

# 安徽省进出口商会通讯 目 录

## 安徽省进出口商会通讯

2025 年第 11 期总 199 期

2025 年 11 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

周彦鲜 李二敏

王 颖 史元庆

张 鹏 张贵兵

于建国 杨 国

王 斌 杨晓刚

刘 昕 梁 清

薛 源 陆 川

李宏涛 唐 博

刘宏伟 梁 明

何 尧 柯丹丹

周文平 代明友

崔 浩 傅宏林

唐文生 赵 军

章美容 马 磊

## 热点聚焦

- 商务部回应近期经贸热点话题..... (1)
- 以创新为帆,中国外贸踏浪远航..... (2)
- 外贸企业用“绿钥匙”打开全球市场..... (4)
- 让更多中国企业“出海远航”..... (5)
- 划重点 农食贸易便利化措施哪些最给力..... (6)
- “徽”动进博:安徽元素闪耀进博会..... (7)
- “一带一路”占全省外贸比重过半..... (9)
- 合肥新桥科创示范区(合肥经开区北区)—打造“新·芯”向荣产业高地..... (9)

## 通知公告

- 商务部关于拓展绿色贸易的实施意见..... (11)
- 国家外汇管理局关于进一步便利外汇资金结算 支持外贸稳定发展的通知..... (13)

## 商会动态

- 我会参加中国对外贸易经济合作企业协会五届二次会员代表大会暨五届三次理事会会议..... (17)

## 工作研究

- 专业外贸企业发展道路的选择与思考..... (15)

## 经贸信息

- 突然变卦 该国对中国加征 50%关税..... (18)
- 欧盟发布 2026 年健康与食品审核分析计划..... (18)

## 会员天地

- 广交会三期 | 安徽轻工“创新力量”闪耀全场..... (19)
- 融合聚力 智领未来——2025 合力智能物流发展大会圆满召开..... (19)

主 编:张丹宁

执行主编:柳夕良

本期责任编辑:车 鸣

# CONTENTS

# Anhui Chamber of Commerce for Import & Export Newsletter

## 案例分析

- 如何事前识别欺诈风险 避免上当受骗 ..... (21)

## 展会信息

- 2026 亚洲酒店用品设施展览会暨中国酒店与餐饮用品博览会..... (23)
- 第二十六届俄罗斯国际建筑及工程机械博览会..... (24)

## 跨境电商

- 提前 2 年执行! 欧盟或于明年取消小额进口包裹免税政策.....(27)

## 一带一路

- 从互降关税到共建规则——中国 - 东盟经贸合作持续升级为区域经济注入动能和信心..... (28)

## 它山之石

- 首条金砖城市跨境电商空运专线进出口突破 4 万吨..... (10)

## 外贸知识

- 外贸新人必须掌握的外贸术语和英文缩写..... (29)

## 入会指南

- 入会指南..... (22)

封面 安徽箔洱特铝制品有限公司

封二 我会参加省商务厅所属社会组织党支部书记、党务工作者专题培训班

封三 安徽箔洱特铝制品有限公司简介

## 安徽省进出口商会通讯

Anhui Chamber of Commerce for Import & Export Newsletter

2025 第11期

总第199期



商务和四地跨境电商热点话题

“服”商进博：安徽元素闪耀进博会

“一带一路”占全省外贸比重过半

我会参加省商务厅所属社会组织党支部书记、党务工作者专题培训班

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.accie.org.cn](http://www.accie.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](mailto: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)

## 商务部回应近期经贸热点话题

“下一步,中方愿与西方一道,以两国元首重要共识为指引,进一步推进经贸领域务实合作,不断推动中西合作走深走实。”“商务部将会同相关部门,支持上海更好统筹货物贸易、服务贸易、数字贸易三大支柱,聚焦创新、协调、安全、规则四个方面,推动上海国际贸易中心提质升级取得新成效。”“希望各地方、各行业结合实际,指导帮助企业了解好、理解好、利用好中国—东盟自贸区新规则新机遇,真正从中受益。”……在11月13日召开的商务部例行新闻发布会上,新闻发言人何亚东就近期商务领域热点话题作出回应。

### 不断推动中西合作走深走实

11月12日上午,习近平主席在会见来华进行国事访问的西班牙国王费利佩六世时强调,要进一步推进务实合作,中方愿进口更多西班牙优质产品,挖掘新能源、数字经济、人工智能等新兴领域合作潜力,扩大相互投资,打造更多标志性项目。会见后,两国元首共同见证签署经贸、科技、教育等领域10份合作文件。

何亚东表示,在中西两国迎来建立全面战略伙伴关系20周年之际,西班牙国王费利佩六世对中国进行国事访问,对推动两国友好合作不断向前发展具有重要意义。

关于中西双方此次达成的经贸领域合作成果,何亚东介绍,11月12日,在习近平主席和费利佩六世国王共同见证下,中国商务部和西班牙经济、贸易与企业部签署了《关于中西经济工业合作混委会的合作备忘录》。这是对今年4月中西双方共同发布的《关于加强全面战略伙伴关系的行动计划(2025—2028年)》的具体落实举措,旨在加强两国政府间经贸领域对话。未来,商务部将依托该机制,强化政策

协同,协调解决企业诉求,为中西务实合作走深走实保驾护航。

何亚东进一步介绍指出,11月13日上午,中国商务部和西班牙经济、贸易与企业部在北京共同主办中西企业顾问委员会第三次会议,为双方企业家搭建交流和对接的平台。约30家双方理事单位代表出席会议,并围绕中西企业全球合作、能源转型与先进制造合作开展主题研讨,气氛热烈。

何亚东表示,下一步,中方愿与西方一道,以两国元首重要共识为指引,进一步推进经贸领域务实合作,不断推动中西合作走深走实。

### 上海国际贸易中心建设 取得积极进展

建设国际贸易中心是党中央赋予上海的重要使命。何亚东介绍,近年来,商务部会同相关部门积极支持上海国际贸易中心提质升级。上海市坚持开放引领,充分发挥“外贸大市挑大梁”作用,国际贸易中心建设取得了积极进展。

一是外贸新动能持续集聚,贸易韧性不断增强。今年1—10月,上海市实现进出口3.7万亿元,同比增长5.2%。其中,出口1.6万亿元,同比增长10.5%。上海港集装箱吞吐量连续15年位居全球第一。建立完善绿色供应链管理服务体系,加大力度探索产品碳足迹核算,推动绿色产品标准、认证、标识体系等国际互认。

二是服务贸易发展提速,数字贸易活力增强。今年1—9月,上海市服务进出口额1.8万亿元,同比增长5%。可数字化交付服务进出口额6986.3亿元,同比增长6.4%。着力推进国际数字经济产业园建设,开通30多条国际互联网专用通道,形成多个高能级算力中心。

三是对接国际高标准经贸规则,深入推进制度型开放。上海自贸试验区制度型开放 80 条改革举措已全面落地,77 条措施向全国或其他自贸试验区复制推广。保税维修业务范围不断拓展,在全国率先开展保税再制造业务试点。

11 月 5 日,商务部与上海市委、市政府在进博会期间,共同召开了支持上海国际贸易中心提质升级工作推进会,会议通报了上海国际贸易中心建设进展情况、相关工作成效及下一步工作考虑。

何亚东表示,下一步,商务部将会同相关部门,支持上海更好统筹货物贸易、服务贸易、数字贸易三大支柱,聚焦创新、协调、安全、规则四个方面,进一步丰富上海国际贸易中心功能和内涵,协同推进贸易中心与经济、科创、金融、航运中心建设,推动上海国际贸易中心提质升级取得新成效。

**希望各方把握好  
中国—东盟自贸区新机遇**

在日前举办的中国国际进口博览会期间,许多参展的中国和东盟国家企业对 10 月 28 日签署的中国—东盟自贸区 3.0 版升级议定书表示高度关注。

“双方企业对此高度关注,正是看到了议定书蕴含的巨大商机。我们注意到,许多地方和企业已经行动起来,积极研究议定书新规则,为议定书生效后抢抓新机遇做好准备。”何亚东说,议定书签署后,商务部第一时间在中国自由贸易区服务网公布了签署文本,并对议定书内容进行了详细解读。

何亚东指出,中国—东盟自贸区 3.0 版升级议定书的签署,是双方合作的重要里程碑,标志着双方经济一体化进程从传统的贸易投资自由化便利化拓展至数字、绿色、标准、产供应链等新兴领域。

“3.0 版升级,将有力推动区域数字科技赋能、绿色产业合作、产业链供应链互联互通和标准规制对接,促进区域内大市场 and 产业链供应链加快融合发展。”何亚东说。

何亚东表示,商务部正在加快推进议定书的国内核准工作,与东盟方共同努力推动议定书尽早生效实施。“希望各地方、各行业结合实际,指导帮助企业了解好、理解好、利用好中国—东盟自贸区新规则新机遇,真正从中受益。”

(来源:中国商务新闻网)

—※— —※— —※— —※— —※— —※— —※— —※—

## 以创新为帆

# 中国外贸踏浪远航

当前,全球贸易格局深度调整,单边主义与保护主义交织,国际经贸环境面临多重不确定性,中国外贸企业正迈入挑战与机遇并存的发展新阶段。在此背景下,中国外贸企业以创新为核心引擎,在复杂变局中稳步前行。

海关总署数据显示,2025 年前 10 个月,中国货物贸易进出口总值达 37.31 万亿元,同比增长 3.6%,其中出口 22.12 万亿元、同比增长 6.2%。这份“稳中

有进”的成绩单背后,是广大外贸企业以创新为核心抓手,在全球市场浪潮中开辟出差异化竞争新赛道,最终实现海外业务稳健增长的生动写照。

### 创新驱动:从材质攻关到品牌出海

西安爱拓进出口有限公司便是其中的典型代表,创新已深植企业发展基因,成为其突围破局的核

心密码。

“从研发立项、材质攻关,到外观设计、细节打磨,每个环节都注入创新思维。”公司总经理陈昉彤在接受国际商报记者采访时,以最新研发的钻石餐盒为例,拆解企业的创新逻辑。“在材质研发环节,团队依托公司搭建的‘材料创新实验室’开展多轮技术攻关:初期筛选普通玻璃、可降解塑料、高硼硅玻璃等5类材质,经实验室模拟测试后锁定高硼硅玻璃;为进一步优化性能,研发团队联合高校材料研究所专项合作,仅用30天便完成玻璃厚度、边缘弧度的参数迭代,使餐盒使用寿命较普通塑料餐盒提升数十倍,同时兼顾环保属性。从材质筛选到性能优化,全程仅耗时90天,展现了高效的创新转化能力。”

钻石餐盒只是爱拓创新的一个缩影。陈昉彤表示,截至目前,公司已累计持有著作权170项、外观设计专利56项、实用新型专利11项,并在欧美市场布局3项海外商标,成功打造出辨识度十足的自主品牌“ATO”。持续的创新投入,使其产品在欧洲、美国、日本等中高端市场站稳脚跟,构筑起坚实的差异化竞争优势。

创新驱动下,企业2025年收获颇丰:法兰克福春消展现场成交263万美元,土耳其展斩获45万美元现场订单及170万美元意向订单。截至7月,公司接单与出货量已超过去年全年规模,8月底便超额达成销售利润目标,用实打实的业绩印证了创新驱动、精准开拓的发展策略。

### 系统创新:从产品迭代到价值升级

“创新是我们的核心竞争力。”广东蒙娜丽莎贸易有限公司外贸经理何献津在向记者介绍企业出海策略时,首先强调了这一核心定位。他以今年主推的“无极·石界”系列为例,该产品采用3D肌理工艺精准还原天然石材的细腻质感,涵盖原石面、细凿面、粗凿面、岩痕面、拉槽面、组合面六种质感效果——不仅支持同花色多质感搭配,还能实现不同花色混搭应用,目前已受到韩国、泰国、马来西亚、印度尼西亚、菲律宾、澳大利亚、沙特阿拉伯、阿联酋及非洲区域市场的青睐。

在何献津看来,蒙娜丽莎瓷砖的创新不止于单

一产品,更贯穿研发全流程:“我们始终聚焦空间美学与现代科技的深度融合,持续在品类、花色、规格上突破边界。通过将建筑陶瓷艺术与功能创新有机结合,呼应全球消费者对‘好房子’的多元期待,为提升居住幸福感、实现空间文化表达开辟新路径。”他透露,公司另一创新成果“七星珍岩”系列,因搭载国际先进的定位多彩炫光技术,也在海外市场收获大量订单,成为创新驱动出海的又一力证。

### 专家视角:从单点突破到系统构建

受访专家认为,创新是外贸企业应对全球贸易不确定性、突破同质化竞争的唯一出路。只有持续推出高附加值、差异化产品,才能把成本优势转化为技术优势,把“中国制造”升级为“中国智造”,在海外市场站稳脚跟。

北京市社会科学院副研究员王鹏在接受国际商报记者采访时分析称,外贸企业要加大技术投入,开发智能化、环保型产品,满足国际市场对功能性与可持续性的需求,通过差异化设计提升品牌溢价能力;构建柔性供应链体系,缩短产品迭代周期,快速适配国际市场潮流变化,以个性化定制与文化IP联名增强客户黏性;拓展东南亚、中东、拉美等新兴市场,利用RCEP等区域协定优化成本;利用国际展会、本土化渠道触达海外客户,结合目标市场政策红利提升市场渗透率;通过大数据分析消费者行为,优化库存管理与市场策略,利用客户数据中台实现全生命周期管理,提升复购率与品牌忠诚度。

有关专家进一步指出,企业下一步要把创新重心从“单点突破”转向“系统创新”——既要加大研发、专利布局和数字化供应链建设,也要同步升级品牌、营销和售后服务。同时,用好跨境电商、独立站等新业态,推动从“产品出海”向“品牌出海”转型,真正实现从“价格战”到“价值战”的跨越。

