大、查验后货物重新装箱工序烦琐等难题，造成整箱货物滞留，推高企业时间成本与物流成本。

“实施‘先查验后装运’模式后，企业出货稳定性大幅提升。”芜湖中鼎供应链管理有限公司关务经理王辉介绍，“以往拼箱货物一旦命中查验，整箱货物都需等待。现在货物在综保区完成查验放行后再装箱，无需担心海外订单延误，本土小商品出海更加顺畅省心。”

据悉，该模式将海关查验环节前置至货物装箱作业前，货物以散货形式进入海关监管作业场地，依次完成申报、查验、放行全流程手续后，再根据订单需求开展集拼装箱。单票货物被抽中查验的，查验合

格后即可直接装箱发运，有效避免了反复掏箱、长时间滞仓带来的额外费用，通关效率大幅提升，企业时间成本与物流成本实现“双降”。经企业测算，该模式可提升出口拼箱整体效率 30%，综合物流成本下降约 15%。

为保障该模式顺利落地，芜湖海关综合运用线上线下多种渠道，加大政策宣传与实操指导力度，梳理业务流程、解读监管要点，助力企业快速适应新模式、用好新政策。

此外，为全方位畅通中小外贸主体出海通道，该关还充分运用信息化技术手段，打通综保区、港口、机场等不同监管场所之间的数据壁垒，实现货物堆存、报关、查验、集拼、放行出运全流程“一站式”监管，并应用智能卡口、移动查验终端等智慧监管装备，实现货物运输过程全程可追溯。

下一步，芜湖海关将继续以企业需求为导向，持续扩大“先查验后装运”监管模式覆盖范围，保障货物高效顺畅通关，不断优化口岸营商环境。

（来源：合肥海关）

经贸信息

英国允许钴在玩具中的特定用途

2026 年 9 月 7 日，英国政府通过了《2026 年玩具(安全)(钴的允许用途)条例》，允许钴在玩具和玩具部件中用于某些特定用途。该条例将于 2027 年 3 月 8 日生效。

钴根据 GB CLP 法规被归类为 1B 类致癌物、2 类致突变物和 1B 类生殖毒性物质。因此，其在玩具中的存在通常超过规定浓度即被禁止。新的豁免允许钴在以下情形中存在：

作为不锈钢玩具和玩具部件中所含镍的杂质；

在用于导电的玩具部件中；

在玩具所用的钹基磁体中，前提是这些磁体不能被吞咽或吸入。

新豁免不免除遵守钴适用迁移限量的要求。

这些豁免基于一项科学评估，该评估得出结论：钴在指定用途中呈现可容忍的风险水平。政府还确定，根据英国 REACH，钴在消费品中未被禁止，且没有合适的替代物质或混合物可用。

（来源：WTO/FTA 咨询网）

商务部 工业和信息化部 市场监管总局 关于印发《汽车行业境外竞争行为与 合规建设指引》的通知

商合函〔2026〕451 号

各省、自治区、直辖市及计划单列市、新疆生产建设兵团商务、工业和信息化、市场监管部门，各有关企业：

为推动汽车行业健康有序国际化发展，引导汽车行业企业规范境外竞争行为、加强合规建设，深化汽车产业链供应链国际合作，促进全球汽车行业发展进步，商务部、工业和信息化部、市场监

管总局制定了《汽车行业境外竞争行为与合规建设指引》，现予印发，供工作中参考。

商务部

工业和信息化部

市场监管总局

2026 年 8 月 24 日

汽车行业境外竞争行为与合规建设指引

第一章 总 则

第一条 为推动中国汽车行业健康有序国际化发展，引导汽车行业企业规范境外竞争行为、加强合规建设，提高跨国经营能力和国际影响力，促进全球汽车行业发展进步，制定本指引。

第二条 从事国际化生产经营活动的中国汽车行业企业在境外发生的市场竞争等生产经营行为，参照本指引执行。

第三条 汽车行业企业境外生产经营应当遵循依法合规、公平竞争、互利共赢的基本原则，严格遵守我国对外投资、对外经济合作、对外贸易等相关法律法规及政策，积极践行《企业境外履行社会责任工作指引》《企业境外廉洁合规工作指引》《企业境外反垄断合规指引》等要求。

第二章 规范境外市场竞争行为

第四条 企业可建立以成本为基础、国际市场供求为导向的定价策略，依法依规做好本企业零部件、整车等产品价格合规管理，不为获得不正当竞争优势扰乱市场竞争秩序。

第五条 企业在制定整车境外市场建议零售价时，应按照东道国（地区）法律法规、市场原则和商业惯例，针对本企业不同车辆配置设定清晰的价格梯度，避免因多频次、大幅度价格波动影响境外消费者利益和品牌形象。

第六条 企业可根据不同国家（地区）的实际情况，综合考虑当地市场环境、税费结构、物流成本等因素，合理确定国家（地区）间价格差异，避免销售秩序混乱。

第七条 企业应依法依规尊重东道国（地区）经销商、代理商自主定价权，并做好对经销商、代理商的合规监督。给予境外经销商、代理商等销售激励时，应依规作出明确合理的约定，并全面履行约定义务。

第八条 企业在境外销售商品或者提供服务时，应依法合规进行透明清晰的标价，不违规在标价之外任意加价或收取未标明费用。

第九条 企业在境外开展有奖销售、免费试用、折价减价、赠送礼品、汽车金融优惠等促销活动时，

应遵守法律法规,遵从当地商业惯例和文化习俗,切实履行合同约定。

第十条 企业在境外开展品牌展示和宣传活动时,应按东道国(地区)相关规定真实完整披露相关信息,不作虚假宣传,不欺骗或误导消费者,维护中国汽车品牌形象。

第三章 提升境外本地化合规经营能力

第十一条 企业应根据我国对外投资合作政策导向和东道国(地区)实际情况,因地制宜开展生产经营活动,确保考察、商谈、建设、生产、定价、采购、服务等全流程合规。企业应加强产品出海评估,避免不符合目标市场和使用环境需求的产品出海。

第十二条 企业应加强对东道国(地区)政治形势、宏观经济、社会安全、汽车产业等各方面风险研判,完善生产安全事故应急处理预案,定期排查风险隐患,提高境外安全生产管理水平。

第十三条 企业应建立完善汽车相关产品境外市场质量管理体系和售后服务体系,做好市场研究和适应性开发,提升服务水平,更好满足境外市场需求。

第十四条 企业应遵守东道国(地区)相关劳动法规,按照平等机会和公平待遇等原则招聘雇员,重视开展汽车生产制造、销售推广等职业技能培训,畅通员工职业发展通道,完善员工权益保障机制。

第十五条 企业应采取必要措施确保车联网及

自动驾驶相关信息收集、使用、保护及数据跨境传输等各类数据处理活动合规,遵守个人信息处理相关法律法规,保护消费者个人隐私。

第十六条 企业应遵守我国和东道国(地区)关于知识产权保护法律法规,加强汽车行业相关自主知识产权境外市场布局和保护,防范侵权风险。规范外观设计、零部件生产、通信技术等领域的知识产权使用行为,妥善应对知识产权争议。

第十七条 企业应加强境外反垄断合规建设,有效识别、评估和管控各类反垄断法律风险,诚信守法、公平竞争。

第十八条 企业应根据《联合国气候变化框架公约》、东道国(地区)气候法规与汽车行业减排目标等要求,推动供应链绿色低碳转型,积极履行环保责任。

第四章 附 则

第十九条 本指引是对汽车行业企业境外竞争行为与合规建设提出的一般性指引,供企业参考。企业在具体实践中,应密切关注我国、东道国(地区)和有关国际组织最新法律法规和政策要求,结合实际调整和完善本企业工作。

第二十条 本指引由商务部会同工业和信息化部、市场监管总局负责解释。

(来源:中华人民共和国商务部网站)

※ ※ ※ ※ ※ ※ ※ ※ ※ ※

安徽省商务厅 安徽省发展和改革委员会 安徽省财政厅 关于印发《利用外资固稳促优若干举措》的通知

皖商办资函[2026]251 号

省有关单位:

根据《商务部 国家发展改革委 财政部关于印发〈利用外资固稳促优行动方案〉的通知》(商资发[2026]97号)要求,现将《利用外资固稳促优若干举措》印发给你们,请结合实际抓好贯

彻落实。

安徽省商务厅
安徽省发展和改革委员会
安徽省财政厅
2026年8月18日

利用外资固稳促优若干举措

利用为落实好商务部、国家发展改革委、财政部印发的《利用外资固稳促优行动方案》，多措并举做好稳外资工作，现制定如下若干举措。

一、深入推进重点产业开放

(一)扩大服务业对外开放。加快合肥市服务业扩大开放综合试点工作，开展智能网联汽车车路云一体化应用试点，拓展两业融合场景，在推动科技创新和产业创新深度融合方面取得更多可复制可推广的经验。(责任单位：省商务厅、省科技厅)认真落实《深化皖港澳合作工作方案》，借助港澳工业设计、商务咨询、国际物流等生产性服务业优势，积极对接香港国际金融中心资源，推动“安徽制造+港澳服务”有机结合。依托合肥法务区，积极引入港澳律师事务所、会计师事务所等。(责任单位：省发展改革委、省司法厅)

(二)推进金融高水平制度型开放。做好外资机构参与国债期货交易(交易目的限于套期保值交易)、依法开展基金投资顾问业务政策宣传，落实金融风险管控措施。(责任单位：安徽证监局)落实跨境业务管理优化措施，为重点外资企业提供跨境融资便利化额度。引导境内银行复制推广大型外资企业“代客制单”国际结算单证服务模式，提升国际结算单证业务便利性。(责任单位：人民银行安徽省分行)引导企业加强与交易所上市申报前预沟通，推动符合条件的外资企业入库培训、上市融资。(责任单位：安徽金融监管局、安徽证监局)

