

◆连线自贸区

突出大连自贸区特色 建中日经贸合作示范区

■ 李佳黛 董佳

习近平总书记在深入推进东北振兴座谈会上提出“加快落实辽宁自由贸易试验区重点任务”“深度融入共建‘一带一路’，建设开放合作高地”，为大连建中日经贸合作示范区指明方向。在这方面，大连具备很大优势。

首先，区位优势明显。大连与日本一衣带水、隔海相望，是中国北方最早实施改革开放的沿海城市，也是中国最早吸引日本企业投资的城市。日本对华投资额的10%集中在大连。

其次，合作基础深厚。日资企业中是大连对外开放的一大特色，中日两国政府合作开发唯一的日本工业团地就坐落在大连经济技术开发区。东芝、佳能、松下、欧姆龙、YKK、富士电机、日本电产、住友化学、阿尔派等一大批知名日本企业落户大连。

再次，政策功能叠加。大连自贸片区的区位优势明显，这里汇集了经济技术开发区、保税区、出口加工区、保税港区、跨境电商综合试验区等多个国家级功能区，是最具发展活力的区域。

大连保税港区管委会为中日经贸示范区快速推进创造了有利条件。

一是设立驻日办事处。二是与相关部门和日本方面沟通联络，与日本相关企业商谈建设跨境电商日本馆等事宜。三是新能源产业基地建设正大力推进。基地以松下汽车动力电池项目为龙头，以周边配套企业为支撑。四是冷链物流中心建设进展顺利。五是东北亚艺术品交易中心正在规划设计。六是健康合作中心建设。

然而，日本对华投资形式逐渐发生了转变，日本企业对华投资方向更倾向于服务业和IT电子产业等轻资产领域，因此要探索出一种符合当前日本企业投资模式又紧贴大连发展实际的园区发展新模式。

在中日经贸工作上大连目前存在几大问题。在人口层面，人口老龄化形势严峻，银发经济亟待发展。东北实际人口老龄化正在加速，对日企劳动力成本优势正在下降。而与之相匹配的医疗、养老市场发展相对滞后，而日本作为老龄人口大国，在银发经济领域具有较为完备的市场体系，可供东北地区借鉴和学习的地方很多。

在消费层面，青年消费群体的消费结构发生变化，由传统日用品向文化创意产品迁移。随着“90

后”、“00后”逐渐成为消费主力，他们在消费需求上的倾向也应得到足够的重视，要真正实现文化交流就必须紧抓青年消费群体的消费倾向。

目前，大连的传统保税政策功能对服务贸易的支持和推动有限，亟待在该领域扩大开放。传统保税政策功能主要基于货物贸易，针对日本服务贸易保税区政策相对不足，而致自贸试验区先行先试的潜在功能尚未得到较好发挥。

基于以上优劣势对比，大连方面就中日经贸合作提出设想。依托自贸先行先试政策，出台诸如“容缺受理”“联动审批”等专门针对日本商品货物通关的便利化措施。

做好中日经贸合作示范区功能规划，在片区范围突出产业特色。围绕“示范区”的功能定位，规划先进制造业、日本商品及工业品展示交易、新能源产业、冷链物流服务、艺术品展示交易、健康产业合作等功能区。重点研究分析日本货物由大连通关比重较少的深层次原因。

筹建日本商品展示中心，布局在大连保税区内，依托辽宁自贸试验区和大连跨境电商综试

区的政策、功能优势，与日本地方自治单位、行业协会和重点企业合作。

规划建设日本大厦。设立适用特定关税的服务、消费示范区，建设宾馆住宿、商业消费、教育娱乐、医疗、旅游休闲等设施。区内使用的建材、机器、设备、消耗品、消费品等实施全面免除关税，使用对象不限区域，不限国籍，但只允许在区内消费，不得出区。消费者在区内接受服务、使用产品、消费商品的同时，可以通过跨境电商等方式另行购买。

打造中日文化会展经济品牌。紧贴当前互联网经济和90后、00后群体文化消费习惯和消费热点，突出“年轻自贸”特色主题。探索在自贸区内(或市内)提供1万平方米市内会展场地，举办中日知名动漫品牌联名。通过日本大使馆邀请15-20家知名日本动漫企业参展。

建设日本工业产品展示中心。加快推进国际装备展示博览中心建设，同步启动日本工业产品招商工作，创新产品展示合作方式，大力吸引日本中小企业参与展陈。

建设新能源产业基地。紧抓国家放开新能源汽车整车项目外资股

比限制的政策机遇，依托松下电池等重点项目，研究出台土地长期租赁、以租代建等轻资产投资政策，重点围绕新能源、汽车零部件、节能环保等优势产业，加大对日本先进制造业招商力度。