从单一产品迭代到全链条生态构建,从技术单点突破到系统能力升级,中国外贸企业正以创新为帆,在全球市场中开辟新航道。随着创新实践的持续深化,中国外贸高质量发展的底色将愈发鲜明。

(来源:国际商报)

# 外贸企业用“绿钥匙”打开全球市场

近年来,全球绿色低碳转型步伐持续加快,为顺应这一趋势,全面赋能外贸高质量发展,中国亦在积极提升绿色贸易发展水平。

党的二十届四中全会审议通过的《中共中央关于制定国民经济和社会发展第十五个五年规划的建议》提出,要“拓展绿色贸易”。近日,商务部印发了绿色贸易领域首个专项政策文件《关于拓展绿色贸易的实施意见》,为绿色贸易发展提供了清晰指引。

受访专家表示,发展绿色贸易已从“政策倡导”阶段进入“全面实施”阶段,企业需聚焦技术创新、合规管理、本地化运营、供应链整合四大核心能力,通过“产品+服务+标准”的立体输出模式拓展绿色贸易,为填补世界“绿色缺口”作贡献。

## 创新引领深耕绿色新赛道

当前,外贸企业正不断在绿色贸易领域深耕细作,通过推动产业绿色化、产品低碳化,为自身拓展国际市场筑牢根基、注入活力。

西安丝路工艺品有限公司成立于2015年,主营气球、纸拉旗及各类节日装饰品,产品主要销往欧洲市场。公司始终以创新和可持续发展为核心竞争力,市场表现稳步向好。2024年,公司出口额约400万美元。截至目前,公司今年出口额已达约450万美元,销售额持续攀升。

“早在3年前,我们就敏锐地洞察到欧洲环保政策将持续收紧,于是率先投入资金开展研发与测试,积极探索可替代传统塑料的可降解新材料。”该公司总经理苗志朝在接受国际商报记者采访时表示。经过长期实验与原料定制化研发,企业成功攻克技术难关,研发出可用于部分产品的生物基可降解薄膜。这种新材料的直观降解效果赢得了欧洲客户的高度认可,为公司带来显著的市场效益。今年,公司继续加大研发投入,一方面提升可降解膜的性能以适配更多产品,另一方面降低材料成本与应用门槛,进一步提升市场接受度。

同样在绿色贸易赛道上持续发力的还有景德镇雨秋陶瓷有限公司。“我们将废瓷破碎后,通过再生

陶瓷技术加工成颗粒,再混入黏土原料烧制环保产品,品类涵盖花盆、水杯、香薰、建材和卫浴等产品。”该公司总经理余昌森向国际商报记者介绍道。

“环保是全球大势,陶瓷作为传统高能耗、高固废行业,更应在绿色低碳转型方面下更大气力,我们希望通过再生陶瓷技术推动行业绿色转型。”余昌森表示,公司已全面推进再生陶瓷技术战略转型,以环保科技重构核心竞争力。

余昌森称,从环保价值看,再生陶瓷技术能显著削减固废量、降低生产能耗,让碳足迹减少30%~40%;从成本优势看,原材料采购与烧成耗能成本均得到有效降低;从市场需求看,欧美市场对环保产品的需求持续攀升,且愿意为产品的环保价值支付合理溢价。

“我们正从‘陶瓷制造商’向‘可持续材料解决方案商’全面转型。未来3年,公司将拿出营收的20%投入再生陶瓷技术研发,让中国陶瓷产品不仅走进全球千家万户的厨房,更深度融入低碳经济的核心场景。”余昌森说。

## 内外驱动提升国际竞争力

绿色低碳产品已成为推动外贸高质量发展的新动能。国际机构预测,到2030年,电动汽车、太阳能、风能等产品和技术的全球市场规模将达到2.1万亿美元,是目前规模的5倍,市场前景广阔。

面对绿色贸易发展新机遇,外贸企业如何更好布局?中国商业经济学会副会长、华德榜创始人宋向清对国际商报记者表示,企业应推动实现三方面转型:一是从单一产品出口向全生命周期服务输出转型;二是从被动合规向主动引领标准转型,中国推动建立的中国机电产品碳标识已实现产品碳足迹“可见、可溯、可认”,成为国际采购中的差异化竞争优势,随着2026年欧盟碳关税(CBAM)全面实施,企业需提前布局碳核算体系;三是从区域市场向全球绿色供应链整合转型。

宋向清表示,中国外贸企业绿色低碳转型成效显著,但在全球贸易充满不确定性的背景下,仍面临

风险挑战。未来企业拓展国际市场关键在于筑牢四大核心能力。

一是推动技术创新与产品升级。二是强化合规管理与风险防控。在应对碳关税方面,建立碳关税专项小组,采用欧盟标准方法核算碳排放。例如,钢铁企业可通过更换电炉设备,减少碳关税成本;在应对零毁林法案(EUDR)方面,橡胶轮胎企业可通过卫星遥感技术监控种植区域,证明原料来自未毁林地块,同时选择通过可持续棕榈油圆桌倡议(RSPO)认证的供应商降低风险。三是推进市场多元化与本地化运营。东南亚、拉美等市场对高性价比的绿色产品需求旺盛,企业可借助本地化运营的方式,降本增效,提升品牌影响力。四是深化供应链协同与数字化转型。

值得关注的是,绿色转型往往伴随着一定成本,

这对广大中小企业构成较大挑战。在推动外贸绿色低碳转型过程中,部分中小企业面临着“向哪转、怎么转”的现实困惑。对此,商务部已开展了一系列工作,帮助企业扫清这些障碍,提升其绿色竞争力。

去年以来,商务部举办6期绿色贸易专题培训,建设绿色贸易公共服务平台,组织专家编发《外贸企业绿色低碳发展知识手册》;今年以来,聚焦绿色低碳主题,在境内外成功举办10多场贸易促进活动,覆盖新能源产品、绿色家电、绿色家居、可持续燃料等多个行业,吸引全球40多个国家和地区的采购商踊跃对接,达成意向成交额近500亿元。

下一步,商务部将持续关注中小外贸企业在绿色低碳发展中面临的实际困难,不断优化公共服务,助力更多中小企业提升绿色发展能力和国际竞争力。(来源:国际商报)

※ ※ ※ ※ ※ ※ ※ ※ ※ ※

## 让更多中国企业“出海远航”

11月7日至9日,以“科技引领 智启未来”为主题的2025中国企业全球形象高峰论坛在合肥举办。现场集聚120余家中外企业代表、相关政府部门负责人、商协会和高校智库嘉宾等,围绕全球视野下中国企业形象的创新塑造与传播展开深度探讨。

论坛不仅搭建了跨界交流的高效平台,更助力中国企业以更立体的形象出海远航,加速塑造世界一流企业的全球新名片。

### 融合安徽特色与优势

今年论坛首次选址北京以外的城市举办,在延续品牌核心价值的基础上,深度融合安徽的区域特色与科技产业优势,打造更具针对性的高质量活动内容。

在“徽动全球 皖车出海”对接交流活动中,汽车产业界“大咖”云集,共同为安徽汽车产业链企业加强合作、抱团出海建言献策。

奇瑞控股集团董事长尹同跃表示,全球化真正的核心是深度本地化,本地化研发、本地化生产、本地化服务、本地化合规,单打独斗出海成本高、风险大,唯有抱团出海、集群作战,发挥汽车皖军整体优

势,才能形成合力、降低成本、共享资源、抵御风险。

近年来,安徽汽车出海,不仅“走出去”,更是“走进来、走上去”。目前,安徽省内已集聚7家整车企业,培育了3100家规模以上配套企业的汽车全产业链集群。在海外,安徽在42个国家和地区投资设立了200多家汽车产业供应链企业,以奇瑞、江淮为代表的安徽车企,在东南亚、中亚、中东、拉美数十个国家投资设厂,初步建立了国际化的生产和营销体系。

科技创新是安徽的金色名片。如何以强劲科创动能与坚实产业根基,打造国际化投资高地,论坛期间,合肥市投资促进局党组书记、局长刘爽向与会嘉宾推介合肥,诚邀各界共拓发展新局。

“合肥将科技创新置于核心位置,近十年财政科技投入超千亿元,2024年研发投入强度超4%,位居全国省会第二。以科创赋能产业,合肥形成‘芯屏器合’产业地标。”刘爽介绍,合肥科创动能强劲、产业生态完善,正以开放姿态欢迎全球投资者,共绘科技创新与产业升级的发展蓝图。

### 塑造世界一流企业新形象

本届论坛特别设置了平行专题论坛,与会嘉宾

分别围绕“创新构建世界一流企业形象叙事体系”“科技企业出海的传播挑战与解决方案”等议题进行深入研讨,探索企业高质量发展创新路径,共塑世界一流企业新形象。

中国外文局副总编辑,中国对外书刊出版发行中心主任陈实表示,企业在跨文化传播中,既要注重自身在基础设施建设、绿色能源、科技创新等领域的硬实力,也要突出社会责任、环境保护、慈善公益、民生服务等软实力,聚焦小而美的项目,用真诚的故事打动人心。

陈实补充道,企业既要立足中华文化的根脉,又要契合国际社会的关切,用中国实践阐释中国价值,让企业形象叙事既有中国味,又有国际范。

中国企业全球形象高峰论坛作为企业对外宣传领域的重要品牌活动,已连续成功举办十二届,长期致力于为中国企业“出海”整合优势资源,在助力中国企业塑造良好全球形象方面持续发挥重要作用。

此外,论坛现场设立“中国企业科技成果微体验展”和“中国外文局服务企业‘走出去’联合展区”,展示中国企业在科技创新领域的最新成果以及相关机构支持企业国际化发展的综合服务能力。

助力更多企业扬帆出海

主论坛上,中国企业国际形象建设案例征集活动的评选结果正式发布,一批在全球化运营与形象建设方面表现卓越的标杆案例集中亮相,为更多“走出去”的企业提供可借鉴、可复制的实践经验。

《让世界听见“中国声音”,科大讯飞“声”动巴黎》这一项目入选“2025 中国企业国际形象建设十大优秀案例”,科大讯飞牵头构建全球多语种技术生态,助力 2024 年巴黎奥运会沟通无障碍,悄然改写了国际赛事的沟通方式,促进中外文明交流互鉴,向世界展示中国力量。

安徽港航集团的《坚持科技赋能创新共享,高质量服务“一带一路”建设》项目同样入选了“十大优秀案例”。该集团所属水安建设公司发挥水利水电工程施工总承包等“双特六甲”资质优势,建立“工程建设+技术培训+绿色低碳+社区公益”海外经营模式,累计承接境外项目 72 个,覆盖全球 21 个国家,服务“一带一路”建设有力有效。

在全球化的浪潮中,企业不仅是商业价值的创造者,更是文化交流的使者,越来越多的中国企业正以多元方式促进文明互鉴,展现可信、可爱、可敬的中国形象。

(来源:新华网)

## 划重点

### 农食贸易便利化措施哪些最给力

“这几份‘食品准入通行证’就是本次会议期间,我们与有关机制国家新签署的农食产品输华合作议定书,解决了 15 种次农食产品新的对华准入。”在 2025“一带一路”海关食品安全合作会议新闻发布会上,海关总署副署长赵增连举着几份“新鲜出炉”的合作成果对记者说。

当前,共建“一带一路”合作正在从“大写意”进入“工笔画”阶段,标志性工程和“小而美”项目同步统筹推进。

在食品安全合作领域,中国海关总署与相关国家签署了 14 份双边合作协议,解决了 15 种次农食产品的最新准入;新搭建的“丝路食安”信息平台正式上

线;会议前夕,第二届“一带一路”海关食品安全合作培训班刚刚在上海结业……一个个实打实的合作成果,正在为共建“一带一路”注入新动能、增添新活力。

作为核心,“一带一路”海关食品安全合作机制将为参与各方共享哪些贸易便利化措施?这不仅是参与机制各方最为关注的问题,更是合作机制的生命力所在。

“从农场到餐桌,食品贸易早已跨越了山海,唯有全球治理才能实现‘一处安全、处处放心’。‘一带一路’是各国美食文化交流之路,也是各个地区特色食品的交融共享之路。”赵增连表示,安全是这条丝路的基石,需要各国一起夯基铺路、共同守护。建立

“一带一路”海关食品安全合作机制的初衷就是为进一步加强与共建“一带一路”国家乃至更广泛领域的同行在农食产品安全领域的合作，共同提高食品安全治理能力，持续扩大农食产品跨境贸易规模、提升便利化水平。

据介绍，为推动合作机制的便利化措施不断丰富完善，中方自主率先推出以下措施。一是加快食品准入进程。在风险可控的原则下，优先办理机制共建国家食品准入事宜。二是优化生产企业注册。基于以往合作基础和体系评估情况，对机制共建国家食品生产企业实行清单注册、批量注册。三是加强食品安全监管能力建设。中国海关已经举办两届机制共建国家食品安全监管官员能力建设培训班。今后将充分用好中国海关自有的能力培训建设资源，持续办好此类培训。四是建立专班对接机制。针对机制国家

关注的乳制品、水产品、水果等重点产品，指定专班负责对接，及时协调沟通、优先解决。

“我们愿与相关国家一道，持续完善合作机制，丰富互利共赢的便利化措施，不断拓展更高水平、更具韧性、更可持续的共赢发展新空间，不仅要让各种美食‘进得来’‘走出去’，更要让消费者吃得安心、吃得放心、吃得舒心——这就是‘一带一路’海关食品安全合作的初心。”赵增连说。

当前，正值中国政府编制“十五五”规划的关键时期。赵增连表示，中国海关将以此次为契机，谋划好“一带一路”食品安全合作的未来发展方向，真正把合作“规划图”转化为惠及共建国家民众的“实景图”，也诚挚邀请更多国家和地区加入“一带一路”海关食品安全合作机制，共促食品贸易安全便利。

(来源：经济日报)

※ ※ ※ ※ ※ ※ ※ ※ ※ ※

## “徽”动进博：安徽元素闪耀进博会

东海之滨，万商云集。2025年11月5日上午，第八届中国国际进口博览会(以下简称“进博会”)在上海开幕，安徽交易团携科技创新成果与厚重文化底蕴再度亮相，以开放之姿与世界共享发展机遇。