(三)支持生物医药产业全产业链开放创新。根据国家药品分段生产有关规定，支持境外药品上市许可持有人开展药品跨境分段生产探索研究。(责任单位：省药监局)开展安徽自贸试验区合肥片区生物医药研发用物品进口“白名单”制度试点，争取更多生物技术等领域开放试点。(责任单位：省商务厅、合肥海关、省药监局、省科技厅)支持保险公司在取得充分精算的基础上，将更多创新药械纳入商业保险保障范围。(责任单位：安徽金融监管局)

二、提升外商投资便利化

(四)落实外资并购管理制度。推进“高效办成一

件事”改革，提高投资并购审批效率，加强事中事后监管。支持符合条件的外资股权投资机构以战略投资者身份参与非相关行业上市公司证券发行，发挥战略投资引资渠道潜力，鼓励外资开展长期投资、价值投资。(责任单位：省商务厅、安徽金融监管局、安徽证监局、省国资委、省税务局、省市场监管局、省外汇管理局)

(五)探索便利化的数据跨境流动安全管理机制。推动省级行业主管单位统筹建设数据跨境安全公共服务平台，供自贸试验区、国家服务业扩大开放试点城市使用，编制《中国(安徽)自由贸易试验区数据出境管理清单(负面清单)》，在更多领域制定场景化、字段级数据出境负面清单取得突破。积极参与汽车、医药等行业领域重要数据识别目录国家标准制定工作。(责任单位：省委网信办、省商务厅、省数据资源局、省市场监管局、省卫生健康委、省药监局)

(六)鼓励外资企业利润再投资。落实境外投资者以分配利润直接投资税收优惠政策、国家鼓励发展的外商投资项目进口设备减免税政策。(责任单位：省财政厅、省税务局、省发展改革委、省商务厅、合肥海关)推荐一批外资企业再投资项目列入重大和重点外资项目清单，享受相关支持政策。(责任单位：省发展改革委、省商务厅)

(七)加大外资研发中心支持力度。支持外资研发中心聘用来皖就业的海外高端技术人才，符合条件的可通过我省职称评审“绿色通道”申报评审高级职称。对海外高层次人才住房、配偶就业、就医“绿色通道”等方面给予政策支持。(责任单位：省人力资源社会保障厅、省教育厅、省科技厅、省卫生健康委)推动设立外资开放式创新平台和实训基地、发展新型研发机构，支持外资研发中心参与各地搭建的成果转化对接和创新创业平台。(责任单位：省科技厅)支持符合条件的外资研发中心依法享受进口科研用品税收优惠政策。(责任单位：省商务厅、省财政厅、合肥海关、省税务局)

三、提高投资促进水平

(八)提升外资招引质效。强化(下转第 21 页)

关于 AI 新经济的争议与思辨

AI 正在改变经济,这件事已几无争议。真正有争议的,是下一步——巨额算力投入持续加码,究竟能带来多大的生产率提升?供给能力大幅增强后,需求能否跟上?全球化竞争格局还将发生哪些改变?

9月9日,在2026 Inclusion·外滩大会“AI 经济增长新范式与社会价值重构”论坛上,多位经济学家与产业领袖从生产、投资、就业、教育和全球化等角度,展开了一场关于 AI 新经济的深度对话。讨论的核心问题是:AI 怎样从技术变量,变成真正的经济变量?

AI 新经济已然开始
但增长的账还没算清楚

论坛上,上海财经大学校长刘元春给出一个很有代表性的判断:“AI 经济的新形态已经确立,但 AI 经济学还没有真正开始。”

问题首先出在生产率上。几乎所有研究者都认同,AI 已经开始改变经济,但“提高多少、什么时候体现、通过什么路径体现”,分歧巨大。

麻省理工学院经济学教授德隆·阿西莫格鲁的看法略显悲观,他认为未来 10 年 AI 对全要素生产率的贡献每年约为 0.07 至 0.1 个百分点;经合组织的一项研究给出的结果为每年 0.25 至 0.6 个百分点;也有研究测算达到 0.5 至 1.3 个百分点。商业机构则普遍更为乐观。

为什么分歧会如此之大?刘元春认为,一个重要



原因是研究者对 AI 可经济化落地任务的假设差异极大。但更深层的问题在于,经济学家并不一定真正了解产业中具体的工艺、流程以及任务结构。一旦对“哪些任务可以被 AI 替代”的假设不同,最后得到的宏观增长结果就会相差很大。因此,他提醒,对于目前各种关于 AI 生产率的预测,“大可不必全信”,更重要的是看清测算背后的假设和方法。

至于 AI 泡沫,刘元春认为,“有泡沫不可怕”。他以互联网泡沫为例分析说,资产价格的剧烈调整并没有阻止互联网技术继续发展,也没有抹去此前形成的基础设施和企业能力。因此,判断今天 AI 投资是不是泡沫,最终还是要回到一个朴素的问题:今天形成的算力、模型和基础设施,能不能沉淀成为真实的生产能力。

北京大学国家发展研究院院长黄益平也提醒,技术热度不等于宏观增长已兑现。理解 AI 对经济的影响,不能只看技术本身,还要观察技术如何真正进入经济体系。

黄益平认为,今天观察 AI,可能也面临计算机时代曾出现过的“索洛悖论”——技术应用已经铺开,生产率数据却没有马上明显提高……他对 AI 提高生产率相对乐观,但同时提醒:并不是使用了 AI,经济和生产率就会立刻大幅增长。巨额 AI 投资最终是转化为持续的生产率提升,还是可能形成泡沫,仍需要持续观察。

诺贝尔经济学奖得主托马斯·萨金特则把这种不确定性说得更直接。他把当下的 AI 比作“开普勒阶段”:已能够从大量数据中找到规律,却还没有完全理解规律背后的结构。巨额投入并不自动等于高回报,面对 AI,投资者、企业和政策制定者需要为未知留下空间。

论坛上的第一个判断因此很清楚:AI 的方向可能是确定的,但增长的幅度、节奏和分配方式,远没有确定。

从“投 AI”到“AI 赚钱”

关键是创造新需求

如果说前几年 AI 经济最明显的特征是资本开支,那么下一阶段真正看重的,是应用。

当前,全球正在进行一轮规模空前的 AI 基础设施投资。仅亚马逊、微软、谷歌和 Meta 四家公司,2026 年计划投入的资本开支合计就超过 7000 亿美

元。蚂蚁集团首席执行官韩歆毅提出,AI 经济不能只依靠资本投入,这些资本投入只有转化为未来持续性的产出和价值,才有可能带来真正的长期经济增长。

同时,AI 应用也不能止步于存量提效。“如果 AI 只是停留在单纯的提效和替代式应用,却没有创造增量需求,最终可能出现供需失衡和投入产出不匹配。因此,企业需要从降本增效走向价值创造,用 AI 创造出更多新的供给,激活更多新需求,形成更丰富的智能经济新业态。”

北京大学国家发展研究院副教授赵波从增长机制出发认为,AI 正在降低专业技能获取成本、扩大市场参与主体,并降低创新试错成本。换言之,AI 真正的经济价值,不只是让原来的人把原来的事做快一点,而是能不能让过去太贵、太难、无法规模化的事情,第一次变得可做、可买、可交易。AI 新经济的关键词,正在从“效率”转向“增量”。

不过,随着 AI 带来生产率的提高,一个更尖锐的问题也随之出现:如果机器能生产更多,人们还有没有足够的收入去消费?

黄益平把这个问题概括为“供强需弱”。如果 AI 一边增强供给能力,一边冲击部分就业、扩大资本与劳动之间的回报差距,那么需求未必能和生产能力同步增长。“供强需弱”可能只是一个阶段性、局部性的现象,也可能出现“范式性的转变”,黄益平坦言目前没有答案。但如果未来需求不足从短期问题变成持续性问题,公共政策所面对的任务也将发生变化。

“过去,宏观经济政策更多是在处理短期需求不足,通过政策调整推动供需重新平衡。但如果需求不足与技术进步、就业结构和收入分配长期交织在一起,那么传统的短期调节思路可能就需要扩展。”黄益平说。

中金公司首席经济学家缪延亮也从通胀角度给出了相似观察。他判断,AI 短期可能因为算力、存储等瓶颈推高部分价格,但长期随着生产率提升和劳动替代效应增强,去通胀压力可能更强。背后的逻辑同样指向收入分配:如果更多收入流向资本、劳动收入占比下降,总需求就可能受到抑制。

韩歆毅认为,AI 创造的增长,要转化为更多就业和收入机会,形成“投资—收入—消费”的新循环,需要在资本和劳动之间形成更均衡、更公平的分配,

并完善相应的分配和社会保障机制。一方面,企业要把复杂的模型能力转化为低成本、易使用、能够直接解决实际问题的产品,降低个人和中小企业使用 AI 的门槛;另一方面,也要通过教育和职业培训提升人的能力,在人机协作中更好发挥判断力、创造力等优势。同时,还需要完善二次分配机制,建立适配的社会保障措施,为劳动者度过 AI 转型期、重新参与新经济循环提供支撑。

这也是论坛上所形成的一个共识,当技术不断突破供给能力的上限,经济发展的核心问题,可能逐渐从工业革命时代的“如何生产得更多”,扩展到“当生产能力越来越强,如何让更多人从增长中有所获得”。

AI 新经济

最后拼的是人的能力和制度能力

关于就业的讨论,并没有只停留在“AI 会不会抢饭碗”。

上海交通大学安泰经济与管理学院讲席教授陆铭隔空回应了“马斯克之问”。他认为,人工智能不会取代就业,也不会取代职业,它只会取代能力。标准化、重复、可编码的“机能”更容易被机器接手,而理解力、沟通力、共情力、组织力和价值判断等“人能”会变得更重要。

摩根士丹利中国首席经济学家邢自强则提醒,长期有新岗位,不等于短期没有阵痛。本轮 AI 扩散可能比过去工业革命快得多,“新岗位的创造,赶不上对旧有岗位的蚕食和冲击”完全可能发生,一些入门级岗位可能率先减少。