打造冷链物流中心，布局在大窑湾保税港区。大窑湾保税港区内拥有目前国内最大的口岸冷链物流基地，要联合海关做好冷链集散平台建设，提升冷链通关效率，规范冷链物流标准。

筹建中日东北亚艺术品交易中心，布局在大连自贸片区。选定3-4万平方米土地用于规划建设东北亚艺术品博览中心，展示交易日本古董、书画等艺术品。

建设健康产业合作功能区。依托自贸区“先行先试”政策，积极对接日本知名医疗机构合资合作，加强医疗器械产业集群的培育。

建设京都风情文旅小镇，布局在金石滩国家旅游度假区。该项目占地约1000亩，总投资60亿元人民币。项目将建成集旅游、文化、休闲、餐饮、购物、居住等功能为一体的中国唯一京都风情文化旅游街区。(作者供职于大连保税港区管委会)

通关提速 进口生鲜优质到家

■ 关悦

本报讯 加拿大的象拔蚌、东南亚的蟹、越南的斑节对虾、澳大利亚的龙虾……随着全球贸易便利化进程加快，越来越多营养丰富、口感细嫩的进口生鲜产品从广州白云国际机场“飞入寻常百姓家”。面对进口生鲜产品迅猛增长态势，广州海关不断优化提升通关速度，力求让消费者购买到优质的进口生鲜产品。广州白云机场海关设立24小时“鲜、急、特”专窗，实施进口生鲜“提前申报、货到分流”通关新模式，接到查验指令的货物线上快速分流，无查验指令的货物快速放行。同时，发挥海关特殊商品集中查验区作用，利用国家级水产品检测重点实验室与现场查验无缝对接的一体化优势，实现进口生鲜货物“随到随查、随查随检、随检随放”。

针对生鲜产品对冷链物流配送的时效要求，广州海关支持建设直连停机坪的专业“低温货站”，结合空港口岸跨境电商业务发展优势打造配套硬件设施、业务流程和监管模式，满足进口生鲜产品低温环境下分拣、理货、仓储等需求。为确保进口生鲜产品质量安全，加大进境水生动物疫病、农兽药、重金属残留、生物毒素等检测技术投入，升级实验室检测设备设施，提升生鲜产品快速检测技术水平。

“进口澳大利亚龙虾从下机抵达白云机场开始，4小时左右就可以到达市场销售，满足了市民‘食得新鲜’要求。”广州合利货运代理有限公司机场分公司经理陈小都说，海关的便利措施拉近了全球优质海鲜与国内消费者之间的距离。

◆国际商情

乌克兰 修改进口来源国确定程序

据乌克兰今天网消息，乌克兰修改了确定进口商品原产国所依据的生产和技术业务清单。该项政府决议于3月17日生效。政府此项修改是为了完成乌克兰与欧盟协定附件15“海关立法趋同”条款规定的义务。根据国家财政署的资料，新的业务清单补充了465类新商品，包括糖果、纺织品、厨房用具和黑色金属产品，“根据乌克兰海关法第36章规定，新清单适用于原产地为未与乌克兰签订自由贸易协定国家的货物，旨在征收乌克兰进口关税。”

阿里巴巴公司 协助越南中小企业出口

据越南《越南新闻》消息，阿里巴巴公司与越南Fado公司签署合作文件，协助越南企业，尤其是中小型企业通过alibaba.fado.com在阿里巴巴展位上向全球推广产品。越南Fado公司表示，Fado与阿里巴巴之间的合作将为越南中小型企业和社会带来巨大价值。阿里巴巴是世界一流电商平台，其将帮助越南企业向世界240个国家和地区推介产品。据越南电商指数报告，目前越南32%的中小型企业已通过在平台与国外伙伴进行贸易。加入B2B电商平台将帮助出口企业直接对接全球客户，从而增加开拓全球市场的机会，减少参加展销会、在目标市场设立办事处等传统贸易促进方式有关的费用。

专家预测俄对欧 天然气出口将进一步扩大

据俄罗斯《消息报》消息，俄天然气工业公司总裁米勒日前在向普京总统做汇报时表示，若欧洲市场需求持续稳定增长，俄对欧天然气出口量在未来中期有望进一步增长。2018年俄对欧出口管道气在欧能源市场上占比36.7%，德国对俄天然气需求量同比增长9.5%，自俄进口天然气585亿立方米，超过“北流”管道的运输能力。(本报编辑部综合整理)

进口关税下调 奢侈品消费回流

■ 本报记者 刘禹松

2018年，中国内地奢侈品消费市场继续快速增长。3月19日，贝恩公司发布的年度《中国奢侈品市场研究》显示，中国内地奢侈品市场全年整体销售额达到1700亿元人民币，比上年增长20%。尽管行业整体增长强劲，但品牌之间的差异依然存在，有些品牌销售额的增长速度超过25%，有些则低于10%。

“中国奢侈品市场犹如一台强大的机器，为整个奢侈品行业的蓬勃发展提供了源源不断的动力。”贝恩公司全球合伙人、报告作者布鲁诺表示，千禧一代、消费回流、数字化发展以及正在快速壮大的中产阶级共同促进了中国奢侈品消费市场的蓬勃发展。