安徽省交易团高度重视中国国际进口博览会参会工作，已于9月20日在合肥举办了“2025世界制造业大会—进博会外企(安徽)供需对接暨投资交流活动”，会上，130余家安徽本土知名企业与21家进博会参展商代表现场洽谈并建立了联系。

在本届进博会上，来自安徽的科技企业带来多件实物展品在中国馆展出，此外，淮南、池州等地市的老字号、非遗项目也展示安徽丰富的文化底蕴。进博八年，安徽从一个“采购者”，努力成为“战略合作者”，合作模式也从单纯的“买产品”向“引技术、促升级”深化。今年安徽交易团新增加1个新兴产业交易分团，负责组织新兴产业相关单位参会招商。这一切都服务于一个更精准的目标：通过进博会，赋能安徽正在全力发展的重点产业，努力推动展商变投资商。

### 科技与开放 安徽元素亮相中国馆

在今年的中国馆区域，比亚迪旗下全球最快汽车仰望U9、在2025机器人足球世界杯上夺冠的人

形机器人、可以进行水下探索的各种无人探测器……中国创造以惊艳之姿展现在大家面前。

在人工智能展区，来自安徽的科大讯飞作为人工智能领域领军企业参展。今年，讯飞带来了讯飞智文AI平台、讯飞听见多语言会议系统以及最新的AI会议耳机。

“我们带来的讯飞听见多语言会议系统以多语言识别翻译、同声传译、智能会议纪要、声纹识别等核心技术为基础，致力于解决国际商务会议、学术研讨、教学培训等场景中语言交流障碍、记录低效等问题。”据现场工作人员介绍，除该系统外，讯飞智文和讯飞AI会议耳机iFLYBUDS Pro3也从不同角度成为职场人群的实用AI生产力工具。

作为行业龙头企业，科大讯飞一直是大家关注的焦点。今年是科大讯飞连续八年受邀参展，其先进的AI大模型和智能C端产品，向世界展示安徽的新质生产力。

对外开放是进博会的筹办底色和鲜明特征，中国(安徽)自由贸易试验区与全国22个自由贸易试验区一起在“开放动力更足”版块集中展示。

据悉，国家层面已经累计复制推广了485项自

贸试验区制度创新成果,形成了改革红利共享、开放成果普惠的良好局面。截至今年10月,安徽自贸试验区形成236项制度创新成果,其中47项为全国首创,15项在全国复制推广,区内市场主体达8.4万家,是设立之初的2.7倍。

今年以来,安徽自贸试验区持续保持良好发展势头,今年1-9月,实现进出口2297.2亿元,同比增长32.3%,增幅高于全省16.6个百分点、高于全国28.3个百分点,占全省比重为31.6%,占比较上年同期提高3.9个百分点,自贸试验区拉动全省进出口增长8.9个百分点。今年1-8月,实际到位外资80.4亿元、同比增长35.3%,彰显出强大的“引力场”效应。

### “老字号”与非遗 徽风皖韵展风采

徽风皖韵,独具魅力。在中华老字号展示区,叠加潮流元素的烙画、展示历史文化的砚台、清新雅致的瓷器……安徽馆内人头攒动,来自世界各地的采购商在这里感受到了安徽文化的魅力。

第二次参加进博会的淮南烙画市级非遗代表性传承人刘庆锋告诉记者,之前一直是他的师傅来参展,如今自己接过接力棒,他在思考如何让非遗更好融入生活圈。

“今年参会,我结合进博元素制作了木质烙画徽章和冰箱贴之类时下比较受欢迎的品类以及深受年轻人喜爱的‘五福迎财’等吉祥图案。”拿起新做的“进宝”冰箱贴,刘庆锋表示,只有走进日常生活中,非遗才能焕发真正的生机。

一抹酱油褐,几分木纹理,在紫金砚展台,安徽省工艺美术大师、安徽省非物质文化遗产“紫金砚制作技艺”代表性传承人邱金保告诉记者,今年他一共带来了20多种紫金砚台,其中包括模仿武王墩楚鼎打造的鼎型砚台以及设计成《淮南子》的书型砚台。

记者看到,鼎型砚台的纹理也是模仿文物上的花纹制作的,这些砚台打开可以使用,合上是一个精美的工艺品,更展现了淮南丰富的历史文化,价格也从几百到数千不等,既有适合日常使用的,也有可以收藏观赏的。邱金保表示,希望在进博会的平台上,让更多国际友人了解安徽传统文化。

“叮……”一声清脆的“碰瓷”声甚是悦耳,这是安徽工艺美术大师张传军带来的瓷碗轻碰发出的声响。他告诉记者,这种陶瓷是先雕刻再填釉,二次烧

成,自带镂空图案。“这属于高温玲珑瓷,具有密度高、不烫手、易清洗、亮度高等优点,端在手上,手感也会更加莹润。”

张传军表示,他已经连续三年参加进博会,每次参展都有至少数万元的直接销售额,并建立很多后续的合作联系。“参加进博会,既宣传了文化,也把产品推向了世界市场。”

### 从采购商到展商 进博赋能安徽企业

进博会的舞台上,不乏安徽企业转型升级的精彩故事。自首届进博会以来,已经连续八年参加的“全勤生”安徽清水食品,今年的参会角色发生了转变。

“以往我们都是采购商,但是今年我们变成了展商。”企业总经理翟笃奇告诉记者,去年,他们在进博会上采购额达到300万美金。通过进博会,他们引入了川崎的智能化车间、安捷伦的食品检验检测中心和国内优秀的保鲜技术,了解到意大利的阿尔巴黑松露。

今年带来现场的黑松露烤肠,是通过安徽自主养殖的黑松露与皖南黑猪肉结合在一起,做成的烤肠产品。目前这款产品大量供应境内一线精品商超,并且在香港和东南亚地区上市。

进博会不仅是好物卖场,更是良好的交流平台。在这里,清水食品不仅买到了进博优品,还通过进博会认识了新加坡名厨孙翰雄,通过双方合作,改进了产品的口味,更加受市场欢迎。

“通过进博会平台,我们引进了国内外的优秀技术,现在清水食品已经成为全国供应链建设优秀单位,也是中国肉类行业前30强,年收入已经从2018年的10亿元增长到现在的近40亿元。”翟笃奇表示,得益于进博会平台赋能,助力企业实现了自身高质量发展。如今,清水食品又将充分利用进博会平台,携自主创新产品踏上“卖全球”的新征程。

据安徽省商务厅相关负责人介绍,本届进博会安徽交易团注册单位1900余家,其中企业1408家;注册人数6400余人,其中企业人数2819人;成交意向金额超过24亿元。前七届进博会,安徽累计组织15000多家采购单位、4.78万余名人员参会,累计采购成交金额147.37亿美元,吸引投资超815.28亿元,涵盖30多个国家和地区,开放的大门越开越大,合作的脚步愈发坚定。(来源:中安在线)

## “一带一路”占全省外贸比重过半

今年前三季度，安徽对共建“一带一路”国家进出口 3919.4 亿元

近日，宣城市广德东威科技有限公司的仓库内一派繁忙，数十辆装运叉车穿梭往来，一批 3700 余万元的垂直连续电镀设备即将启运泰国。

“今年我们对泰国的出口额已超 1.5 亿元，较去年同期实现翻倍增长。目前，公司正计划扩大生产线，预计全年对泰出口将突破 2.5 亿元。”该公司总经理聂小建说，“受国际外贸形势的影响，今年我们主动转向了共建‘一带一路’国家。”

面对复杂多变的国际经贸形势，越来越多皖企重新审视海外市场布局，共建“一带一路”国家成为不少皖企实现战略转型、分散市场风险的关键方向。数据显示，今年前三季度，安徽省对共建“一带一路”国家进出口 3919.4 亿元，较 2024 年同期增长 16%，占同期全省进出口总值的 54%。其中，出口 2531.3 亿元，同比增长 14.4%；进口 1388.1 亿元，同比增长 19.2%。

“当前，安徽与共建‘一带一路’国家的进出口贸易规模持续扩大，逐步形成了双向互济、互利共赢的贸易新格局。”合肥海关有关负责人介绍，“从单一市场看，前三季度安徽对共建‘一带一路’国家贸易排

名前三的国家为越南、智利、韩国，进出口值分别为 329.4 亿元、314.3 亿元、263.9 亿元，合计占同期安徽省对共建‘一带一路’国家进出口总值的 23.1%。值得关注的是，东盟市场表现活跃，其中安徽对泰国、印度尼西亚、马来西亚进出口分别同比增长 11.6%、20%、22%，区域合作活力持续释放。”

从产品类型看，机电产品仍是出口主力，“新三样”产品增长势头尤为强劲。前三季度，安徽省对共建“一带一路”国家出口机电产品 1842.7 亿元，同比增长 13.9%，占同期对共建“一带一路”国家出口总值的 72.8%。其中，电动汽车、光伏产品等“新三样”产品出口 282.1 亿元，同比激增 132.8%。电动汽车表现尤为亮眼，前三季度出口额达 119.5 亿元，同比增幅高达 274.1%，成为拉动出口增长的重要动力。

共建“一带一路”市场持续升温的背后，也离不开政策支持。“通过‘关长送政策上门’等关企沟通平台，我们持续推动政策精准触达企业，引导外贸企业熟练运用关税减让、原产地规则等政策工具，为企业开拓共建‘一带一路’国家市场提供更多支持，推动更多皖企在国际市场上‘扬帆远航’。”合肥海关有关负责人说。

（来源：中安在线）

## 合肥新桥科创示范区（合肥经开区北区）

### ——打造“新·芯”向荣产业高地

安徽合肥新桥科技创新示范区（合肥经开区北区）自 2013 年启动建设以来，抢抓长三角一体化、安徽自贸试验区、合肥综合性国家科学中心建设等战略机遇，深耕“四业一中心”（重点发展集成电路、新能源汽车、新型功能材料、航空物流产业，建设国际航空货运集散中心）产业体系建设，已成为合肥市新

一代信息技术、新能源及智能网联汽车双 5000 亿元战略性新兴产业集群发展的主战场、合肥经开区能级提升的主平台。

#### 产业规模效应凸显

新桥科创示范区坚持科技创新与产业创新深度融合，着力打造以新桥国际机场为核心的航空物流

产业区、以长鑫存储为代表的具有国际影响力的集成电路产业集群、以蔚来汽车为代表的新能源汽车产业集群、以华侨城空港国际小镇为代表的现代服务业集聚区、以云水岗北为代表的田园综合体……依托“港产城乡”融合发展模式,示范区全域经济实力、创新驱动、辐射带动力不断增强。

#### 区域带动能力增强

作为安徽省唯一跨市域合作共建市际毗邻区,在合肥都市圈内,新桥科创示范区(合淮合作区)紧扣“合肥—淮南一体化”主题,实施新能源汽车、新一代信息技术、高端装备制造等产业“建链、延链、强链、补链”策略,探索招商引资、成本分担和利益共享机制,实现跨区域的共建、共治、共享发展。

#### 开放功能优势集聚

在安徽省唯一国际机场(新桥国际机场)枢纽集散优势加持下,新桥科创示范区构建“3+1”对外开放体系,即航空港、保税物流中心(B型)、进境指定监管场地(口岸)三大平台和安徽首个长三角国际航空合肥物流分拨中心,优化“空铁水陆”立体联运枢纽模式,有效保障30余家重点进出口企业国际物流需求,形成环绕机场紧密布局的临空产业圈层。

以先进制造业为基,以科技创新为翼,合肥新桥科创示范区将乘着“十五五”规划发展东风,持续优化产业布局和功能配套,振翅高飞,赢得未来。

(来源:合肥市商务局网站)

## 它山之石

### 首条金砖城市跨境电商空运专线 进出口突破4万吨

近日,在厦门海关的现场监管下,一架满载服装装饰品、家居用品等跨境电商货物的波音777宽体货运包机从厦门高崎机场启程飞往巴西,架设在中国厦门与巴西圣保罗之间的国内首条金砖城市跨境电商空运专线(以下简称“金砖专线”)已日益成为空运“热线”。截至2025年10月15日,金砖专线往返航班616架次,累计进出口货物突破4万吨,达4.01万吨,搭载出口跨境电商包裹达4179.42万件。

金砖专线于2023年2月10日开航,每周运营3班。专线出口以国内鞋服、生活用品等跨境电商产品为主,进口则以三文鱼、樱桃等南美洲时令生鲜产品为主。

厦门立盟通运国际货运代理有限公司李天明表示:“我们主要通过金砖专线出口服装鞋帽等产品,相比以前通过外地空运包裹出口,搭载金砖专线物流成本更低、速度更快,现在不少珠三角地区的包裹选择通过这条专线出口至巴西。”

为保障金砖专线高效运转,厦门海关依托智慧海关建设,以航空物流公共信息平台为支撑,创

新运用“单一窗口+空运物流”模式,减少6种纸面单证,使企业收运作业效率提升90%;推动国际快件海关监管中心建设,指导上线全自动快件分拣系统,提升跨境电商货物的运转效率;针对生鲜货物保鲜期短、运输时效要求高的特点,开辟生鲜货物进口绿色通道,充分发挥“全天候”作业优势,叠加“入库分流,免预约无陪同查验”“附条件提离”等多种便利化举措,实现货物“随到随验”“随验随放”,不断激活华东、华南等地区的货运运力,助力金砖经贸合作提速增效。

“厦门机场海关打造专线进口生鲜‘空港加速度’,积极畅通进境水果‘绿色通道’,对专线进口的部分生鲜涉及的证书进行系统智能审核,实现随附单证‘即收即审’,开辟专线进口水果专用查验场地,采用‘两段准入’‘附条件提离’等便捷通关举措,将专线进口生鲜查验时间控制在30分钟内。金砖专线开通以来,共有1.31万吨生鲜产品通过专线进口。”厦门机场海关查验科科长刘文娟介绍。