黄益平因此提到第一次工业革命后的“恩格斯停顿”:产出快速增长,工人工资却曾长期停滞。历史说明,生产率增长不会自动变成劳动者收入增长。所谓“就业优先”,不是让 AI 少做一点,而是让更多人因为 AI 能做得更多。

就业问题再往前一步,就是年轻人的教育。香港科技大学(广州)协理副校长熊辉提出,今天不少教育仍集中在知识记忆、标准答案和反复训练,而这些恰恰是机器越来越擅长的事情。AI 可以“平知识的权”,却不会自动“平能力的权”。当人人都能调用相似的大模型,真正拉开差距的可能变成提问、判断、经验、品味和从 0 到 1 的创新能力。

几位嘉宾的讨论,共同指向一个问题:AI 时代

不是不要知识,而是不能只有知识。

AI 新经济的全球竞争 更是从“拼模型”走向“拼体系”

当视野从个人转向企业层面,中国社会科学院大学教授江小涓认为,AI 又在改变另一套规则。她提出,AI 是一种“生而为全球”的创新。越来越多模型、产品和服务,从诞生第一天起就面对全球市场。相应地,全球竞争也不再只是企业之间的竞争,而是进一步延伸到产业生态、制度开放、合规能力和国际规则的全方位体系竞争。

江小涓指出,过去,中国企业的全球化往往是一个渐进过程。企业先通过引进技术、消化吸收和自主创新建立能力,在国内市场完成产品验证和规模化,等到具备一定竞争力之后,逐步进入海外市场。她将这种模式总结为“继起的全球化”。

这一路径正在发生改变,推动变化的主要有三重因素:科技创新能力增强、产业竞争力提升,以及 AI 技术发展。

江小涓认为,随着越来越多中国产业进入全球前沿,企业面对的已经是“无人区”——没有成熟技术可以继续引进和模仿,只能自己研发,而一旦处在技术前沿,创新天然就面向全球竞争。AI 又进一步降低了技术全球应用的成本。与制造业时代产品先在国内做强、再进入海外市场不同,大模型等 AI 产品往往在发布之时就已经面向全球。

“生而为全球”也意味着企业不能等到准备出海时,才开始补强全球化能力。“企业创立之初,必须搭建全球合规体系。”江小涓表示,AI 时代的企业要从一开始就把全球市场、全球规则纳入产品和商业模式的设计之中。

企业从诞生之初就面向全球,也要求制度与政策同步调整。江小涓表示,首先要继续推进制度型开放。在产权保护、产业补贴、环境标准、劳动保护、政府采购、电子商务、金融等领域,要与高水平国际经贸规则“相通相容”。“原生全球化时代,需要新的理念、制度和政策。更加开放、竞争合作和互利共赢,不是来自外部的附加要求,而是当技术和产品开始‘生而为全球’后,一个创新经济体自身发展的需要。”

(来源:国际商报)

国际贸易的未来在哪里？

DMCC 这份报告点明四股力量

“未来两年，全球贸易仍将保持韧性，但其运作模式将发生根本性变化：人工智能进入规模化应用阶段，关税出现结构性波动，供应链设计重点从成本效率转为追求韧性，同时围绕关键矿产和清洁能源基础设施的产业优势之争日趋激烈。”迪拜多种商品交易中心(DMCC)14日在上海发布的《贸易的未来2026》报告作出如是判断。

DMCC 这份题为《在断裂中重构》的报告指出，当前，企业面对的贸易环境可预测性进一步下降。全球近 20% 的商品进口受到关税或类似限制措施影响，高于一年前的 12.6%。DMCC 调查显示，超过 80% 的受访企业预计未来一至三年贸易增长将缓慢且不均衡，扰动还将持续，仅 4% 的受访者预计会出现最佳情景。

预计商品出口增速将从 2025 年的 4.6% 放缓至 2026 年的 1.9%，随后于 2027 年小幅回升至 2.6%。服务出口的增速预计将继续高于货物出口。

与此同时，人工智能正在成为贸易增长的主导驱动力。2025 年上半年，人工智能相关商品(包括半导体、服务器和数据中心硬件)贸易增长超过 20%，而非人工智能相关商品增幅不足 4%。人工智能相关商品仅占全球贸易量的 15%，却贡献了同期贸易总增长的 43%。

DMCC 报告点明了正在重塑全球商业的四股力量：人工智能从试验阶段迈向规模化应用；稳定的关税框架瓦解；供应链从效率导向转向韧性导向；能源转型演变为争夺产业和地缘政治优势的竞争。

报告强调了南南贸易持续增长以及中等强国影响力不断上升。发展中经济体之间的贸易目前约占全球贸易流量的 35%，超过约占 25% 的北北贸易。而国际货币基金组织预计，到 2030 年，新兴市场和发

展中经济体将贡献全球约三分之二的增长。

与报告发布同步，DMCC 开启了覆盖上海、无锡和西安三城的“为贸易而生”中国路演。DMCC 执行主席兼首席执行官艾哈迈德·本·苏莱伊姆表示，“从支持人工智能发展的半导体、数据中心和关键矿产，到电动汽车、电池以及更广泛的清洁能源供应链，中国正在塑造全球贸易未来的进程中发挥引领作用。”

DMCC 执行主席兼首席执行官

艾哈迈德·本·苏莱伊姆

报告将阿联酋和新加坡等列为“连接型经济体”，他们凭借先进基础设施和多元化商业关系，正在承接全球贸易和投资的重新布局。“迪拜和 DMCC 为中国企业提供了拓展国际业务的平台，将其与近 27000 家来自科技、能源、金融、大宗商品及其他领域的企业连接起来——这些正是中国企业在全球具有显著优势的领域。目前，已有超过 1000 家中国企业入驻 DMCC。DMCC 也希望能够支持中国企业开拓国际市场、连接全球机遇，并打造具有韧性的全球运营体系。”艾哈迈德·本·苏莱伊姆说。

如今，中国是阿联酋最大的非石油贸易伙伴。2025 年，两国的非石油贸易额创纪录地达到 1115 亿美元，同比增长 24.5%。

DMCC 报告还分别对企业和政府部门给出了建议，如将韧性建设作为持续的运营机制，在摩擦成本较高的贸易流程中规模化应用人工智能，将数据视为贸易资产，提高支付和融资选择的灵活性；在贸易协定中纳入人工智能、数据、电子商务、无纸化贸易和数字身份条款，加快无纸化贸易，扩大贸易融资可获得性，建设有韧性的贸易走廊等。

(来源：中国商务新闻网)

G20 通过“卡罗莱纳”原则

呼吁克制 AI 新规

9月1日至2日,G20 创新部长会议在美国北卡罗来纳州教堂山举行, 全会一致通过了以举办地命名的“卡罗来纳原则”。该原则的核心主张是:各国应抑制对人工智能等新兴技术设立新监管, 优先利用现有法律框架管理新技术, 将新规则严格限定在“现有框架无法应对的新情况”, 并避免设立新的 AI 监管机构。该原则获得了 G20 所有成员国的一致支持。

部长声明围绕六大支柱展开: 促进创新的政策框架、技术创造机遇与繁荣、高技能技术人才培养、AI 知识产权政策、AI 标准及相关标准、以及产业创新与供应链投资。声明同时确认了发生不当滥用时

确保解决办法的重要性, 但呼吁各国自主制定政策, 在新兴技术治理方面维护国家主权。

这一共识标志着全球主要经济体在 AI 监管思路倾向于避免过度规制, 将重心从风险防控转向促进投资和商业化。目前该原则不具法律约束力, 将提交给今年底的 G20 领导人峰会正式通过。与此同时, 欧盟仍在推进其《人工智能法案》的强制性监管框架, 美国主导的“轻监管”路线与欧盟的“强监管”路线之间的张力, 预计将在未来全球 AI 治理格局中持续显现。

(来源:江苏省技术性贸易措施信息平台)

入会指南

安徽省进出口商会是安徽省各类外经贸企事业单位、团体及个人, 为维护共同利益, 实现共同意愿, 自愿组成的全省性、非营利的行业性社会团体。

热忱欢迎省内各类企事业单位成为本商会的会员。商会会员将享有参加本商会组织的各项活动和获得本商会提供的各项服务的优先权和优惠权等权利。商会将竭力为各位会员提供高效、优质全方位的服务。

凡拥护商会章程, 具有法人资格和进出口经营权、外经营权的企事业单位和科研

入 会 指 南

院所均可填写入会申请表, 签字盖章后传真或寄给商会, 经商会审批后成为商会会员。也可登陆安徽省进出口商会网站, 网上填写申请表上传商会, 经商会审核通过后即可成为商会会员。

商会地址: 安徽省合肥市金寨路 381 号九州大厦十二楼

邮 编: 230061

电 话: 0551-62622500 62622185

网 站: www.accie.org.cn

电子信箱: shhyb@accie.org.cn

我会参加2026 “迎进博、促合作、谋发展”交流大会



9月17日,2026“迎进博、促合作、谋发展”交流大会暨华东进口商合作联盟大会在赣州市于都县举行。

第十四届全国政协委员尹艳林应邀作专题授课。市委副书记、市长漆海云,省政府驻上海办事处主任肖承贵,华东进口商合作联盟理事

长、东方国际(集团)有限公司董事长季胜君,上海市合作交流办公室副主任强鹏程分别致辞。市领导邹治宇,以及安徽、山东、福建、浙江等省驻沪办负责人出席。华东六省一市有关商会和企业代表参加活动。

大会听取了2025—2026年度联盟工作报告,现场签约了一批项目,启动了华东进口商合作联盟“不忘初心启新程 进博华东共远航”活动,开展了主旨演讲和交流发言。

活动期间,与会嘉宾还前往于都中央红军长征集结出发地纪念园参观,并深入于都、南康考察相关产业发展。

我会秘书长仲建芬和信息化部负责人参加了会议和相关活动。

第九届进博会将于今年11月5日—10日在上海国家会展中心举行。

(孙兆敏)