(来源:海关总署)

# 商务部关于拓展 绿色贸易的实施意见

各省、自治区、直辖市人民政府,外交部、国家发展改革委、教育部、科技部、工业和信息化部、财政部、生态环境部、交通运输部、中国人民银行、海关总署、市场监管总局、金融监管总局、国家统计局、国家国际发展合作署、国家能源局、中国贸促会,中国进出口银行、中国出口信用保险公司:

为积极拓展绿色贸易,促进贸易优化升级,助力实现碳达峰、碳中和目标,加快建设贸易强国,经国务院同意,现提出以下意见。

## 一、提升外贸企业绿色低碳发展能力

(一)增强外贸企业绿色低碳发展意识。加强外贸企业绿色低碳发展理念和政策培训,宣传解读国内外法律政策、市场动态等。发布绿色贸易最佳实践案例,推广经验做法,促进外贸企业互学互鉴。引导外贸龙头企业将绿色低碳发展理念贯穿产供应链各环节,带动外贸产供应链加快绿色低碳转型,培育绿色低碳产品出口企业。

(二)推动外贸企业开展绿色设计和生产。支持外贸企业推行绿色设计、开展绿色产品认证。鼓励外贸企业积极使用可再生能源,通过设备更新、工艺流程改造、再生资源原料替代等方式,降低外贸产品碳排放量。鼓励行业组织、工业互联网平台等开展外贸产供应链绿色低碳服务。

(三)加快推动物流绿色低碳发展。促进外贸大

宗货物和集装箱长途运输“公转铁”、“公转水”。引导外贸企业使用环保包装材料、减少二次包装,使用获得绿色认证的周转箱等物流装备及器具。推进单元化集装器具国际互认共享。支持航运企业构建绿色低碳体系,推动船舶设计、建造、运营等全过程绿色化。推动使用可再生合成燃料等清洁能源的运输车辆、船舶投入外贸货物运输。支持在综合保税区开展国产生物柴油和船用燃料油混兑调和业务。支持有条件的地方开展国际航行船舶保税液化天然气、生物柴油、绿醇、绿氨等加注业务。

(四)提升第三方绿色低碳服务能力。建设绿色贸易公共服务平台。鼓励行业组织、专业机构、外贸企业等研发碳数据管理系统。鼓励第三方机构提升服务能力,向外贸企业提供国际绿色贸易规则认可的产品碳足迹、组织碳足迹等服务。强化对第三方机构的监督管理。

## 二、拓展绿色低碳相关产品和技术进出口

(五)提升绿色低碳相关产品国际竞争力。引导外贸企业开发使用再生资源、回收资源、可降解材料、可再利用废弃物等制造的产品。发展绿氢等可持续燃料贸易。探索发展再制造产品进出口。动态调整综合保税区维修产品目录,支持按目录开展“两头在外”保税维修业务。

(六)把握绿色贸易国际市场需求。驻外机构、行

业组织加强对海外市场的研究,挖掘绿色低碳市场潜力。支持外贸企业利用自由贸易协定的优惠安排拓展绿色低碳领域贸易合作,打造成为对外经贸合作新亮点。

(七)提升展会绿色化水平。引导会展企业树立绿色低碳办展理念,发挥中国国际进口博览会、中国进出口商品交易会、中国国际服务贸易交易会、全球数字贸易博览会、中国国际消费品博览会等重大展会示范作用,推动有条件的展会设立绿色低碳专门展区、举办相关主题活动。加快制修订绿色办展等国家标准和行业标准。

(八)保障绿色低碳发展相关资源产品和服务进口。研究完善再生资源进口标准及管理措施。发挥地方再生资源交易中心作用,为企业进口再生铜、铝、钢铁等资源提供便利服务。修订《鼓励进口服务目录》,引导企业扩大节能环保、绿色低碳服务进口。

(九)发挥对外经贸合作带动作用。深化与共建“一带一路”国家等在绿色低碳领域的合作。推动境外经贸合作区绿色低碳发展。用好外资企业圆桌会议等制度,加强对外资企业的绿色低碳政策支持和服

### 三、营造绿色贸易发展良好国际环境?

(十)加强国际交流与沟通。通过二十国集团、金砖国家、亚太经合组织、联合国贸发会议等,参与全球涉碳经贸规则磋商讨论,提出中国倡议。加强绿色低碳发展议题交流,推动建立更加包容、公平的国际绿色贸易规则。积极参与高标准经贸协定绿色议题谈判。提升自由贸易协定环境章节水平。积极向外方相关部门和行业组织、海外客商等宣传推广我国绿色贸易发展成果。

(十一)推动相关标准制定和国际衔接互认。加快建立与国际接轨的绿色低碳产品、技术和服务标准体系。开展与国际标准的比对分析,将一批先进适用的绿色低碳国际标准转化为国内标准。支持国内机构参与绿色低碳相关国际标准制修订。加快建立航运绿色燃料认证体系,推动国际互认。制定发布一批重点外贸产品碳足迹核算标准。鼓励行业组织、重点外贸企业等制定或参与制定产品碳足迹核算国际标准。加强绿色低碳领域多双边合格评定互认合作。

### 四、建立健全绿色贸易支撑保障体系

(十二)加强金融政策支持。鼓励金融机构在依法合规、风险可控前提下,基于外贸产品碳足迹核算、碳标识认证结果等丰富金融产品和服务。鼓励开展出口信用保险业务的保险机构按照市场化、法治化原则,优化承保理赔服务,进一步支持绿色低碳相关产品出口。

(十三)加快外贸产品碳足迹数据库建设。加快建设国家碳足迹因子数据库,发布并持续更新电力碳足迹因子数据,推进其他基础能源和原材料碳足迹因子研究,为外贸企业核算产品碳足迹提供基础。鼓励有条件的行业、企业建设行业碳足迹因子数据库。鼓励国际碳足迹数据库供应商与我国碳足迹数据库供应商开展合作。

(十四)发挥碳定价机制和绿证绿电支撑作用。健全完善碳定价机制,引导外贸企业用好碳定价机制拓展国际市场。充分挖掘绿电供应潜力,扩大绿证绿电交易规模,进一步满足外贸企业需求。鼓励资源条件好的地区通过新能源直连增加企业绿电供给,积极探索新能源就地就近供应出口园区。加强碳成本、碳足迹、绿证绿电等议题沟通,引导贸易伙伴认可我国碳定价机制和绿证绿电。

(十五)加强人才队伍建设。支持行业组织、高校、智库加强绿色贸易课题研究,培养绿色贸易相关人才。组建绿色贸易专家组,培育一批具有国际视野的应用型专家队伍。依托地方、行业、智库、企业等,建立绿色贸易工作联系点,及时跟踪掌握一线实践情况。

(十六)强化监测分析和政策保障。研究建立并持续完善绿色贸易统计监测分析体系,各地方商务主管部门和海关总署直属机构强化统计分析合作,探索绿色贸易有关统计监测分析实践。指导行业组织、智库、第三方机构等深入开展调查研究,分行业进一步丰富拓展绿色贸易措施。加快完善绿色贸易政策制度体系,加强与产业、科技、财税、金融等政策衔接协同,为绿色贸易发展营造良好环境。

商务部

2025年10月30日

(来源:商务部网站)

# 国家外汇管理局关于进一步

## 便利外汇资金结算 支持外贸稳定发展的通知

国家外汇管理局各省、自治区、直辖市、计划单列市分局,各全国性中资银行:

为支持外贸稳定发展,切实提升外汇服务实体经济质效,国家外汇管理局决定进一步深化贸易外汇管理改革,便利市场经营主体办理跨境贸易业务。现就有关事项通知如下:

### 一、扩大跨境贸易高水平开放试点地区范围

支持有实效、经营主体合规状况良好且符合国家战略发展方向的地区,履行相关报备手续后,按规定实施跨境贸易高水平开放试点。

### 二、拓宽跨境贸易高水平开放试点轧差净额结算业务种类

跨境贸易高水平开放试点地区优质企业与同一境外交易对手开展经常项目外汇业务时,试点地区符合条件的审慎合规银行,可在风险可控的情形下为优质企业办理以下情形的轧差净额结算,并按涉外收支管理信息申报有关规定进行实际收付数据和还原数据申报。

(一)境内外关联企业之间一般贸易收支轧差净额结算。

(二)货款与货物贸易运输相关费用、仓储费、维修费、赔偿等经常项下费用的收支轧差净额结算。

(三)销售货款与相关销售返利之间的收支轧差净额结算。

(四)运费、保费、清关费、速遣费、滞期费等运输相关费用之间的收支轧差净额结算。

(五)外汇局规定的其他情形。

### 三、简化优质跨国公司经常项目资金集中收付和轧差净额结算手续

审慎合规银行为跨国公司资金池主办企业和成

员企业,办理经常项目资金集中收付和轧差净额结算业务时,符合以下条件的,可适用优质企业贸易外汇收支便利化政策(以下简称贸易便利化政策)或跨境贸易高水平开放试点措施(以下简称高水平开放试点):

(一)银行经备案可开展贸易便利化政策或高水平开放试点。

(二)跨国公司资金池主办企业已办理经常项目资金集中和轧差结算收支业务登记。主办企业原则上是贸易便利化政策或高水平开放试点的优质企业(主办企业是财务公司或自身无贸易涉外收支的,可不为前述所称优质企业)。

(三)跨国公司资金池成员企业原则上是贸易便利化政策或高水平开放试点的优质企业。

跨国公司办理上述业务时,应遵守贸易便利化政策或高水平开放试点有关规定,并在涉外收支申报交易附言中注明“贸易便利试点”或“高水平便利试点”。跨国公司办理经常项目轧差净额结算时,原则上每个自然月轧差净额结算不少于1次。

### 四、便利优质企业涉外员工薪酬用汇

允许审慎合规银行根据贸易便利化政策或高水平开放试点的优质企业提供的薪酬相关材料,为企业认定的涉外员工核定免审单金额,涉外员工个人在核定金额范围内可在银行办理购付汇或收结汇,免于提交单证。银行办理相关业务应在购/结汇备注栏标注“贸易便利试点薪酬”或“高水平便利试点薪酬”。

银行应为企业配套制定专属方案,明确适用的涉外员工范围及其薪酬发放安排,做好购付汇或收结汇金额动态管理,建立相关事中事后管理机制。

## 五、鼓励将更多贸易新业态主体纳入便利化政策范畴

支持审慎合规银行,将诚实守信、合规经营情况良好的跨境电子商务平台和外贸综合服务企业,及该跨境电子商务平台(外贸综合服务企业)服务的且经其推荐的诚信客户,纳入贸易便利化政策或高水平开放试点。

银行办理跨境电子商务、市场采购贸易、外贸综合服务等相关的贸易涉外收支时,应在涉外收支申报交易附言中注明“跨境电商”“市场采购贸易”或“外贸综合服务”。

## 六、优化外贸综合服务企业外汇资金结算

银行可凭外贸综合服务企业推送的交易电子信息,为外贸综合服务企业及其委托客户办理跨境电子商务收结汇,及货物出口在境外发生的仓储、物流、税收等相关费用对外支付;也可将上述仓储、物流、税收等相关费用与出口货款进行轧差结算,同时按涉外收支管理信息申报有关规定办理实际收付数据和还原数据申报。相关主体应符合以下要求:

(一)银行满足客户身份识别、交易电子信息采集、真实性审核等条件,按规定向外汇局办理经常项目收支登记。

(二)外贸综合服务企业与委托客户签订综合服务合同(协议),提供报关报检、物流、退税、结算、信保等综合服务。

(三)外贸综合服务企业风险控制体系健全,具备“交易留痕、风险可控”等技术条件。

(四)外贸综合服务企业应向委托客户明示实际成交汇率,不得利用汇率价差非法牟利。

外贸综合服务企业依据客户委托代理、代办收付汇业务,均适用上述规定。

## 七、放宽服务贸易代垫业务管理

银行审核业务真实性和合理性后,可为境内机构办理以下贸易相关服务费用代垫业务:

(一)具有贸易往来的境内外机构间代垫货物运输、仓储、维修、报关、检验、税收、保险等费用。

(二)境内国际寄递企业、物流企业、跨境电子商务平台企业为客户代垫跨境电子商务相关的境外仓储、物流、税收等费用。

上述代垫费用原则上不得超过12个月,超过12个月应报备所在地外汇局。银行应在涉外收支申

报交易附言中注明“贸易相关服务费用代垫”。

## 八、便利承包工程企业境外资金集中管理

在多个国家(或地区)开展承包工程项目的境内企业,经所在地外汇局办理服务贸易外汇存放境外登记后,可在境外开立资金集中管理账户,用于跨国、跨地区集中管理和调配境外承包工程资金。其中,承包工程境外资金集中管理账户收入范围为从境外业主或境内划入有关工程款,从境外各承包工程项目账户划入资金,以及符合外汇局规定的其他收入;支出范围为向境内调回工程款、有关境外工程款支出,向境外各承包工程项目账户划转资金,以及符合外汇局规定的其他支出。

企业应按要求制定资金集中管理内部规范,并在每季后5个工作日内向所在地外汇局报告境外资金集中管理账户的主要收支信息和账户余额,以及相关对外承包工程项目资金使用情况。

## 九、完善经常项目特殊外汇业务处置机制

银行应建立经常项目特殊外汇业务处置制度,并事前向所在地外汇局书面报告。对于境内机构具有真实、合法交易背景的经常项目外汇业务,银行应坚持“实质重于形式”的审核原则,按照经常项目特殊外汇业务处置制度予以办理,并在涉外收支申报交易附言中注明“境内机构特殊外汇业务处置”。

银行办理本通知规定外汇业务时,应严格落实展业责任,开展交易真实性审核,通过事中事后筛查拦截异常交易,并及时报告。国家外汇管理局及其分局对银行办理本通知规定的外汇业务依法实施监督管理,对经常项目外汇收支业务的真实性、合规性开展监测核查。