安徽合力荣获

2026 中国司库建设标杆企业“司南奖”

9月9日,第三届中国司库年会暨2026中国司库建设标杆企业大奖“司南奖”颁奖典礼在北京隆重举行。安徽合力凭借在司库体系建设领域的卓越实践与创新成果,成功斩获2026中国司库建设标杆企业“司南奖”。

中国司库建设标杆企业大奖“司南奖”以中国古代发明“司南”为名,取其“指引方向、引领前行”的深远寓意。该奖项旨在积极响应国家相关政策导向,表彰在司库建设中取得突出成就的标杆企业,树立行业典范。安徽合力积极响应安徽省国资委关于财务数智化转型要求,紧扣司库建设顶层部署,携手金蝶针对资金管理痛点,打造“收付融管”四位一体的司库管理体系,凭借在财务数智化

转型、司库体系构建、财务管理创新等领域的实践与成效,被评为“年度地方企业司库建设标杆企业”。

此次斩获“司南奖”,是行业对安徽合力司库建设成果的高度认可,也是对公司财务数智化转型实践的充分肯定。安徽合力将以本次获奖为新起点,持续深化司库体系提质升级,紧跟穿透式监管、全域资金管控、数智价值创造的行业发展方向,不断拓展司库在业财融合、风险管控、战略支撑层面的价值,以世界一流司库管理能力夯实国有资产安全底盘,赋能企业高质量发展。

(来源:安徽合力网站)

技术公司煤炭外贸交出亮眼答卷

今年以来,安徽国贸下属技术公司煤炭外贸业务交出亮眼成绩单,1-6月进口动力煤超50船,金额突破1亿美元,实现跨越式增长。公司在供应端稳固既有资源,同时引进专业采购人才,着力开发新采购渠道,在销售端则深化与长期合作电厂的关系,并积极拓展新客户,保障业务行稳致远。

一季度,煤炭进口自营业务一马当先、量质齐升。面对市场剧烈波动,一线团队以“敢打硬仗、能打胜仗”的作风攻坚拓市,150万吨动力煤强势到货,筑牢规模底盘。经营上更以“常态化投标+长协履约”的灵活组合拳,实现利润增幅跑赢规模增速的稳健提质目标,用一份硬核成绩单打响全年“第一枪”,为后续产业链延伸和资源扩张提供了强劲的资金和通道支撑。

进入二季度,一场以“拓源”为目标的攻坚战在印尼核心市场打响,安天资源经营团队扎进一线,深入矿山腹地,拜访二十余家主流矿企与资源方,实地摸排各大矿山年度RKAB(印度尼西亚政府实施的矿业工作计划与预算制度)审批总量、定价机制、销售策略、销售市场分布以及品质控制,一步一个脚印打通优质煤源购销渠道,为业务持续发力积蓄稳定货源支撑,推动上半年进口业务体量再上新台阶。

公司煤炭自营业务依托成熟海外矿山资源与稳固国内电厂合作渠道,持续强化市场行情研判,灵活优化经营模式,以稳健灵活的运营策略对冲市场风险、拓宽盈利空间,全力书写“十五五”时期煤炭外贸产业提质增效、行稳致远的崭新答卷。

(来源:技术公司)

以创新破局

凭设计出彩

——轻工国际自主研发产品再获广交会设计创新奖奖项

近日,2026年广交会出口产品设计奖(以下简称“CF奖”)评选结果正式揭晓。安徽国贸下属轻工国际自主研发的“太阳能风扇双肩包”“二合一西装袋”两款产品,在一众参评作品中成功突围,分别摘

得银奖、铜奖。这已是公司第三次斩获CF奖奖项,连续获奖的背后,离不开公司持续推进全员创新、深耕外贸产品自主研发的深厚积累。

2026年广交会设计创新奖获奖公示名单
(以下排名不分先后)
Final Result of 2026 Canton Fair Design Award
(in random order)

奖项	Ranking	产品编号 Products Code	产品名称	Product	企业名称	Enterprise	产品类别	Categories
银奖	Silver	2026CK21540	背包	Solar fan backpack	安徽轻工国际贸易股份有限公司	ANHEI LIGHT INDUSTRIES INTERNATIONAL CO., LTD.	时尚	Fashion
银奖	Silver	2026CK21950	商务旅行箱	Business Luggage	德艺文化创意集团股份有限公司	DEYI CULTURAL & CREATIVE GROUP CORPORATION	时尚	Fashion
银奖	Silver	2026CK29429	电动骑行旅行箱	electric riding luggage	福建步来特智能箱包科技有限公司	FUJIAN SUMMIT SMART LUGGAGE CO., LTD.	时尚	Fashion
银奖	Silver	2026CK23184	滑雪者——全反光3D打印滑雪服	Snow Conqueror - Full Reflective 3D Printed Ski Suit	福建省尚飞制衣有限公司	FUJIAN FASHION FLYING GARMENTS CO., LTD.	时尚	Fashion
银奖	Silver	2026CK22854	轻量御境机能服	Lightweight Realm Guard Functional Jacket	广州纺织品进出口集团有限公司	GUANGZHOU TEXTILES HOLDINGS LIMITED	时尚	Fashion
银奖	Silver	2026CK23055	暖途智行	WarmTrail Smart Wear	江苏苏豪时尚集团股份有限公司	SOBO FASHION GROUP CO., LTD.	时尚	Fashion
铜奖	Bronze	2026CK21498	西装袋	Garment Duffel Bag	安徽轻工国际贸易股份有限公司	ANHEI LIGHT INDUSTRIES INTERNATIONAL CO., LTD.	时尚	Fashion

CF奖由广交会官方于2013年设立,立足国家创新驱动发展战略,致力于发掘兼具设计水准与国际竞争力的中国出口产品,通过表彰优秀标杆,引导企业强化创新能力,推动我国外贸产业提质升级。

自集团公司大力倡导“全员创新”工作以来,公司积极将创新理念贯穿业务各环节。一线业务人员扎根海外市场,在客户沟通、订单服务过程中捕捉真实市场诉求,把一线反馈带回内部。设计研发团队依托这些一手信息,结合实际使用场景反复推敲产品方案;同时联动供应链打磨改良工艺,逐步破解从图纸设计到落地生产的各类现实难题。本次斩获CF奖的两款产品,正是这套自下而上、全员参与创新模式结出的硕果,真正实现把“书架”上的创意,转化为“货架”上可供全球客户选择的产品。

银奖作品“太阳能风扇双肩包”,针对户外作业、旅行人群夏日出行闷热痛点,将实用功能与绿色低碳理念巧妙融合。背包顶部搭载太阳能迷你风扇,支持太阳能、充电电池双模式供电;风扇连通背部内嵌的透气风道,启动后可快速带走背部囤积的热气。此外,风扇支持拆卸,既可装配在背包上背负出行,拆下后也可单独运转,适配户外、室内多种使用场景。

铜奖作品“二合一西装袋”,面向商务差旅人群设计。产品内置立体悬挂骨架,搭配三层复合防护面料,可稳妥收纳西装、大衣等大尺寸易褶皱正装。袋身折叠收纳后体积小,既可放入20寸登机箱上层,也可组装成包袋套挂在行李箱拉杆上,既有效改善托运途中衣物压痕、塌肩问题,同时起到防尘效果。袋体设置独立鞋仓,隔绝鞋底污渍;还配有隐藏式领带收纳格,妥善收纳领带、袖扣等小件配饰。经演示,整套收纳挂装操作仅需45秒,抵达目的地可直接悬挂取用,免去出差熨烫的烦琐,为商务人士节约宝贵时间。

此次获奖,既是行业对轻工国际自主设计能力与全员创新成果的充分肯定,也为即将到来的第140届广交会参展打造了亮眼的产品名片。借助两款获奖产品的示范效应,公司可以更好地向海外客商展现自研实力,为进一步拓展国际市场积蓄势能。

荣誉属于过往,创新未有穷期。公司将以此为新的出发点,坚守“开放创新、奋斗共赢”的发展理念,持续挖掘设计新思路,探索技术新突破,面向全球市场推出更多构思精巧、品质过硬的外贸产品,持续擦亮品牌名片,以实干开拓新局,书写外贸崭新篇章。

(来源:轻工国际)

产品质量问题是信用险除外责任

所谓信用险,顾名思义,是保客户信用出现问题的风险,主要包括:客户拒收拒付、客户收货拖欠、客户破产倒闭以及客户所在国(地区)发生战争灾难等政治经济问题致使客户无力付款等情况,也就是说,客户不付款没有正当理由情况。众所周知,按照信用险的“定义”和“条款”,如果因为我们产品质量出现问题造成客户不付款等,不属于客户信用问题即不在信用险承包范围。但在实际业务过程中,如何界定却是一个棘手的问题。

两起案件

这里有两起信用险可损索赔案件就与质量纠纷有关。第一起是波兰客人该客户之前一直是 OA 远期 90 天放账的支付方式,付款一直很及时,但是去年下半年客人开始出现拖欠,一直承诺会付款,但是一直未付。外贸企业 A 公司便向信保公司申报了可损,并经过信保同意,A 公司先跟客人联系追讨货款,但是客人一直还是拖着不付,实在没有办法,委托信保公司追偿。信保公司介入后客人感到了压力,开始联系要求分期偿还货款,信保公司跟客人联系大概一个礼拜以后,客人又开始跟信保公司提出,该批出运的货物有质量问题,所以不能予以付款。至此,该批数十万美元货物出运已经有接近 10 个月的时间了,在收到货物如此之久的时间之内都未提出质量异议,偏偏在委托信保公司追偿以后提出了质量问题,A 公司立即回复信保公司客人的这一说法是不合理的。之后就是漫长、艰苦、复杂的与客人,与信保公司论证,货物质量并无任何问题的过程,频繁交涉非常麻烦。最终,客人还是去申请了 SGS 检验,SGS 检验报告也确实显示受检的产品是有问题的,于是客人提出的根据波兰当地的法律,货物即使已经销售出去,但是在一年之内都是可以对货物质量提出异议,如证明货物确实存在质量问题,则供应商