本通知自发布之日起实施。《国家外汇管理局关于支持贸易新业态发展的通知》(汇发[2020]11号)同时废止。之前规定与本通知不符的,以本通知为准。收到本通知后,国家外汇管理局各分局应及时转发辖内地(市)分局、城市商业银行、农村商业银行、外资银行、农村合作银行。各全国性中资银行应及时转发下属分支机构。执行中如遇问题,请及时向国家外汇管理局反馈。

特此通知。

国家外汇管理局

2025年10月28日

(来源:国家外汇管理局网站)

# 专业外贸企业发展道路的

## 选择与思考

### 形势倒逼改革

“天苍苍，野茫茫，风吹草低见豺狼”。专业外贸公司的地位正在下降，已是不争的事实。以生产厂家自营为特征的群雄逐鹿让他们“四面受敌”，以跳槽为特征的人才流失狼烟四起，以不同体制外贸主体雨后春笋般出现为特征的残酷竞争让他们“腹背受敌”，所有这些都令这些专业外贸企业面临强烈的生存危机。

判断一个行业是否难做，有三个基本标准，一是垄断程度，二是进入这个行业的门槛是否很高，三是产品是否相差很大。

目前的外贸行业毫无垄断可言，任何人都难以左右市场；而且，外贸行业非常容易进入；同时，外贸企业间经营模式非常相似，产品种类大同小异，人才结构大多雷同，甚至做事方法都如出一辙。“你有我有大家有，你死我死大家死”。

在一个高度市场化的行业里，失去垄断地位的专业外贸企业普遍陷入低谷，个个“疾病缠身”。怎么办？是病急乱投医，找死；还是坐以待毙，等死，专业外贸企业面临生死抉择。中国改革的经验向我们昭示一条真理：在定位错误、目标落后的坐标中，所有的探索都注定步履维艰。面对纷繁复杂的局势，我们必须具有穿透迷障的睿智，必须拥有冷静的哲学思考、前瞻性的战略布局和高超的化解危机的手段，在没有更多成功经验的情况下，我们必须根据行业的自身特点，杀出一条具有自身特色的血路来。

一个企业的成功，30%靠战略、50%靠执行力、其余 20%是还要看机遇和环境。

目前的市场特点是：产品周期缩短、客户需求多样化、成本竞争惨烈、新产品开发风险加大、规模经济的重要性日渐突出。在严酷的市场竞争中，企业间

的竞争就像两个人在比流血，看谁能流到最后、挺到最后。从西方成熟的市场经济国家的经验看，专业外贸公司肯定有生存的理由和空间。当然，在努力的过程中，企业很可能失败。但是，如果失败了，肯定是企业自己的原因，而不能埋怨别人或者市场。

失败历来有两种：一种是没有尽力就自己主动放弃的失败，一种全力以赴后的失败。

显然，企业应该做事业的强者。因此，企业应该有信心成为最后的市场幸存者，并且是最优秀的幸存者之一。从市场经验看，专业外贸企业有两大定位，一是服务，即企业卖的是服务，而不是商品；二是成为客户的加工基地。大中型专业外贸企业完全可以凭借自己的经验、资金、品牌、管理、人才、文化等优势，依靠整体实力，组织阵地战和大兵团作战，与任何中小型企业进行一场不对称的战争。

### 思路决定出路

专业外贸企业要想在竞争中立于不败之地，必须至少做好以下七门“功课”，才能夯实企业发展的坚实基础。

一是确立高效的运行机制，激活企业的创造力。力量不够时，怎样才能撬动数倍于自己重量的物体呢？物理学告诉我们，可以借助杠杆。中国改革的杠杆是市场经济，而支点是转变政府职能。那外贸企业的杠杆在哪？就是向华为学习，增加员工的参与性，把企业变成全体员工的利益共同体。

二是确立平衡的激励模式，形成企业的向心力。比如合伙制，或许可以将企业与个人、综合与业务、新人与老人、近期与长远等各种利益有机结合起来，能够调动各方面的积极性，更加符合外贸企业的实际，能使企业做到可持续发展。

三是确立先进的管理理念，强化企业的执行力。

要想留住业务员,保持企业高效的运作状态,扁平化和民主管理成为企业的必然选择。扁平化管理的核心是权力让渡,包括向业务部放权、减少领导和中间管理层等,因为领导和中间层的庞大阻碍上下信息的流动,延缓决策过程,就像你如果穿了四层毛衣就无法准确体会外面的温度。民主管理的核心,是领导干部必须摆正自己的位置。

说起来,企业就像一锅鸡汤,有头有脸、抛头露面的人物比如领导,就像漂在鸡汤最上层金黄的油花,没有人喜欢吃,纯粹是给人看的。而最有营养的是下面浓浓的鸡汤,最有味道;即使是最后的骨头渣,也很有嚼头。

外贸企业管理的核心是风险控制,因此必须建立起完善的预警机制、纠错机制、投诉仲裁制和问责制,使各个业务环节都在公司的严格掌控之中,既保证了业务的高效运转,又防范了贸易风险的产生。

四是确立稳固的人才战略,增强企业的凝聚力。首先是人才备份机制。从经济学角度看,优秀业务员产生是非常艰难的,优秀业务员的供给是稀缺的。按照经济学的基本原理,既然是稀缺资源,便会在市场上产生垄断性,而垄断对企业有害的。因此,企业必须建立起人才备份机制。

五是确立昂扬的企业文化,深化企业的感召力。做企业实际上就是做文化。为此,我们必须针对外贸企业的特点,尊重个性,建立个性文化;解放激情,建立激情文化;强化危机意识,建立危机文化;畅通双向沟通,建立沟通文化;消除各自为战,强化团队文化;鼓励各种创新,建立创新文化;倡导学习型组织,建立学习文化。文化是靠日积月累,靠滴水穿石,靠耳濡目染。文化,源自点滴。

企业应该以平等心态和他们交流思想,尤其是要关心弱势群体,让普通人说话,虔诚地倾听那些最微弱的声音。同时,还需要实现企业文化的版本升级,消除对企业活动不关心的“文化孤岛”。文化核心的团队。那么,团队的核心是什么呢?是分享。分享知识、经验;分享资源、利益;分享成功、快乐、痛苦;分享光明、黑暗。每一只大雁扇动翅膀,它都能为紧随其后的大雁创造一种托举力。通过V字形编队飞行,整个雁阵的飞行距离比一只大雁单独飞行增加71%。因此,企业必须要给业务人员提供更加广阔的

天空、更加和谐的环境,增加对员工的人文关怀,取消人为设置的障碍,让资源自由地向能有最大产出的地方流动,以创造奋发向上的企业文化和工作氛围。

六是确立有效的营销策略,加强企业的穿透力。现代管理理念强调企业的执行力,它包括两种能力,一是灌输思想的能力,二是贯彻行为的能力。市场竞争需要明确有效的战略战术。专业外贸企业必须建立以低成本、差异化和品牌建设为核心的发展战略,锁定中端市场,强调特色营销,致力品牌推广,这在外贸企业经营同质化倾向严重的今天显得异常重要。企业只有将这些战略思想深植于员工心中,溶化进他们的血液里,才能确保在企业竞争中出其不意,剑走偏锋,异军突起,百战不殆。

七是确定远大的发展目标,提升企业的战斗力。美国地理杂志扉页上有一段话,这样描述美国人的精神:始终拥有遥望地平线的欲望,想象着天际的那一端,迈开脚步走向未来,并战胜未来。在千军万马做外贸的今天,企业必须给员工有骨干员工以光明的未来,必须有迈向的坚定决心和克服才能将人才留住,才能让大家充满信心。

### 重点领域突破

中国的改革有两大特点,一是“试错”,在摸索中不断前进。二是渐进,由表及里、先易后难和问题倒逼。眼下,人们对外贸企业有两种态度,一是看多,认为专业外贸公司拥有广阔的生存空间,我们称之为“多军”;另一种是看空,认为外贸公司作为一种历史产物,功能日益减退,会逐步淡出经济领域,我们称之为“空军”。毫无疑问,新形势下,外贸企业面临重新洗牌。

#### (一)以发展战略为立足点

坚持以客户为中心,“服务代理化”。就专业性外贸公司的发展来看,公司必须确定为客户提供代理服务的企业定位,将企业塑造成服务主导型企业,成为海外客商在中国的“办事处型”的服务机构,本着以客户为中心,以人工智能为支撑,以新质生产力为基础,以实行扁平化管理为主线,围绕这一定位确定自己的职能、模式和机制,狠抓服务的规范化、标准化。

#### (二)以强化管理为敏感点

坚持创新体制机制,不断提高企业的思想灌输能力和执行能力。要抓住人工智能的风口,以数字化转型为核心,强化各业务环节的无缝对接,实现流程再造,实现商务智能化。以效益为中心,强化费用管理。以风险防范为核心,强化预警和纠错机制,不断扩大业务规模,以形成管理、销售、设计、收购、制单、物流为一体的自主经营主体。

### (三)以队伍建设为发力点

坚持不拘一格选用人才、使用人才、任用人才、留用人才的基础方略,继续完善人才造就机制,改变粗放式培养模式,让所有人才都能感觉实现自我价值。

### (四)以产品开发为增长点

坚持低成本和差异化经营思路,强调供应链的领先性,坚持优化产品结构,发展能够发挥专业外贸企业优势的大宗产品。坚持产品开发,实现增长方式的转变,努力使新产品贡献率始终保持在 30%以

上。同时,坚持“市场中档化”,重点开发适合欧美中低档市场的品种。

外贸企业必须向最好的货代学习物流管理,向规模最大的工厂学习质量控制,向长期增长的工厂学习新产品开发,向人才流失率最低的企业学习企业文化,向增长最快的企业学习创业激情,向规模稳定的国外企业学习客户维持与管理之道。

暂时的困难并不可怕。身材变小了也没什么大了,换一个角度看,当高个子都不得不低头弯腰的时候,矮个子却可以站得笔直。瀑布的壮观总是河流在没有退路时形成的。要相信,尽管面临很多困难、经历成长的痛苦,但只要我们不懈地努力,积极依靠千锤百炼的团队,就一定能在绝境中生存、在窘境中振兴、在困境中发展、在险境中壮大、在逆境中前行!

(来源:外贸领导力)

## ※ ※ ※ ※ ※ ※ ※ ※ ※ ※ ※

### 商会动态

## 我会参加中国对外经济贸易合作企业协会 五届二次会员代表大会暨五届三次理事会会议

11月2日,中国对外经济贸易合作企业协会五届二次会员代表大会暨五届三次理事会会议在江苏常熟召开。全国性行业协会商会第三联合党委专职副书记、纪委书记蔡方财,商务部外贸司贸易便利化处处长田雪村分别代表党建工作机构和行业管理部门到会指导并讲话。

童继生会长代表理事会作年度工作报告,全面总结回顾了协会一年来的工作情况,部署了下一阶段的重点安排,王春县副会长兼秘书长作年度会费收支情况的报告和关于调整会费标准的说明,徐堯副会长作关于拟调整部分理事的说明,赵京晨特邀副会长作关于修改分支机构管理办法和

关于设立新能源产业工作委员会的说明。协会顾问专家组总召集人张夏令介绍了顾问专家组的有关工作情况和今后的工作方向。

参会代表集体学习了党的二十届四中全会精神,邀请国务院发展研究中心对外经济部二级巡视员、研究员胡江云做辅导报告。围绕全球经济贸易与国际政治形势、我国对外经济贸易的突出现象、国际经济贸易规则及其变化以及对外经贸可持续发展等内容展开。

我会秘书长仲建芬作为理事单位参加了会议和相关活动。

(商会秘书处)

## 突然变卦 该国对中国加征 50%关税

近期,墨西哥总统克劳迪娅·辛鲍姆公布了关税改革提案,作为其“Plan Mexico”工业政策的一部分。

此次关税调整针对没有与墨西哥签订自由贸易协定的国家,重点直指中国及其他亚洲出口国,涵盖汽车、零部件、钢铁、纺织、玩具等 1371 个关税代码下的产品,占墨西哥所有关税代码的 16.8%。

辛鲍姆政府辩称,提高关税是保护墨西哥国内生产的一种方式,尽管这些措施也是在美国向墨西哥施压要求减少与中国的业务的情况下进行的。

10 月份,墨西哥总统克劳迪娅·辛鲍姆和莫雷纳副手里卡多·蒙雷亚尔曾表示,墨西哥将推迟议会讨论对来自中国和其他亚洲国家的近 1500 种产品征收关税。

一位政客表示,由于担心关税可能导致通货膨胀上升并对墨西哥企业产生负面影响,因此对关税的批准已被推迟。从长远来看,他们认为谢因鲍姆政府正在朝着美国、加拿大和墨西哥对中国征收同等关税的计划迈进。

西哥议员透露,原提案本身就存在不少问题。一旦落地,很可能推高国内消费价格,还会对本土企业造成冲击。因此,即便要推进,也得降低加税幅度,或是缩小受影响商品的范围。

此次关税调整涉及 1371 个关税税号,覆盖墨西哥进口商品的 16.8%,主要针对汽车、纺织、钢铁、塑料、服装、玩具、鞋类、家具、纸张和玻璃等行业。税率根据产品类别分为多个档次:

10%-15%:原材料及简单中间品

20%-35%:半成品及关键零部件

35%-50%:成品及高附加值商品

| 分类                          | 关税幅度      | 主要来源国                  |
|-----------------------------|-----------|------------------------|
| 轻型汽车 (Light vehicles)       | 50%       | 中国、韩国、印度、印尼、俄罗斯、泰国、土耳其 |
| 汽车零部件 (Auto parts & inputs) | 10% - 50% | 中国、韩国、印度、东南亚国家         |
| 摩托车 (Motorcycles)           | 35%       | 中国、印度、东南亚国家            |
| 钢铁制品 (Steel products)       | 35%       | 中国、印度、俄罗斯、土耳其          |
| 玩具 (Toys)                   | 35%       | 中国、东南亚国家               |
| 铝制品 (Aluminum products)     | 10% - 50% | 中国、印度                  |
| 鞋类 (Footwear)               | 10% - 50% | 中国、东南亚国家               |
| 纸板箱 (Cardboard boxes)       | 10% - 50% | 中国                     |
| 纺织品和织物 (Fabrics & textiles) | 10% - 50% | 中国、印度、东南亚国家            |
| 卫浴用品 (Bathroom supplies)    | 10% - 50% | 中国                     |
| 个人护理用品 (Personal care)      | 10% - 50% | 中国                     |
| 水泵和风机 (Water pumps & fans)  | 10% - 50% | 中国、印度                  |

新关税适用于未与墨西哥签订自贸协定(FTA)的国家,包括中国、东南亚国家、韩国、印度、土耳其等。墨西哥目前与约 50 个国家有自贸协定,如美国、加拿大等不受影响。

该议案下一步还须经总统签发才生效。预计 2026 年 1 月 1 日起执行,暂定执行至 2026 年 12 月 31 日,但可能视情况延长。墨西哥政府表示,此举将帮助本土企业增强竞争力,同时为国内创造更多就业机会。

中国是墨西哥第二大进口来源国,占墨西哥总进口的 19.96%,此举可能导致进口成本上升和通胀压力。

(来源:浙江贸促)

※ ※ ※ ※ ※ ※ ※ ※ ※ ※

## 欧盟发布 2026 年健康与食品审核分析计划

2025 年 11 月 13 日,欧盟发布了 2026 年健康与食品审核分析计划,核心是通过各种审核和检查,保障欧盟的食品饲料安全、动植物健康以及公共卫生。其附录 4 中,2026 年计划对中国及中国台湾地

区的管控措施如下:

1.评估出口至欧盟的禽肉、禽蛋及其相关产品所实施的动物健康监管措施。

2.评估出口至欧盟的供人类食(下转第 20 页)

## 广交会三期 | 安徽轻工“创新力量”闪耀全场

第138届中国进出口商品交易会(广交会)3期展会于10月31日在广州琶洲展馆正式开幕。作为中国外贸的“风向标”,本期展会聚焦纺织服装、箱包、体育休闲等消费品类,首日即迎来超过6万名国际采购商。轻工国际的展位设计别出心裁,现场氛围尤为热烈,处处凝聚着创新的智慧与巧思,成为场馆中一道亮丽的风景线。

### 一、创新驱动:汉服引流,外国客商争相合影 人流量激增

在旅行用品展区,一场别开生面的“汉服展示”成为吸引客流的亮点。三位身着精美汉服、气质典雅出众的年轻同事,巧妙化身“文化推荐官”。她们落落大方,笑容亲和,通过上身试背向到访摊位客商展示新款背包、多功能旅行包等产品。现场效果立竿见影,外国客商络绎不绝,驻足停留,争相与其合影留念。在这个流量为王的时代,旅行用品部先试先行,在流量竞争激烈的展会中成功开辟出一条差异化引流路径,吸引了大批客流的同时,也带来了不少意向订单。

### 二、高效对接:谈判前移,展位变身会客厅 服务保障

面对络绎不绝的客商,轻工国际展现出专业的国际服务能力。无数新客户到访,参展人员的谈判本

上密密麻麻地记录着客户的信息与需求,计算器的霹雳声体现出服务与产品的价值。老客户围桌而坐,不仅带来了出运订单的正向反馈和继续合作的希望,更带来了轻工国际团队真诚的问候与关心。一位合作超过五年的欧洲客户表示:“轻工不仅产品质量可靠,服务也始终如一,这正是我们长期合作的基础。”这种以信任为底色的深度互动,进一步强化了轻工国际在国际市场中的客户黏性与品牌美誉度。

### 三、价值升级:方案直出,集成设计打样面料,注入新活力

持续整日的洽谈中,轻工国际男女装摊位展现了从单一产品供应商向解决方案服务商的转型成果。针对不同的客户需求,业务人员灵活地将每一件服装的信息面料集成在一个小小的二维码里,提供定制化服装设计打样生产方案。此类产品集成新模式,背后是业务人员钻研业务的努力,凝聚着业务人员的心血与智慧,得到了新老客户的一致好评。

三期收官在即,公司各参展团队正积极把握展会最后时段,紧抓意向订单落实。下一步,轻工国际将以此次广交会为触点,加快从传统贸易商向供应链组织者与品牌赋能方转型,在推进海螺集团高质量发展的新征程中,书写更多融合传统与现代的外贸新篇章! (来源:安徽轻工)

融 合 聚 力

智 领 未 来

## ——2025 合力智能物流发展大会圆满召开

众志成城,融合聚力;千帆竞发,智领未来。11月5日-6日,以“融合聚力 智领未来”为主题的2025合力智能物流发展大会在合肥圆满召开。来自企业、院校、科研机构及行业生态伙伴的500余人齐聚一堂,共同探讨智能物流领域的前沿技术、发展趋势和合作机遇。

江汽集团原董事长左延安,安徽理工大学党委

副书记、常务副校长余玉刚,中国物流学会副会长、安徽省工商联副主席、安徽共生物流科技有限公司董事长卢立新,中国仓储与配送协会副会长王继祥,安徽省科学家企业家协会党委书记戴建华,中国移动机器人产业联盟秘书长李进科,安徽叉车集团党委书记、董事长、总经理杨安国,集团(股份)公司宗学彬、薛白、周峻、徐英明等领导参加会议。

11月5日上午,举行开幕式。安徽叉车集团党委书记、董事长、总经理杨安国致开幕辞。他指出,2025年是合力智能物流业务破茧成蝶、展翅高飞的关键之年。合力坚持“融合聚力”,实现了规模与能力的双重跃升。截至三季度,智能物流业务营收同比增长超100%,成为强劲的“第二曲线”。构建了覆盖8大类、22个品种、超100种型号的智能物流产品矩阵。自主研发CCS调度控制系统、WMS仓储管理系统等核心平台,构成了稳定可靠的“技术底座”,成功打造多个行业标杆案例。坚持“协同整合”,着力构建产业新生态。通过推动“一院三司”在研、产、供、销、服全链路深度整合,形成了从“技术研发”到“场景落地”的高效闭环。与华为共建“天工实验室”,在数据通讯、无人智驾等领域联合攻关;与顺丰、京东等物流巨头携手,让创新技术在真实场景中淬炼成金;与江淮中心成立“天枢实验室”,聚焦具身智能,抢占技术制高点。

“明者因时而变,智者随事而制。”杨安国强调,展望未来,合力将以“智领未来”开启开放共赢的全新征程。坚持技术攻关,筑牢发展根基,持续加大研发投入,重点突破智能驾驶、数字孪生等核心技术,推动物流装备全面智能化,着力将具身智能“搬运机器人”培育为集团新主业。强化生态协同,共破行业难题,与上下游伙伴深化合作,共享技术、互补资源、联动市场,共同破解行业同质化、场景碎片化的挑战。加快扬帆出海,开拓全球市场,加速推动成熟的智能物流系统“走出去”。同时,合力将加快推动科技创新与产业创新深度融合,以技术攻关凝聚突破之力,以生态协同汇聚发展之力,以行业担当铸就共赢之力,共同推动智能物流产业高质量发展。

会议期间,合力宇锋与8家行业领军企业集中签约,在智慧物流系统、轮胎技术研发、锂电池等领

域共同达成深度战略合作,签单金额近4亿元,并为21家行业生态伙伴合作授牌,举办了2025中国叉车和移动机器人高质量发展万里行收官仪式。大会紧扣行业发展趋势,围绕多层堆叠、重载存搬配、智能仓储集成产品、智能AGV产品与全场景解决方案、冷链物流园整体解决方案等多个前沿领域,举办系列主题论坛,汇聚行业专家与实践先锋展开深入研讨与交流,为行业发展提供了宝贵的智慧和经验。

大会特设闭门论坛,聚焦“业务增长新范式与市场开拓新路径”,系统梳理过往实战经验,深度研判行业趋势与市场格局。与会嘉宾围绕下一阶段战略蓝图与实施路径,就核心业务扩张、新兴市场渗透、商业模式创新等关键议题进行了深入研讨。会议期间,还组织参观了电动分公司及合力宇锋工厂,近距离感受合力智能制造实力。

为全方位展示合力在智能物流领域的系统能力,大会精心打造了具身智能机器人、全场景智能工厂、8大AGV场景智演,6个行业领航级解决方案、全系列线控车体、智联方案等多个主题展区,集中呈现了基于AI物流机器人产品矩阵构建的“智能仓储、智能搬运、智能工厂、智能园区”四大核心业务及生态联合解决方案,涵盖70余款展品,并首次展示了具身机器人与人形机器人在复杂交互场景下的应用,全面展现了合力在智能物流领域的产品实力、技术能力、解决方案能力和前瞻布局,提供了沉浸式的智能交互体验。

征程万里风正劲,重任千钧再奋蹄。以此次大会为崭新起点,合力将坚持以科技创新为引领,深化产业创新融合,以行业担当推动共赢,携手推进智能物流产业高质量发展,为实现“世界一流,百年合力”的宏伟目标而不懈奋斗!

(来源:合力叉车网站)

※ ※ ※ ※ ※ ※ ※ ※ ※ ※

(上接第18页)用的鱼油及其相关产品生产环节的现行监管体系。

3.评估再生塑料(或含有再生塑料)生产的食品接触材料生产环节的官方监管体系。

4.评估向欧盟出口植物和植物产品的官方监管体系。

5.评估针对中国台湾地区出口至欧盟的水产品

生产环节现行监管体系。

更多详情参见:

[https://food.ec.europa.eu/document/download/e-caee133-a2d8-489a-bb25-4ee86045d69f\\_en\\_filename=hfaa\\_prog\\_en\\_2026.pdf](https://food.ec.europa.eu/document/download/e-caee133-a2d8-489a-bb25-4ee86045d69f_en_filename=hfaa_prog_en_2026.pdf)

(来源:中国技术性贸易措施网)

# 如何事前识别欺诈风险

## 避免上当受骗

近年,我国与新兴市场国家在经贸领域的合作快速发展,出口规模持续扩大。然而,蓬勃旺盛的贸易需求背后,暴露出的风险也不容忽视。部分心怀叵测者通过成立皮包公司,作为第三方恶意引导或串通买方,收购当地企业后借“壳”交易等种种手段恶意对出口企业实施欺诈,给出口企业造成了不少损失。因此,对中国外贸企业来说,增强警惕意识、加强事前欺诈风险识别和排查的工作刻不容缓。

### 一、案例背景 突如其来的“优质”订单



2024年上半年,中国信保突然收到多则针对中东买方E公司的询保申请,根据出口企业初步反馈,E公司成立近10年,持续盈利,资产规模过千万,贸易洽谈过程也很顺畅……对于不少来询保的出口企业,特别是希望开发中东业务的中小企业来说,E公司的订单看起来很是“优质”。

### 二、发现疑点 信保助力企业事前识别风险

收到申请后,中国信保从贸易背景、交易历史、订单情况、交易过程等多个方面进行了解分析,迅速发现了这所谓“优质”订单背后暗藏的可疑之处:

1.申请需求来自全国不同地区多个供应商,且在短时间内密集提出。

2.涉及的贸易商品包括鞋子、食品、平底锅、医疗用品、电缆等,交易商品范围较广且无明显关联性。

3.出口企业普遍与E公司并无交易历史,或仅与E公司的关联公司有短期交易历史。同时,E公司及其关联公司在中国信保下并无历史承保记录。

4.E公司在与出口企业沟通过程中态度十分“积极”,对出运时间的要求急迫,曾主动建议咨询投保出口信用保险,并主动提供最新财报供参考。

为此,中国信保进一步通过委托海外资信渠道等方式对买方展开调查,发现E公司属批发商性质,为一人有限责任公司,实际控制人非本地人,且曾有多次历史迁址及变更实际控制人记录。另外,在调查过程中,中国信保海外渠道反馈无法联系到E公司,难以确定实际经营状态。

在多重排查分析后,中国信保第一时间梳理了买方项下的异常特征,就E公司项下的风险情况对出口企业作出风险提示,提醒出口企业谨慎出运。最终,近十家出口企业在中国信保的提示下审慎开展交易,避免了超1000万美元货值的相关货物在未开展全面风险识别的情况下贸然出运。

### 三、建议启示 如何更好地识别和应对欺诈风险?

结合本案例,中国信保为出口企业提供建议如下,希望帮助企业更好地提前发现欺诈风险:

1.多渠道交叉验证情况,加深对新买方的了解。对于首次交易的买方,出口企业对其了解不深,因

此,务必提前核查买方背景信息,通过多种渠道交叉验证信息的可信度,包括但不限于实地考察、查询相关网站、向当地商会、银行或其他供应商咨询等。此外,出口企业也可通过中国信保调取买方的资信报告,详细了解买方最新情况;或下载并使用覆盖全球买方信息库的中国信保“信步天下”APP,借助其中的“资信红绿灯”功能,免费一键查询买方交易风险情况。

2.警惕买方异常特征,关注贸易细节。对网上询盘、展会认识、第三方介绍的新买方,出口企业在洽谈订单过程中,建议重点关注以下异常特征:

(1)买方主体信息异常,如经营状态异常、营业执照等文件过期、主营业务与出口商品关联性不大、成立时间较短、联系方式非官方邮箱后缀、近三年存在迁址或变更实际控制人记录等;

(2)交易过程异常,如不关心货物品质价格、要求发货时间较急、主动提供财报并建议投保出口信用保险、主动提供声称源自中国信保的资信报告或授信文件(不少经对比复盘后发现为伪造信息)。

3.谨慎安排支付方式,留心买方付款路径。强烈建议出口企业在与买方初次交易时,采取收款后发货等较为稳健的支付方式,或向买方收取较高比例的预付款并取得买方对剩余货款的书面确认。在收到买方支付的第一笔货款后,认真审视买方的付款资金来源,特别留心是否出现水单造假、付款主体与交易主体不一致,或付款路径异常等情况。对于要求货发第三方的买方,应留存好买方书面确认的文件。