应该予以换货或者是给予买家相应的折扣。据此,客人跟信保公司的代表提出要求仅支付 75% 的货款,A 公司撤销对该客人的可损申请。第二起是荷兰客户该客户与外贸 B 工厂有三四年交易历史,也是 OA 远期 90 天的支付方式。今年有出一批新的订单品种,在出运前客人有去验货,并且也出具了验货合格的报告和邮件。但是,他们收到货物并将货物销售出去以后,最终消费者在使用过程中提出了问题,客人就跟 B 工厂提出这批货物有质量问题,不符合他们的欧盟标准,要求 B 工厂赔偿。B 工厂企业请教信保公司后答复,原则上持有客人在出货前的验货合格报告,对于客人质量问题的申请是不予采纳的,但是如果客人真的能够提交证据证明货物确实由于不符合国际标准(比如欧盟标准)的质量问题而影响最终销售的话,信保公司也是会考虑客人的请求理由,影响对于我方的索赔赔付的。由上述两起案件可以看出,对于涉及质量问题的纠纷,因为是保险除外责任,如果最终被认定,信保公司也就不会给予赔偿。

三点建议

因此外贸企业在开展业务过程中,在与客人签订合同时至少应该注意以下三点:

一、关于质量的问题

在出货前最好有权威检验机构类似于 SGS,BV 等机构出具的验货合格报告以及客人确认货物质量的邮件,这样如果后期遇到类似于第一起案件客人由于资金紧张而托词是质量问题时我方就不至于处于很被动的地位,可以要求信保公司驳回客人的诉求。若是考虑类似检验的费用等问题,没有请权威检验机构出具验货报告,那么最好请客人派出代表验货并确认货物质量,或者给客人寄送大货样,客人邮件确认。这样做也是为了避免日后产生不必要的纠纷。因为一旦涉及质量纠纷,若是双方无法达成共

识,那就需要提交国际仲裁法庭进行仲裁,那将非常麻烦,耗费很多的时间,金钱,得到的结果还不见得尽如人意。

二、关于纠纷应该依据的法律问题

上述两起案子,从出口方角度出发来看难免会觉得客人的要求是无理的,因为他们依据的都是当地的法律不构成对我方的约束,但是这是国际贸易,一般应依据国际商法或者国际合同法之类的国际性法律;但从客人的角度考虑,既然货物最终消费国别是在当地,他当然也要符合当地国家的法律,就像上述的第二起案件。为了避免这一矛盾的出现,信保公司建议,最好在签订合同的时候就跟客人约定好如果出现纠纷,应该依据什么样的国际法律或者国际标准来执行。这样在问题出现的时候就可以避免因为不熟悉地方法律而处于被动,或者因为依据的标准不同而产生纠纷,提交仲裁。

三、关于申报可损

若是客人拒收,需要在10日之内提交可损;若是客人拖欠,信保公司的要求是在应收汇日内60天之内若还未完全结汇,就需要向信保公司申报可能

损失,所以若到期仍未收汇,一定要在限期内通知单证申报可损,以避免因为过期信保公司降低赔付比例甚至拒绝赔付的情况。很多人会担心如果一旦申报可损以后该客人的限额就会取消,跟客人的合作关系就会破裂。其实关于限额取消,申报可损以后限额确实会取消,但若是后期如果客人能够及时偿还货款或者我方与客人之间达成和解协议,那么我方就可以向信保公司申请撤销该客人项下的可损,恢复限额,待限额恢复后还是可以和以前一样投保的。而且尽早申报可损,信保公司并不会立即对客人进行追讨,他们只是跟客人邮件联系,以询问的语气询问客人是否有这笔欠款的存在,客人在资金状况还不是很差的情况下,通常是会承认货款的存在,这样信保公司也就有了书面证据证明欠款事实的存在,为以后的索赔工作争取了主动。而且尽早申报可损,在客人财务状况还好的时候通常不会赖账,避免时间长了待客人无力偿还货款时找质量问题的托词,进而引起不必要的纠纷。

(来源:外贸领导力)

(上接第11页)“投资中国”品牌效应,推深做实“徽动全球”合作伙伴计划,瞄准重点国家和地区,精准邀请产业匹配度高、投资意愿强的跨国公司、行业协会、投资机构等来安徽考察合作。发挥“海客圆桌会”品牌作用,加大小分队境外招商力度,常态化举办外商投资促进活动。(责任单位:省商务厅)依托投洽会、进博会、消博会等大型国际经贸交流平台,加强与外商投资企业精准对接。强化世界制造业大会、RCEP地方政府暨友城合作(黄山)论坛等活动投资促进服务功能,更好推动外资招引。(责任单位:省商务厅、省工业和信息化厅、省外办)

(九)规范外资项目招引。依法依规按照招商引资鼓励和禁止事项清单开展外资招引工作,诚信履行合同约定,规范和清理招商引资优惠政策。(责任单位:省发展改革委、省商务厅)

四、加大服务保障力度

(十)保障外资企业国民待遇。依法平等对待市场主体,不得针对外资企业制定、实施或者变相实施歧视性政策措施,常态化开展内外资不合理差别待遇清理工作,确保外资企业在政府采购、资质许可、

知识产权保护、招标投标等方面享受平等待遇。(责任单位:省市场监管局、省发展改革委、省商务厅)提升高校院所、科研机构等开展采购活动的公开透明度,保障外资企业平等参与。(责任单位:省教育厅、省科技厅)

(十一)支持外资企业参与提振消费行动。支持外资企业全面参与绿色消费、消费品以旧换新、“外贸优品安徽行”等促消费工作,支持外资企业参与各地举办的促消费活动。(责任单位:省商务厅)

五、持续优化外资管理

(十二)优化外商投资信息报告制度。加强对外资企业的业务指导,提升外商投资信息报告质量。建立健全与相关部门的信息共享机制,依法依规开展信息核查工作,确保信息真实、准确、完整。(责任单位:省商务厅、省市场监管局)

各地、各有关部门要坚定不移扩大高水平对外开放,抓好各项政策措施落地见效。省商务厅要会同省发展改革委、省财政厅等有关方面加强统筹协调、宣传指导,推动各项举措落实。

(来源:安徽商务)

2027 亚洲酒店用品设施展览会

暨中国酒店与餐饮用品博览会

一、展会信息

时间:2027 年 3 月 2 日至 5 日

地点:泰国曼谷 IMPACT 会展中心 1-2 号馆

二、展会简介

展会由德国科隆国际展览有限公司、泰国商业部国际贸易促进厅、泰国商会联合主办的 2027 亚洲酒店用品设施展览会 (THAIFEX-HOREC Asia 2027), 将于 2027 年 3 月在泰国曼谷 IMPACT 会展中心举办。展会深度聚焦酒店、餐饮、咖啡馆等全产业链核心需求, 是东南亚地区极具标杆影响力的专业商贸展示平台, 将集中呈现行业前沿科技成果与智能创新解决方案, 搭建供需对接、技术交流的核心枢纽。商务部外贸发展局作为本届展会的全面战略合作伙伴, 同时担任中国酒店与餐饮用品博览会主办方, 将统筹搭建中国企业专属参展服务体系, 统一组织国内优质企业赴泰参展, 为中国展商打通对接东南亚乃至全球酒店餐饮赛道的高效出海通路。

三、上届展会情况

THAIFEX-HOREC Asia 是从久负盛名的亚洲世界食品博览会 (THAIFEX-Anuga Asia) 细分孵化的垂直类酒店行业专业展会, 专注于酒店用品设施领域, 市场定位与客群指向高度清晰精准。第三届 THAIFEX-HOREC Asia 已于 2026 年 3 月 11 日至 13 日在泰国曼谷 IMPACT 会展中心顺利举办, 各项办展成果均超出预期。展会依托 THAIFEX-Anuga Asia 二十余年深耕积累的餐饮酒店行业本土及国际优质买家资源, 实现成熟行业资源的定向平移复用, 为参展商与专业观众打造更具针对性的展示交流平台; 同时通过展会官方网站、品牌营销物料、社交媒体矩阵、行业专业刊物、定向采购商数据库、专场新闻发布会等多渠道组合推广, 精准引导全球专业采购商前往中国展区开展采购洽谈, 所有核心 B2B 商

贸对接活动均重点聚焦中国展区。展览总面积达 35,000 平方米, 共吸引来自 35 个国家和地区的 664 家参展商, 同比增长 28%, 其中国际参展商达 394 家; 专业采购商覆盖 70 个国家和地区, 总人数达 21,305 名, 同比增长 10%; 邀约来自 29 个国家和地区的贸易代表团及特邀核心买家共 448 名, 现场累计完成精准商贸洽谈 1,926 场; 展会传播声量广泛, 共有 163 名行业媒体代表到场参与报道, 新闻报道高达 830 篇, 参展企业整体品牌曝光量超 264 万次, 展品专项曝光量达 66 万次, 展会现场总成交额突破 1.1831 亿美元。