最后,本文以一首简单的口诀作为结尾,希望广大出口企业在享受获取新订单甜蜜的同时,也避免品尝被骗的苦涩:

识别买家莫心急,眼睛擦亮心放细;  
多方渠道勤留意,交叉验证辨信息;  
邮箱财况注册号,经营范围都要找;  
询盘大方先莫喜,事出反常必有妖;  
首单小额控风险,妙用汇款再查验;  
全程警惕留心眼,慎管提单控货权。

(来源:中国出口信用保险公司)

### ※ ※ ※ ※ ※ ※ ※ ※ ※ ※

#### 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

# 2026 亚洲酒店用品设施展览会

## 暨中国酒店与餐饮用品博览会

为精准对接酒店、餐馆及咖啡馆行业需求,展示前沿科技成果与智能创新技术,德国科隆国际展览有限公司、泰国商业部国际贸易促进厅、泰国商会将于 2026 年 3 月 11-13 日在泰国曼谷 IMPACT 会展中心共同举办 2026 亚洲酒店用品设施展览会 (THAIFEX-HOREC Asia 2026)。商务部外贸发展局将作为 THAIFEX-HOREC Asia 2026 的全面战略合作伙伴及中国酒店与餐饮用品博览会主办方,统一组织中国企业参展。省进出口商会将组织安徽企业参加展会,展会有关事项如下:

### 一、基本情况

**展会名称:**2026 亚洲酒店用品设施展览会暨中国酒店与餐饮用品博览会

**展会时间:**2026 年 3 月 11-13 日

**展会地点:**泰国曼谷 IMPACT 会展中心 1-2 号馆

**展览面积:**总计划展览面积 40000 平米,其中中国展区 3000 平米。

**展品范围:**共包含以下九大门类的产品、技术与服务:

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

2.咖啡厅与酒吧设备:咖啡与茶、咖啡设备、酒吧设施、咖啡厅与酒吧产品等。

3.厨房用品: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.餐饮用品:餐具、银器、瓷器、水晶 / 玻璃器皿等。

5.家居与装饰品: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.清洁与洗涤设备: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.服务:特许经营与营业许可解决方案、咨询服务等。

8.科技:通用业务技术系统、酒店运营技术、智能服务机器人等。

9.康养:个护与保养用品、运动设施等。

### 二、参展费用

**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;单开口 36000 元 / 个,双开口 38000 元 / 个,三开口 40000 元 / 个。

**室内光地:**参展企业自行设计搭建但须先报商务部外贸发展局审核,18 平米起租,3500 元 / 平米。

### 三、上届展会概况

THAIFEX-HOREC Asia 是从业内享有盛誉的亚洲世界食品博览会 (THAIFEX-Anuga Asia) 细分发展出的专业性酒店行业展会,专注于酒店用品设施领域,更加清晰地定位目标市场和客户群体。第二届 THAIFEX-HOREC Asia 已于 2025 年 3 月 5-7 日在 IMPACT 会展中心举办,成果超出预期。展览面积 27000 平米,共吸引了来自 25 个国家和地区的 466 家参展商,同比增长 28%,其中国际参展商 295

家;来自 87 个国家和地区的共 19454 名采购商,同比增长 23%;来自 25 个国家和地区的贸易代表团及特邀买家共 573 名,累积洽谈 2408 场,其中预约洽谈场次同比增长 47%;共有 189 名媒体代表参与,新闻报道共 848 篇,参展企业总曝光量超过 278 万次,产品总曝光量达 87 万次,总成交额达 9920 万美元。

为实现 THAIFEX-HOREC Asia 的发展目标,主办单位将利用 THAIFEX-Anuga Asia 积累了 20 多年的餐饮酒店行业当地和国际买家,平行移植行业资源,为参展商和观众提供更加聚焦的展示和交流平台;将重点通过展会网站、营销材料、社交媒体、印刷广告、定向采购商数据库、新闻发布会等途径,引导专业采购商前往中国展区采购洽谈;相关 B2B 对接活动聚焦中国展区。商务部外贸发展局也将与泰国中华总商会、泰国酒店协会等密切合作,面向其会员单位广泛发布中国参展企业、展品及展位等信息,邀请相应酒店及餐饮企业前往中国展区参观洽谈。

#### 四、参展事宜

1、更多信息请关注:

商务部外贸发展局微信公众号:



亚洲酒店用品设施展览会网址:

<https://thaifex-horec.asia/>

2、报名参展截止住时间:2025 年 12 月 31 日

3、详情请咨询安徽省进出口商会:

联系人:车鸣 电话:0551-26262185

手机:18955152120

商务部外贸发展事务局

2025 年 8 月 5 日

## 第二十六届俄罗斯国际建筑及工程机械博览会

为促进我省企业界与俄罗斯工商界的经贸合作和技术交流,进一步开拓俄罗斯工程机械市场,经批准,西麦克国际展览有限责任公司将于 2026 年 5 月组织国内企业参加在莫斯科举办的“第二十六届俄罗斯国际建筑及工程机械博览会 (CTT COMVEX CTO LOGISTIKA)”。

#### 一、展览会基本信息

1.展会时间:2026 年 5 月 26 日 -29 日

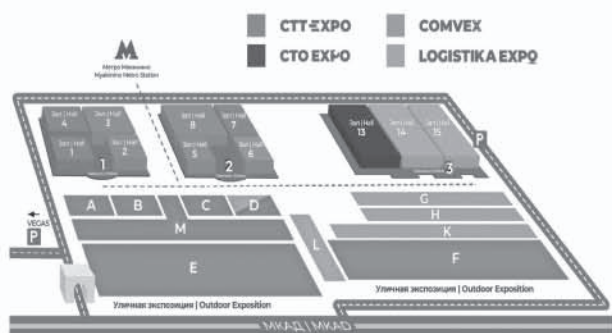
2.展会地点:莫斯科 克洛库斯展览中心

3.展会周期:一年一届

#### 二、展会简介

第二十六届俄罗斯国际建筑及工程机械展览会将于 2026 年 5 月 26 日至 29 日在俄罗斯莫斯科最大的展览中心克洛库斯(CRUCOS)举办,该展会是俄罗斯、中亚及东欧地区规模最大的国际工程机械博览会,展出主题包括工程机械主题展、商用车辆主题

展、重型车零部件主题展、物流机械及设备主题展等。



### 三、往届回顾

俄罗斯国际建筑及工程机械展览 CTT 展览展会自 1999 年创办以来，每年一届，已经成功举办 25 届，展览最初由俄罗斯人组织发起，经历过行业兴盛期 2008 年、2013 年的意气风发，也伴随行业的兴衰渡劫过低谷的 2009 年和 2022 年，在 2017 年引进战略合作方慕尼黑展览集团（久负盛名的世界最大工程机械博览会德国 bauma 展的组织方）后改名为 bauma CTT RUSSIA，慕尼黑集团以其行业全球旗舰展 bauma 作为支撑，为 CTT 展的全球化品牌化进行了强力推广，度过了稳健的增长期。2022 年，伴随着国际形势的剧烈变化，bauma CTT RUSSIA 德方撤出，展览再次更名 CTT EXPO，加之疫情冲击和中国的封控政策，规模也到达近年来历史的冰点。

2023 年，跨入新的历史阶段，俄罗斯主办方向 CTT EXPO 进行变革，同期同馆加入了两个新的展览项目——国际商用车展 COMVEX 和国际工程机械及商用车配件展 CTO。虽然缺少了往日里美国、德国、西班牙、意大利的国家展团支持，现场却仍然保持了中国和土耳其展览团，且中国参展团异军突起，以 518 家参展商的规模亮相，为 2023 年俄罗斯国际建筑及工程机械展览 CTT 的巨大成功提供了最强力支撑。

2024 年，俄罗斯工程机械展继续扩大展出主题，在保持原有的展览主题的同时，继续引入物流机械及设备主题展 LOGISTIKA，实现了历史性的跨越，四个主题展览在俄罗斯国际工程机械博览会的大展

览平台下同时同地举办，破纪录的实现了展览面积 200800 平方米，展商 1746 家，专业观众 78698 名，现场人头攒动、盛况空前，成为了名副其实的俄罗斯第一展览平台。中国参展企业趋之若鹜，有近 900 家企业远赴俄罗斯参展。

2025 年为第 25 届，四个主题展览在俄罗斯国际工程机械博览会的大展览平台下同时同地举办，展览面积达 200500 平方米，展商有来自包括俄罗斯、中国、白俄罗斯、伊朗、意大利、阿联酋、哈萨克斯坦、乌兹别克斯坦、土耳其、日本、韩国、印度等 12 个国家，其中工程机械展展商 902 家，商用车展展商 507 家，重卡配件展展商 337 家，物流展展商 67 家，总计 1813 家展商，专业观众达 75569 名。

展出的知名企业包括徐工集团、三一集团、柳工、中联重科、山推、临工、国机重工、龙工、福田雷沃、一汽、二汽、重汽、陕汽、上汽、大运、ACE、BULL、ELKON、LGCE、LGMG、MEKA、MST、SITRAK、Amkodor、Ziptech、Kranex、Kudesnik、NLMK、Techstroycontract、Transmechservice、OMG SDM、PST、Rus-biznesavto、Chetra、SCHWING-STETTER 等。

### 四、展品范围

挖掘机械、岩凿机械及采矿设备、工程钻探机械及掘进机、铲土运输机械、钢筋和预应力机械、气动工具、混凝土机械、装修机械、电动工具、桩工机械、路面机械、压实机械、工程起重机械、市政工程与环卫机械、机动工业车辆、物流机械、叉车吊车、动力装置及配件、各种配件、电器配件及其总成、检测维修设备及其配件、重型车辆、起重车辆、混凝土车辆、卡车、拖车、特种车辆、汽车用配件以及建筑机械及工程机械配件。

### 五、展会联系

安徽省进出口商会 车鸣

0551-62622185 18955152120

二零二五年十一月

附件：参展费用标准表

参展费用标准

|      |                                                     |                                               |                     |         |
|------|-----------------------------------------------------|-----------------------------------------------|---------------------|---------|
| 项目名称 | 2026 年俄罗斯国际建筑及工程机械博览会<br>(CTT COMVEX CTO LOGISTIKA) |                                               | 地 点                 | 莫斯科     |
| 展期   | 2026 年 5 月 26 日至 29 日                               |                                               | 在外天数                | 8 天(暂定) |
| 序号   | 费 用 项 目                                             |                                               | 单 位                 | 金 额     |
|      |                                                     |                                               |                     | 人民币     |
| 1    | 注册费                                                 | 会刊注册、展商证注册、观众邀请码等                             | 每单位                 | 6000 元  |
| 2    | 标准展区<br>展位费                                         | 标准展位装修费包括桌、椅、楣板、地毯、射灯等                        | 每展位 3M × 3M         | 52800 元 |
|      | 豪华展区<br>展位费                                         | 升级展位装修包括桌、椅、楣板、地毯、射灯等                         | 每展位 3M × 3M         | 59800 元 |
| 3    | 单独特装<br>及展位费                                        | 含光地及相关特装搭建费;不含电费                              | 每 M2<br>(15-50 M2)  | 8000 元  |
| 4    | 室内光地                                                | 双面开 +10%;三面开 +15%;<br>四面开 +20%;双层搭建 +80%      | 每 M2<br>(20 M2 起租)  | 3300 元  |
| 5    | 室内光地                                                | 双面开 +10%;三面开 +15%;<br>四面开 +20%;双层搭建 +80%      | 每 M2<br>(100 M2 起租) | 2600 元  |
| 6    | 开面费                                                 | 9M2                                           | 双面开口                | 2000 元  |
|      |                                                     | 12M2                                          | 双面开口                | 2500 元  |
|      |                                                     | 18M2                                          | 双面开口                | 4000 元  |
|      |                                                     | 18M2                                          | 三面开口                | 6000 元  |
| 7    | 室外光地                                                | 25 年 11 月 15 日前报名,双层搭建须加收 80%                 | 每 M2<br>(100 M2 起租) | 2100 元  |
|      |                                                     | 25 年 11 月 15 日后报名,双层搭建须加收 80%                 | 每 M2<br>(100 M2 起租) | 2200 元  |
| 8    | 随团<br>人员费                                           | 签证、国际往返机票、在外期间的双人房标准住宿 /<br>膳食费交通费;不含人员补助及单间差 | 每人                  | 22800 元 |
| 9    | 报名费                                                 | 资料费、快递费、联络费、现场费等                              | 每单位                 | 2000 元  |

## 提前 2 年执行!

### 欧盟或于明年取消小额进口包裹免税政策

原本欧盟计划在 2028 年取消价值低于 150 欧元的小额进口包裹的关税豁免,但据外媒最新报道,这一政策可能会提前到明年执行。11 月 13 日,欧盟各国财长在布鲁塞尔举行会议,并在会议上达成一致,决定在 2026 年尽快开始对小额进口包裹征收关税。但该政策的实施仍需要获得欧洲议会的批准。

据悉,除了取消对小额进口包裹的关税豁免,此次新政策还包括新增小包裹处理费(即对每个进口包裹额外收取约 2 欧元的处理费用,用于支付清关与检验成本),以及通过数字化海关系统加大海关审查力度等。

欧盟原本计划在 2028 年前启用海关数据中心,用于电商货物进口申报,并同步取消小额进口包裹免税政策。若政策提前落地,那欧盟一夜之间将需要对约 5000 种产品征收关税。对此,其表示,将努力寻求一种简单、临时的解决方案,以便在 2026 年尽快实施。

欧盟海关改革首席谈判代表、荷兰籍欧洲议会议员德克·戈廷克表示:“今年我们收到的包裹数量已经超过了 2024 年全年,而黑色星期五和圣诞购物狂欢节还没结束。对小额进口包裹的关税豁免政策必须尽快取消,它已经过时了。”

有数据显示,2024 年共有 46 亿个小包裹进入欧盟,相当于每秒超过 145 个包裹,这其中约 91% 来自中国,而 Temu、SHEIN、速卖通等跨境电商平台则是带来这些小额进口包裹的主力军。欧盟方面称,此类小额包裹中存在较为普遍的低报逃税问题,导致欧盟损失大量税收收入,也冲击了当地中小企业的市场竞争力。而今年美国取消价值 800 美元以下小额进口包裹的关税豁免政策,也引发了欧盟对新一轮免税包裹大量涌入的担忧。

今年 2 月,欧盟委员会就呼吁取消取消价值不超过 150 欧元的小额进口包裹的免税待遇;今年 5

月,欧盟提出对货值低于 150 欧元的进口包裹征收 2 欧元处理费的方案(该方案将对每个直邮包裹收 2 欧元的费用,而批量发往当地仓库的货物则按照 0.5 欧元税率征税);今年 7 月,欧洲议会以 619 票赞成通过免税政策的取消,并计划于 2028 年实施。

此次欧盟提出加快推进取消小额进口包裹免税政策意味着,最快明年开始,所有输送至欧盟的商品无论价值高低、无论以小包直邮还是批量运送,均需缴纳关税及增值税。这对大量依赖小包直邮的中国跨境电商玩家而言无疑是个巨大的打击,尤其是价格敏感型产品及商家,在成本大涨的情况下,价格优势势必被削弱,利润空间进一步压缩。

据悉,德国将于 2025 年 11 月 24 日起正式实施针对中国跨境小额包裹的新税收政策。

所有来自中国的电商包裹将统一征收 23% 的增值税,并全面取消之前的最低免税额度。

这一政策标志着中德跨境电商贸易税收环境的重大变革,预计将使中国商品在德国的售价平均上升 23%,直接影响到中国跨境卖家的市场竞争力。

德国政府表示,该政策旨在保护本土产业,遏制“低质量中国商品”涌入欧洲市场。

根据数据显示,2024 年进入欧洲的国际小包裹中,近七成来源于中国。德国财政部门评估显示,每年因免税小包造成的增值税缺口已超过百亿美元。

新政策实施后,依赖“低价小包”模式的中小卖家可能面临利润压缩和合规成本增加的双重挑战,而德国海关的清关流程也可能因申报数量激增而出现效率问题。

此外,该政策在德国和欧盟内引发争议,消费者担忧购物成本上涨,汽车等行业则忧虑经贸摩擦可能带来的连锁反应。

(来源:亿邦动力)

# 从互降关税到共建规则

——中国－东盟经贸合作持续升级为区域经济注入动能和信心

当地时间 10 月 28 日，中国与东盟在马来西亚首都吉隆坡签署自贸区 3.0 版升级议定书，标志着中国与东盟经贸合作水平再次升级。分析人士认为，在全球经济面临诸多不确定性之际，3.0 版升级议定书的签署是中国与东盟共同推动高质量开放合作的重要举措，展现了区域国家携手应对全球经济挑战的决心，为区域经济发展注入新动能和信心。

## 从“关税让利”迈向“规则共建”

自 2002 年启动建设以来，中国－东盟自贸区从最初的 1.0 版、2.0 版发展到如今的 3.0 版，见证了双方持续推进区域经济一体化的探索与努力。

相较于早期聚焦削减关税与扩大市场准入的互利合作，3.0 版升级议定书标志着双方合作进入制度化的新阶段，不仅涵盖传统贸易投资领域，还包含数字经济、绿色经济、供应链互联互通、标准技术法规与合格评定程序、海关程序与贸易便利化、卫生与植物卫生措施、竞争和消费者保护、中小微企业、经济技术合作等 9 个新增章节。

观察人士指出，从聚焦货物贸易降关税，到拓展服务贸易扩市场，再到瞄准规则标准促融合，中国－东盟自贸区不断升级，清晰映射出区域经济合作持续深化的发展轨迹。

菲律宾“亚洲世纪”战略研究所所长赫尔曼·劳雷尔指出，3.0 版升级议定书的签署是推动亚太经济一体化的重要里程碑，标志着中国与东盟经贸关系又一次跨越式升级。“与 1.0 版的‘降关税’、2.0 版的‘便利化’相比，3.0 版核心特征是‘由互降关税向共建规则转变’，这为双方合作注入持久动力。”

泰国正大管理学院中国－东盟研究中心主任汤之敏表示，3.0 版覆盖数字经济、绿色经济等产业制高点，通过规则对接、标准互认、机制互通，夯实产业链供应链协作基础。从 1.0 版到 3.0 版，自贸区建设步步升级，迈向包容、现代、全面、互利的自贸协定。

“这是双方合力推动从‘量的扩张’向‘质的提升’转变。”马来西亚中华总商会总会长吴逸平表示，此次升级充分彰显东盟与中国不断探索创新，进一步将贸易自由化与制度化治理相结合，目标转向规则的可预期性与制度的相互衔接。

## 聚焦“数字”“绿色”发展双引擎

专家认为，3.0 版升级议定书涵盖当前全球产业链变革和经济可持续发展的核心议题，将拓展新兴领域互利合作，有利于双方推进更宽领域、更深层次的经济区域一体化。

“相信这一升级将推动区域在数字化与绿色转型方面实现更深层次融合。”印度尼西亚经济与法律研究中心中国－印尼事务主任穆罕默德·佐勒菲卡尔·拉赫马特表示，印尼社会各界普遍期待 3.0 版推动产业升级与绿色转型，进一步创造就业。

马来西亚诺丁汉大学政治、国际关系及经济学院副教授肖赛子表示，3.0 版首次将数字经济、绿色经济等新兴领域的硬联通与软联通纳入框架，有效将区域各国资源禀赋、产业优势与核心价值链串联，“凸显了双方加强多元化贸易合作的决心，也向世界展示了包容性和开放性合作的强大生命力”。

马来西亚国油科技大学副教授陈日佳表示，期待中国－东盟自贸区 3.0 版与《区域全面经济伙伴关系协定》(RCEP)协同发力，进一步推动区域经济整合。“相信中国与东盟在数字经济、绿色能源与产业链升级等新兴领域的合作将推动区域低碳转型与可持续发展，为亚太地区的长期稳定与繁荣注入新动力。”

华东师范大学城市发展研究院院长曾刚表示，3.0 版的突破在于前瞻性构建新兴领域规则。“（3.0 版）顺应新一轮产业革命，在数字贸易、人工智能应用和绿色发展等领域制定具有前瞻性的规则，不仅利用新技术创造增长机遇，更通过制（下转第 30 页）

## 外贸新人必须掌握的

## 外贸术语和英文缩写

做外贸必须掌握外贸术语和英文缩写，这是从业者的核心技能和行业通用语言。外贸常用贸易术语主要有：

1.E 组：工厂（卖方）仅在自己的地点为客户备妥货物（常用）

EXW (EX Works): 工厂交货

注：工厂交货价，报价时候只需要考虑产品成本，加工成本，经营成本以及产品利润

2.F 组：工厂（卖方）需将货物交至客户指定的承运人

FOB (Free on board): 装运港船上交货（常用）

FAS (Free alongside ship): 装运港船边交货

FCA (Free carrier): 货交承运人

注：1.FOB：船上交货，又称离岸价，包含 EXW 之外，卖方也就是我们，只负责拖车、报关、起运，还有港杂费，装运后的费用都有客户承担。

2. FOB 术语意味着卖方在货物通过装运港的船舷时完成交货。

工厂需要提供商业发票、箱单、合同、原产地证、运输单据（如提单）等文件，以便买方能够接收货物并处理进口清关手续。

3.FOB 船上交货，又称离岸价，包含 EXW 之外，卖方也就是我们，只负责拖车、报关、起运，还有港杂费，装运后的费用都有客户承担

3.C 组：工厂（卖方）须订立运输合同，但对货物或损坏的风险以及装船和启运后发生意外所产生的额外费用，工厂不承担责任

CFR (Cost freight): 成本 + 运费

CIF (CFR Insurance): 成本 + 运费 + 保险费（常用）

CPT (Carriage paid to): 运费付至

CIP (Carriage Insurance Paid To): 运费及保险费付至

注：1.CIF 相当于 fob+ 运费 + 保险，我们承担保险。

2.CIF 术语下工厂需要提供商业发票、箱单、合同、原产地证、运输单据和保险单。

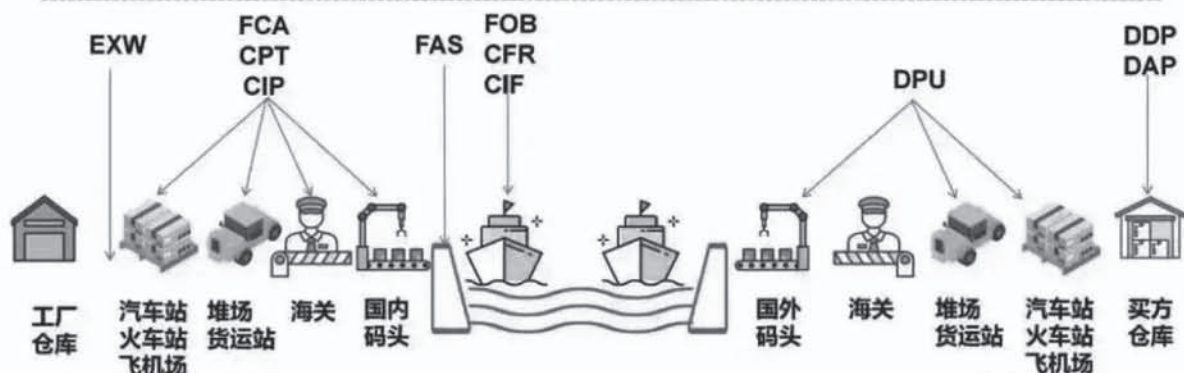
3.CIF 与 CFR 相似，不同之处在于卖方还必须为货物在运输途中可能发生的损失或损坏购买最低限度的保险。

4.D 组：工厂（卖方）必须承担把货物交至目的地国所需的全部费用和风险

DAP (Delivered at place): 目的地交货

### 国际贸易成交条款

交货地点与风险转移



不同的贸易术语规定的风险费用划分点各不相同

DPU(Delivered at place unloaded):卸货地交货

DDP(Delivered duty paid):交税后交货

注:1.DDU 与 DDP 的相似点:卖方负责将货物运输至买方指定目的地,承担运输全程的费用和风险(如运输、保险、装卸等)

2.DDU 术语下,卖方需要提供商业发票、箱单、合同、原产地证、运输单据、保险单和全套出口清关文件,如出口许可证、报关单等。

外贸中常见英语缩写:

发票 Invoice: 缩写 INV

装箱单 Packing list: ?缩写 P/L

销售合同 Sales contract /confirmation t: ?缩写 S/C

采购订单 Purchase order:缩写 PO

形式发票 Proforma invoice: 缩写 PI

商业发票 Commercial invoice: ?缩写 CI

余款 balance: ?缩写 BAL

总额 Amount: ?缩写 AMT

付款交单 Cash Against Documents:缩写 CAD

保函 Letter of Guarantee:缩写 L/G

电汇 Telegraphic Transfer:缩写 T/T

付款交单 Document against Payment:缩写 D/P

承兑交单 Document against Acceptance: 缩写

D/A

提单 Bill of lading: ?缩写 B/L

船东单 Master bill of lading: 缩写 MBL

货代单 House bill of lading: 缩写 HBL

原产地证 Certificate of origin: 缩写 CO

预计开航时间 Estimated time of departure: 缩写 ETD

Estimated time of arrival 预计到达时间: ETA

拼柜 Less than container loaded: LCL

整柜 Full container loaded: FCL

包装 Package: 缩写 PKG

纸箱 Carton: 缩写 CTN

数量 Quantity: 缩写 QTY

最低起订量 Minimum order quantity: 缩写 MOQ

个数 Pieces: PCS

每箱个数: 缩写 CTN or PCS

Weight 重量: 缩写 WT

净重 Net weight: 缩写 N.W

毛重 Gross weight: 缩写 G.W

立方 Cube meter: 缩写 CBM

唛头 Shipping mark: 缩写 S/M

空白唛头 No mark: 缩写 N/M

包含 With: 缩写 W

不含 Without: 缩写 W/O

参考 Reference: 缩写 REF

做外贸不会术语和英文缩写,就像一个司机不认识交通标志却开车上路。这不仅是技能,更是外贸世界的“生存法则”,它贯穿于外贸工作的每一个环节,是避免损失,提高效率,赢得客户信任的基础。因此,学习和精通这些术语,是每一个外贸人的必修课。

(来源:外贸达人)

(上接第 28 页)度安排,使中国与东盟合作形成应对全球市场波动的‘稳定器’。”

### 释放开放合作、互利共赢信号

当前,贸易保护主义抬头、地缘冲突加剧、产业链供应链受阻,全球发展处于关键十字路口。中国—东盟自贸区 3.0 版升级议定书的签署,释放出开放合作、互利共赢的积极信号。

印度尼西亚战略与国际研究中心研究员穆罕默德·哈比卜说,3.0 版升级议定书的签署,表明中国与东盟坚定维护自由贸易和区域合作的共同立场。中国以实际行动支持多边贸易体系,推动构建更加稳定、包容的区域经济。

越南社会科学院南亚、西亚与非洲研究所副所长潘高日英认为,3.0 版不仅是推动区域经济向更加包容、稳健方向发展的重要引擎,也将在增强区域经济韧性、抵御外部冲击方面发挥关键作用。

河北一家水果进出口公司负责人刘宝峰近日在马来西亚考察市场。他说,这几年从东南亚进口水果更快、更方便。“从报关、通关到运输,各方面时效都在不断提升。如今陆运、空运、海运、铁路运输多种方式并行,极大增强了供应链的稳定性和运输的灵活性。通关效率的提升,让新鲜的东南亚水果能更快地送到国内消费者手中。”

(来源:新华社)