四、展品范围

共包含以下九大门类的产品、服务与技术, 本届展会重点聚焦科技产品在酒店与餐饮行业的应用。

1. 烘焙与冰淇淋: 烘焙及糕点设备、冰淇淋设备、食品包装与展示、烘焙配料与添加剂等。

2. 咖啡馆与酒吧: 咖啡与茶、咖啡设备、酒吧设施、酒类及含酒精饮料等。

3. 厨房: 厨房设备及配件、配餐设备、自动贩卖机、物流与维护用品、制冰与低温储存设备等。

4. 餐饮: 餐具、银器、瓷器、水晶 / 玻璃器皿等。

5. 家居装饰: 装饰与照明用品、室内家具及配件、布草、床具、户外家具及配件等。

6. 清洁与洗涤: 洗衣设备及配件、清洁设备及配件、客房清洁用品、卫生 / 废物处理、虫害控制服务等。

7. 康养: 个护与保养用品、运动设施等。

8. 服务: 特许经营与营业许可解决方案、咨询服务。

9. 科技: 智能服务机器人、AI+ 数字化系统、无接触与智能客房、AI+ 餐饮全链路、文旅 / 度假村沉浸体验、数据智能与运营优化、AI 应用开发与生态

等。

五、收费标准

标准展位(3m×3m): 商务部外贸发展局统一设计搭建, 含三面围板、楣板及公司英文名称、一桌三椅、地毯、照明、插座、隔板、垃圾桶等, 38,000 元/个。

组团单位: 安徽省进出口商会

地址: 合肥市金寨路 381 号九州大厦十二楼

联系人: 车鸣

电话: 0551-62622185

手机: 18955152120

2027 年法国巴黎国际服装采购展

Apparel sourcing

一、展会信息

时间: 2027 年 1 月 25-27 日

地点: 巴黎勒布尔歇会展中心

二、展会简介

中国纺织品服装贸易展览会(巴黎)暨巴黎国际服装服饰采购展每年在法国巴黎勒布尔歇会展中心举办春秋两届, 并与知名的 Texworld 面料展、Avantex 可持续时尚展同期同馆举行, 打通了从面料、辅料到成衣的完整采购链条。

该展会是欧洲最重要的服装及面料类专业展会, 多年来欧洲的展览常青树。作为欧盟时尚成衣集中采购枢纽, 展会总面积达约 35,000 平方米, 汇聚来自全球 800 至 1300 家优质制造厂商与供应商。其中, 中国展团始终是规模最大的国家展团, 占比常超 45%。展会每年吸引近 20,000 至 35,000 名专业采购观众到场。观众主要来自法国、英国、意大利、德国等欧洲国家, 90% 为品牌采购总监、连锁百货买手及跨境进口商等具有直接下单权的决策者。

三、市场分析

法国作为全球时尚中心, 其服装外贸市场兼具成熟与高端化的特点。本土拥有众多奢侈品牌及设计师品牌, 在国际市场享有极高声誉, 进口需求主要集中在高品质面料、高端制造及互补型快时尚产品上。欧盟是其最主要的贸易伙伴, 但市场准入需严格

遵守欧盟严格的环保与质量法规。近年来, 消费者可持续意识显著增强, 对有机、再生材料及符合道德生产的服装需求快速增长, 成为核心趋势。线上渠道重要性日益凸显, 但线下精品买手店仍占据重要地位。对中国企业而言, 切入该市场不能仅靠价格竞争, 必须突出设计创新、精湛工艺和可持续性, 以差异化价值赢得注重品质与风格的法国及欧洲买家。

四、展品范围

各类男装、女装、童装、内衣、家居服、泳装、皮革(仿皮毛)服装、工作服和服饰品(配饰、围巾、手包、袜子等)

五、收费标准(参考 2026 年 9 月)

(一) 会刊及注册费: 人民币 2000 元/企业;

(二) 展位费: 61000 元/9m²; 81333 元/12 m²; 101667 元/15 m²

(三) 双开费: 5000 元; 三开口: 10000 元

(四) 运输费、签证费、人员出行费等根据实际发生收取。

组团单位: 安徽省进出口商会

地址: 合肥市金寨路 381 号九州大厦十二楼

联系人: 车鸣

电话: 0551-62622185

手机: 18955152120

数字丝路发展提速 双向赋能经贸合作

今年以来,众多优质海外特色商品持续热销中国市场。1—6月,商务大数据重点监测跨境电商进口平台上,巴西牛排、肯尼亚咖啡豆、泰国鲜榴莲销售额同比分别增长176.3%、87.1%和75.1%。海外好物借助数字化通道快速走进中国千家万户。亮眼数据的背后,正是数字丝绸之路建设持续提速、跨境数字经济经贸合作走深走实的生动缩影。

产业领域同样体现出数字丝路建设成果。当前,东盟多国正加速布局数字基础设施,中国依托“丝路电商”搭建的数字经贸合作桥梁,正推动实体产业出海与数字服务输出双向赋能,提升国际经贸合作效能。

丝路电商提质增效 搭建全球经贸合作数字桥梁

作为数字丝路的载体,“丝路电商”持续拓宽国际经贸合作边界,通过央地协同、政企联动,搭建起常态化、多元化的跨境数字贸易合作体系,推动中外商品双向流通、资源双向共享,大幅提升国际经贸合作的精准性与效能。

商务部数据显示,上半年,中国与36个“丝路电商”伙伴国合作持续深化,央地协同举办9场“丝路电商惠全球”主题活动,各地因地制宜打造特色电商合作平台,让丝路电商合作落地有声、成效可见。

地方特色活动成为激活跨境电商活力的重要抓手。今年以来,新疆、河北、上海等地积极开展中外政企对话交流,举办“丝路云品”非洲好物电商节,助力

优质商品“出口中国”;广西聚焦东盟经贸合作优势,打造东盟水果网上市集,搭建专业化跨境电商交易平台,既让东盟特色水果便捷进入中国市场,也推动国内轻工、机电、农产品加工制品高效出口东盟,实现双向贸易互通共赢。

跨境电商消费升温的同时,跨境电商物流体系持续完善。今年6月18日,广州首条中欧班列电商快线迎来开通一周年。一年来,该电商快线累计放行电商班列货物9872标箱,运量居粤港澳大湾区首位。依托中欧班列电商快线等特色业务,目前广州东部公铁联运枢纽已搭建起覆盖欧洲、中亚、东盟等17国34城的物流网络,“中欧班列+跨境电商”模式持续深化。

上海财经大学中国式现代化研究院特聘研究员、电子商务研究中心主任劳帼龄在接受国际商报记者采访时表示,“丝路电商”已成为共建“一带一路”数字经济合作的核心抓手,通过常态化主题活动、专业化平台搭建、精准化供需对接,有效打破了跨境贸易信息壁垒、降低交易成本,既推动海外优质资源“出口中国”,也助力中国优质商品、数字服务与产业模式走向全球。未来中国应持续深化与“丝路电商”伙伴国间的合作,完善跨境电商配套体系,推动数字丝路建设走深走实。

产业抱团出海

数字服务赋能实体深耕新兴市场

随着全球数字化转型提速,东南亚、拉美等新兴

市场的工业数字化改造、智慧农业落地、云端服务搭建等需求持续释放。记者注意到,在此背景下,中国数字化服务商跟随国内制造企业抱团出海,形成“实体产业拓市场、数字服务筑底座”的双向赋能发展新模式,推动云服务、数字解决方案、智能运维体系等服务保障同步落地,助力中国产业集群深耕海外新兴市场。

今年以来,广西依托中国—东盟信息港建设优势,联动本地制造、农业企业与数字科技企业组建出海联盟,聚焦东盟产业升级、农业增效需求,输出本土化数字解决方案。

例如,润建股份有限公司入选今年5月成立的中国—东盟国家人工智能应用合作中心企业联盟首批执行理事单位,重点围绕东盟算力基础设施、行业大模型研发、AI场景应用开展布局,为东盟传统产业数字化转型提供技术支撑;中国东信国际有限公

司与越南移动运营商 VinaPhone 公司签署 2026—2030 年五年合作协议,标志着中越在电信、信息技术和通信领域的合作进入新阶段,为两国制造业跨境协作、数字贸易往来筑牢基础。

针对东盟多国农业种植分散、产销对接不畅、智能化水平偏低等痛点,中国数字企业推出智慧种植监测、农产品溯源、云端产销匹配等定制化服务,助力当地农业提质增效,为后续跨境农产品贸易打通数字化通道。

在劳帼龄看来,当前数字丝路建设已进入提质升级新阶段,产业抱团出海筑牢实体根基,“丝路电商”畅通贸易通道,数字赋能、双向互通、协同共赢的发展格局正加速形成。随着数字基建持续联通、合作机制不断完善,数字丝路将持续释放发展红利,为全球经贸发展注入新动能。

(来源:国际商报)

—※— —※— —※— —※— —※— —※— —※— —※—

亚马逊发布“标杆新卖家孵化计划” 三年帮 2000 个品牌销售额破亿

日前,亚马逊全球开店发布“标杆新卖家孵化计划”,提出为期三年的发展目标:截至 2029 年,扶持 2000 个新入驻品牌实现单品牌销售额突破 1 亿元人民币。该计划将以“六大赋能”为核心框架,为卖家提供市场洞察分析、全方位运营陪跑等支持。

据悉,该计划面向有转型和出海需求的各类优质企业(如制造商、品牌商和新锐品牌等),整合全球站点的资源、工具和品类专家团,为其提供覆盖北美、欧洲、日本等站点的定制化出海解决方案。

“六大赋能”具体为趋势洞察、路径规划、全程运营、合规保障、行业资源及专属激励赋能。卖家可在品类专家帮助下,锁定出海赛道,确定个性化选品方案,定期获取市场机遇信息。对于存在转型需求的卖家,亚马逊会提供定制化出海路径规划,并给出可落地执行的方案。而卖家在开店咨询到出海的全过程,

也会有专属品类专家从成本与定价、“黄金 90 天”、物流与供应链三个方面进行指导,帮助卖家缩短成长周期。

合规方面,亚马逊会为卖家提供一对一合规入驻指导,并针对疑难问题设置响应通道,降低卖家业务中断风险。此外,亚马逊的服务商网络资源和卖家社群资源,都能为卖家所用,借此获得本地化专业服务支持和行业洞见。若参与计划的卖家被认定为优质企业,将享有多种补贴和优惠权益。

据了解,此前,已有品牌借助亚马逊的信任背书,实现高客单价的新品破冰,上线亚马逊第一年的销售额就破亿元。而该计划的实施,正是为了将中国卖家销售额快速破亿的路径,从偶然转变为可复制的成长模式。

(来源:亿邦动力)

共享机遇 促共赢

东博会助推中国—东盟经贸合作向新向深

金秋九月,第23届中国—东盟博览会(以下简称“东博会”)在广西南宁启幕。走过二十余载春秋,东博会已成为中国与东盟深化经贸合作、共享发展机遇的重要平台。

2004年,首届东博会举办之时,中国与东盟双边贸易额为1058.8亿美元。2025年,双边贸易额首次突破万亿美元大关,达到1.05万亿美元,贸易规模已接近首届东博会举办时的10倍。

数字的跃升是合作成效最直观的注脚。20多年来,东博会的合作内容已由早期的商品展销、贸易洽谈,逐步延伸至投资合作、产业对接,并加快向数字经济、人工智能、绿色发展等新兴领域拓展,平台功能日益丰富,合作层次不断提升。

如今,中国连续17年保持东盟第一大贸易伙伴地位,东盟连续6年成为中国第一大贸易伙伴。作为连接中国与东盟的“黄金纽带”,东博会持续汇聚商品、企业、项目、资金等要素,推动更多合作意向转化为发展成果,为双方经贸合作注入新动能。

经贸往来量质齐升,产业合作不断深化

贸易规模持续扩大,中国与东盟经贸联系愈发紧密。今年1—7月,中国与东盟贸易总额达7444.1亿美元,同比增长24.7%,占同期中国外贸总额比重上升至21.8%。

日益活跃的经贸往来,也在东博会上得到直观体现。首届东博会展区面积仅5万平方米、参展商1505家;本届展览总面积已达17万平方米,约3300家企业参展。展会规模扩大的背后,是越来越多中国与东盟企业在这里展示产品、对接需求、洽谈合作。同期举行的一系列投资促进和经贸对接活动,也为企业开拓市场、寻找伙伴、推进项目合作创造更多机遇。

贸易规模扩大的同时,合作也由商品流通进一步向资本、产业和供应链延伸。截至今年7月,中国同东盟累计双向投资额和中国企业在东盟累计完成工程承包营业额均超过5150亿美元,双方互为投资最活跃合作伙伴的地位进一步巩固。新能源、有色金属精深加工、高端装备制造等领域合作持续推进,产业链、价值链联系更加紧密。

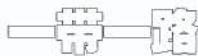
商品贸易的持续增长、双向投资的加快布局以及产业协作的深入推进,共同勾勒出中国—东盟经贸合作由“量的增长”迈向“质的提升”的清晰轨迹。东博会也由贸易展示和洽谈平台,逐步成为促进投资合作、产业对接的重要载体。

合作领域持续拓展,新兴动能加快集聚

规模在扩大,合作的内涵也在更新。农业、轻工、机械制造等传统领域长期是中国—东盟经贸合作的重要基础。近年来,电子信息、新能源、数字经济等新兴产业加快发展。顺应这一变化,东博会不断引入新技术、新产品和新场景,为企业寻找市场、对接需求提供平台。

人工智能正成为中国与东盟经贸合作新的增长点。依托面向东盟开放合作的区位优势,广西创新打造“北上广研发+广西集成+东盟应用”差异化发展路径,推动国内先进技术、产品与东盟市场需求有效对接,中国—东盟人工智能合作加快从技术交流向产业应用延伸。

2025年9月,广西启动建设中国—东盟国家人工智能应用合作中心,并与越南、老挝、马来西亚、缅甸等东盟国家签署44项人工智能合作协议。目前,依托该中心,广西已与8个东盟国家建立常态化人工智能协作机制,中老、中马、中越应用合作中心建成启用,面向不同国家需求的人工智能应用合作正



One Belt and One Road

加快落地。

第23届东博会进一步放大了这一趋势。本届东博会首次设立未来空间和科创企业成长赋能展区,首次设立“AI大卖场”,并举办中国—东盟人工智能供需对接会。人形机器人、AI眼镜等前沿科技产品集中亮相,现场还展示AI在农业、制造、教育、医疗等领域的落地应用,特别是智慧交通、应急救援、智慧农业等东盟市场需求旺盛的场景,让客商直观感受到科技如何重塑传统产业、提升服务效率。

商品与技术同台展示,企业与市场双向对接,传统产业与新兴业态协同发展。伴随数字经济、人工智能等新领域加快成长,中国与东盟经贸合作正在孕育更多新的增长点。

互联互通持续深化,合作环境不断优化

经贸合作的深化,离不开基础设施的互联互通与制度环境的不断优化。近年来,西部陆海新通道加快建设,中国西部地区与东盟市场之间的物流联系更加便捷。北部湾港航线网络持续拓展,海铁联运班列通达范围不断扩大,为货物高效流动和产业链供应链协作提供有力支撑。平陆运河建成通航,打通西江航运干线与北部湾港的江海直连通道,进一步畅通中国西南腹地与东盟市场之间的双向贸易通道。随着港口、铁路、水运等基础设施加快衔接,广西作为中国面向东盟开放合作的前沿和窗口地位更加凸显。

“硬联通”加快完善,“软联通”也在持续深化。《区域全面经济伙伴关系协定》(RCEP)正深入实施,中国与东盟在规则、规制、管理、标准等方面的对接将更加紧密,为区域内企业创造更加公平、透明、可预期的市场环境。

更加畅通的物流网络和更加完善的经贸规则,也为东博会发挥平台作用提供了更广阔的空间。本届东博会首设离境退税服务点,境外客商可在展会现场办理退税业务,并享受多语种咨询和流程指引。此外,展会还集中提供跨境金融、商事法务、展品物流等综合服务,覆盖企业参展全过程需求。这些细微之处的便民举措,提升了客商的参展体验,帮助企业更好对接市场需求,推动开放合作红利加快转化为实实在在的经贸成果。

从一件件商品跨越山海,到一个个项目落地生根;从传统贸易持续增长,到数字经济、人工智能等新领域加快拓展;从展馆里的握手洽谈,到产业链供应链上的深度协作,走过20余年,东博会见证并推动中国与东盟经贸合作一步步走深走实。

2026年是中国—东盟建立全面战略伙伴关系5周年,也是《中国—东盟全面战略伙伴关系行动计划(2026—2030)》的起始之年,更是中国—东盟自贸区3.0版升级议定书签署后加快落地实施的关键一年。在这一历史节点上,东博会将继续发挥平台作用,为区域繁荣稳定注入强劲动能。

(来源:新浪网)

“一带一路”的

温度藏在这些细节里

今年以来,中国持续深化与共建“一带一路”国家务实合作,以贸易投资夯实合作根基,以基建联通打通发展脉络,以规则对接凝聚合作共识,推动共建“一带一路”高质量发展,合作质效持续提升,成果惠及更广。

在业内人士看来,未来中国将持续深耕新兴领域合作,加快重大基建工程落地,扩容“小而美”民生项目,深化与更多共建国家的规则标准对接,继续完善“硬联通”、畅通“软联通”、深化“心联通”,以更高水平的对外开放、更务实的合作举措,推动高质量共

建“一带一路”走深走实。

经贸往来提质扩容

双向投资韧性凸显

今年以来,面对复杂多变的全球经贸环境,中国与共建国家贸易规模稳步增长、投资结构持续优化。数据显示,上半年中国对共建国家进出口总值达12.97万亿元,同比增长14.8%,占外贸进出口总值的50.9%,区域经贸合作韧性持续凸显。其中,新兴市场贸易增长尤为亮眼,中国对非洲、拉美共建国家进出口同比分别增长19.6%、16.2%,市场多元化布局成效显著。

双向投资合作稳中提质,领域不断拓宽。商务部数据显示,今年1—6月,中国企业在共建国家非金融类直接投资1207.7亿元,对外承包工程业务完成营业额5207.1亿元,同比增长11.8%,工程合作增速稳健,彰显中国基建的硬核实力。民营企业成为经贸合作主力军,上半年民营企业对共建国家进出口占比超五成,依托丝路合作机遇开拓海外市场已成为众多外贸企业的共识。

浙江蓝途户外用品股份有限公司外贸业务负责人杨蓉蓉对国际商报记者表示,今年公司聚焦东南亚、中东等共建国家和地区市场,优化产品适配标准,上半年对共建国家市场出口额同比增长超20%。

北京师范大学一带一路学院研究员万喆在接受国际商报记者采访时表示,共建“一带一路”合作已从规模扩张转向质量提升,不再局限于传统商品贸易和基础投资,而是向绿色经济、数字贸易、高端制造等新兴领域延伸,助力共建国家完善产业体系、激活经济动能。这种互利共赢的合作模式,为全球经贸复苏注入了稳定动能。

“硬联通”工程多点突破

民生基建普惠万家

基础设施互联互通是共建“一带一路”的基石。上半年,中国持续推进共建国家跨境交通、能源、水利等标志性基建工程落地,同时深耕“小而美”民生项目,实现重大工程赋能产业发展、民生项目惠及基层群众的双向赋能,基础设施“硬联通”网络愈发完善。

标志性跨境基建项目持续提速,打通区域发展大动脉。作为中国和吉尔吉斯斯坦共建“一带一路”重点工程,巴尔斯科恩—别迭里公路项目稳步推进,

建成后将极大提升中国新疆至吉尔吉斯斯坦的区域跨境物流效率。口岸基建持续升级,新疆阿拉山口散粮铁路专用线扩能改造工程于3月开通运营,进一步提升中欧、中亚粮食跨境运输承载力,助力跨境大宗商品贸易提质增效。4月,安哥拉罗安达绕城高速项目开工,建成后当地道路通行能力将大幅提升,有效畅通农产品运输通道,降低物流成本。

民生类“小而美”项目遍地开花,持续增进当地民众福祉。例如,中企承建的多个民生工程相继落地,乌干达基布库区供水项目通过竣工初验,惠及当地群众,饮水安全得到有力保障;再如,秘鲁25所由中企援建的公立学校全部投用,大幅改善当地基础教育硬件条件。这些贴合民生需求、落地快、见效实的项目,生动诠释了共建“一带一路”的民生温度。

“软联通”对接纵深推进

中国标准赋能全球合作

如果说基础设施建设“硬联通”打通了深化合作的物理通道,那么规则标准“软联通”则搭建起了共赢的制度桥梁。上半年,中国持续推动与共建国家标准互认、规则对接、制度互通,持续输出中国标准、中国方案,推动合作从设施联通迈向规则融通。

今年6月,中国与南非签署关于加强规则标准“软联通”合作谅解备忘录,这是中国与共建国家签署的首份以规则标准“软联通”命名、达成系统性共识的专项文件,为两国深化制度性对接、促进产业链供应链融合建立合作机制,也为中国与共建国家标准互通提供了范本。

当前,中国与共建国家在避免双重征税、推动电商合作等方面持续发力,已与30多个国家签署双边电子商务合作备忘录,在能源、金融、绿色发展、数字经济等领域建立了20多个专业领域多边合作平台,推动标准互认与规则对接。

万喆认为,高质量共建“一带一路”的核心方向,就是从硬件设施联通转向规则、制度、理念的深度融通。规则标准“软联通”能够有效降低跨境合作制度性成本,破解贸易投资壁垒,是实现高水平互利共赢的关键。中国贡献的行业标准与治理方案不是单向输出,而是基于各国发展需求的互补共赢,为全球经济治理体系完善提供了务实可行的思路。

(来源:中国商务新闻网)

先看本质：它们各管什么？

做出口贸易或制造业的朋友，几乎都绕不开两个缩写：RoHS 和 REACH。它们都来自欧盟，都管“产品里不能用什么有害物质”，但管控思路截然不同——一个盯着“电子产品里的特定有害物”，一个盯着“所有化学品的全生命周期”。搞混了，轻则被客户退单，重则面临高额罚款和下架。本文就把这两者的区别掰开揉碎讲清楚。

01 先看本质：它们各管什么？

RoHS——限制特定有害物质指令全称 Restriction of Hazardous Substances Directive，核心法规为 2011/65/EU（俗称 RoHS 2），后经 2015/863 修订（RoHS 3）。它管的是电子电气设备（EEE）中不得含有超过限值的有害物质。说白了：你的产品如果是“带电的”，里面某些重金属和阻燃剂就不能超标。

REACH——化学品注册、评估、授权与限制法规全称 Registration, Evaluation, Authorisation and Restriction of Chemicals，核心法规为 EC 1907/2006。它管的是所有化学品——从原料到成品，只要在欧盟制造或进口，年产 / 年进口量超过 1 吨，就得注册。它不只盯着某几种物质，而是要求企业“自证安全”：你用的化学物质有什么危害？怎么用才安全？供应链上下游怎么传递信息？全得交代清楚。

一句话概括：RoHS 是“电子产品里不许用这几种东西”；REACH 是“所有化学品你都得报备、评估、证明安全”。

六大核心区别逐一看

对比维度	RoHS	REACH
法规类型	指令 (Directive)，需各成员国转化为国内法。	法规 (Regulation)，直接适用于所有成员国。
管控范围	仅限电子电气设备 (EEE)，含大型家电、IT 设备、照明、玩具、医疗设备等 11 大类。	几乎所有化学物质，覆盖电子、玩具、纺织、家具、汽车、建材等全行业。
管控逻辑	禁止清单制：列出受限物质，超标即违规。	风险管控制：注册→评估→授权→限制，全链条管理。
受限物质数量	固定 10 种 (6 种原始 + 4 种邻苯二甲酸酯)。	SVHC 候选清单持续更新，已达 240+ 种，且每年增加。
合规义务	产品层面：确保产品不含超标物质，加贴 CE 标志。	供应链层面：注册、通报、提供安全数据表 (SDS)、传递用途信息。
触发门槛	无吨位门槛，产品在管控范围内即需合规。	年产/进口 ≥ 1 吨需注册；SVHC 通报需 ≥ 1 吨且年出口含该物质 > 1 吨。
责任主体	制造商、进口商、授权代表。	制造商、进口商、下游用户、物品生产商均有义务。

一文讲透欧盟两大环保法规：RoHS 与 REACH 有何区别？

管控物质清单对比

RoHS 限制的 10 种物质 铅 (Pb)——限值 0.1% 汞 (Hg)——限值 0.1% 镉 (Cd)——限值 0.01% 六价铬 (Cr6+)——限值 0.1% 多溴联苯 (PBB) 多溴二苯醚 (PBDE) 邻苯二甲酸二 (2-乙基己基) 酯 (DEHP) 邻苯二甲酸丁苄酯 (BBP) 邻苯二甲酸二丁酯 (DBP) 邻苯二甲酸二异丁酯 (DIBP)

REACH SVHC 典型类别 致癌、致突变、生殖毒性 (CMR) 物质 持久性、生物累积性、毒性物质 (PBT) 高持久性、高生物累积性物质 (vPvB) 内分泌干扰物 铅及其化合物 邻苯二甲酸酯类 (多种) 阻燃剂 (如 HBCDD、TBBPA 等) 全氟化合物 (PFOA、PFOS 等) 钴盐、硼酸等无机物 清单持续扩充中……注意重叠：RoHS 管的 10 种物质，很多也在 REACH 的 SVHC 清单中。但两者的管控方式不同——RoHS 是“直接禁止超标”，REACH 是“要求通报并逐步走向授权 / 限制”。一个产品可能同时面临两部法规的双重合规要求。

合规义务的差异

RoHS 的合规路径如果你的产品属于电子电气设备，需要：完成产品技术文件编制 → 出具符合性声明 (DoC) → 加贴 CE 标志 → 保留技术文档备查。核心动作是“证明产品不含超标物质”，通常通过第三方检测报告来佐证。

REACH 的合规路径 REACH 要复杂得多，根据你的角色不同义务不同：1. 注册义务 (制造商 / 进口商)：年产或年进口 ≥ 1 吨的化学物质，必须向欧洲化学品管理局 (ECHA) 提交注册档案，包括物质标识、用途、安全使用信息及化学安全报告。2. SVHC

通报义务(物品生产商/进口商):产品(物品)中含SVHC且浓度>0.1%(w/w),同时该物质年出口量>1吨,必须向ECHA通报。3. 供应链信息传递义务(所有角色):产品含SVHC且浓度>0.1%,必须向接收方提供安全使用信息,消费者也有权在45天内索要相关信息。4. 授权与限制义务:被列入授权清单(Annex XIV)的物质,必须在日落日期前申请授权,否则禁止使用。限制清单(Annex XVII)则直接对特定用途设禁。

实务要点:企业该怎么应对?

关键提醒:RoHS和REACH不互斥,而是叠加适用。一台出口欧盟的电子设备,可能既要做RoHS检测拿到CE认证,又要排查REACH SVHC含量并履行通报义务。两套合规缺一不可。给企业的四条实操建议

1. 先判断产品归属:产品是否属于EEE?是→RoHS适用。产品含化学物质?几乎都是→REACH适用。多数电子电器产品两者都适用。

2. 建立物质清单(BOM+物质声明):向上游供应商收集材料成分声明,识别是否含有RoHS受限物或REACH SVHC。这是所有合规工作的基础。

3. 定期检测+跟踪法规更新:RoHS物质相对固定,但REACH SVHC清单每年更新两次(6月和12月)。建议每半年复核一次物料合规状态。

4. 不要只做检测就以为万事大吉:REACH的核心是供应链信息传递和注册/通报义务,光有检测报告不等于合规。尤其SVHC浓度>0.1%时,通知义务是强制性的。

总结:记住这三组关键词 范围:RoHS=电子电气设备;REACH=所有化学品 方式:RoHS=禁止超标(黑名单制);REACH=注册评估授权限制(全链条管理) 物质:RoHS=固定10种;REACH=SVHC 240+种且持续增长两者叠加适用,不能只做一个。电子电器产品出口欧盟,RoHS检测+REACH SVHC排查+供应链信息传递,三件套缺一不可。

(来源:贸易便利化服务资讯)

它山之石

江苏首票输柬埔寨自助打印中国 —东盟自贸区原产地证书落地苏州

近日,苏州现代纸品有限公司关务姚伟坐在电脑前,通过国际贸易“单一窗口”为一批出口柬埔寨的热敏纸卷申领原产地证书,这份由南京海关所属苏州海关签发的证书,是江苏首票自助打印的输柬埔寨中国—东盟自贸区原产地证书。

苏州现代纸品有限公司的产品销往全球100多个国家和地区。今年1—8月,该公司在苏州海关申领多个原产地证书,签证货值超300万元。姚伟介绍,“凭借原产地证书,我们的产品在柬埔寨的进口关税税率从7%降到了0,现在这一证书开放自助打印,能为我们节省不少时间和成本。”

“9月16日起新增RCEP和中国—东盟自贸协定项下输缅甸、柬埔寨,以及中国—柬埔寨自贸协定原产地证书自助打印,原产地证书自助打印

的范围拓展到25种证书。”苏州海关驻相城办事处主任叶芸说,“自助打印的范围不断扩大,降低了企业办证的时间和人力成本,进一步优化了口岸营商环境。”

为帮助企业更好享受自贸协定关税优惠政策红利,苏州海关持续强化对企原产地政策的帮扶和指导,在深化“关e通”综合服务大厅建设的同时,进一步巩固原产地证书“智能审核+自助打印+多点通签”一体化模式,助力企业“高效办成一件事”。

南京海关将持续优化原产地签证管理模式,积极推广原产地证书智能审核、自助打印等便利化措施,帮助企业惠享更多自贸协定政策红利,服务江苏外贸高质量发展。(来源:海关总署)