根据贝恩公司的研究报告，当前中国23-38周岁的消费者对奢侈品不仅具有足够的消费意愿，而且也具备充足的消费能力。父母的资助是他们购买时尚奢侈品的资金来源之一。“相比世界上其他国家，中国市场上奢侈品消费者的平均年龄更低。千禧一代依旧是中国奢侈品市场发展的主要动力。”布鲁诺说。贝恩公司的研究显示，中国的千禧一代，对奢侈品更为了解，对高级时装和运动服饰之间的跨界合作潮流也十分热衷。

随着中国政府下调进口关税、加强对灰色市场的管控，各大奢侈品品牌也在持续调整国内外的市场差价。越来越多的中国消费者开始选择在境内市场购买奢侈品。贝恩公司的数据显示，中国消费者在内地的奢侈品消费比例预

计到2025年将达到50%。香港、新加坡、纽约、伦敦等城市已经不再是中国消费者购买奢侈品的热门首选地。由此产生的奢侈品消费回流正成为推动中国奢侈品市场发展的主要动力之一。但这并不意味着中国消费者将减少在海外市场的消费。目前，中国消费者的奢侈品消费占到全球的33%。

尽管化妆品之外许多品类的线上渗透率仍然处于较低水平，但销量却在不断加速上升。全年线上渠道的奢侈品销售额实现了27%的增长。数字化营销活动不断增加，也使得这部分的预算占到了中国市场奢侈品品牌营销预算的50%以上。

贝恩公司在世界经济论坛上发布的研究显示，到2027年，中国的中产阶级规模将进一步扩大，约占家庭总数的65%。所有迹象均表明，中国城市人口的人均收入正在不断上升。而中产阶级群体的迅速壮大，将源源不断地为奢侈品行业带来新的购买奢侈品的买家。贝恩公司认为，对各大奢侈品品牌来说，2019年的中国奢侈品市场的前景依旧光明。布鲁诺表示：“未来，在四大增长引擎的持续推动下，中国奢侈品市场有望继续保持强劲动力。”

但同时，该公司也通过报告提示，虽然中国奢侈品市场销售额将保持健康增长，但想要再次达到20%的增速难度较大。2019年，中国奢侈品市场增速很有可能会有所放缓。



河北省饶阳县拥有40多家民族乐器生产厂家，生产三大系列300多个品种的民族乐器，产品除供应国内市场外，还远销国外。多年来，该县坚持用传统手工艺制作民族乐器，保障乐器的高品质。
新华社记者 李晓果 摄

广西防城港口岸扩大开放通过国家验收

本报讯 广西壮族自治区商务厅3月19日通报，广西防城港口岸扩大开放近日通过国家验收，这为广西增加开放岸线53.9公里，为沿海地区引进大型临港生产型企业提供了条件。

广西口岸办主任蒋连生表示，防城港口岸扩大开放至渔湾、企沙、江山港区，将大大降低临港生产型企业的生产经营成本，极大改善防

城港及广西营商环境。同时对广西融入“一带一路”，加快西部陆海贸易新通道建设意义重大。

中电广西防城港电力有限公司总经理梁伟丰介绍，防城港口岸扩大开放前，该公司自用进口煤要通过港务码头中转，成本高、效率低，据统计，2017年10月-2019年2月，公司仅煤炭转运及损耗成本超1亿元人民币。

“防城港口岸扩大开放，有效畅通了运输通道，公司生产经营需要的原料得到保障，煤炭运输成本大大降低，我们将继续加大在广西的投资力度。”梁伟丰说。

蒋连生表示，接下来，广西还将加大口岸开放和建设力度，拓展边贸市场，鼓励落地加工，助推对外贸易稳增长。

(林浩)

◆实务操练

如何认定OEM过程中的商标侵权

■ 郭辉

案例E

2003年5月21日，国家商标局核准自然人许某“APVUL及椭圆图形”商标注册申请，核定使用商品为第6类，包括：家具用金属附件；五金锁具；挂锁；金属锁（非电）等。2010年3月27日，国家商标局核准中国A公司受让该注册商标。

墨西哥B公司在墨西哥等多个国家和地区在第6、8等类别上注册了“APVUL”或“APVUL及椭圆图形”商标，其中注册号为770611、注册类别为第6类的“APVUL”商标于2002年11月27日在墨西哥完成注册。

2010年8月10日，中国C公司与墨西哥B公司分别签订两份《售货确认书》，约定C公司向B公司提供挂锁1084打和9233打。之后，C公司向海关申报出口时，A公司以侵犯其注册商标专用权为由，申请宁波海关予以扣留。经核实，该两批挂锁的锁体、钥匙及所附的产品说明书上均带有“APVUL”商标，而挂锁包装上则均标有“APVUL及

椭圆图形”商标。产品包装盒及产品说明书用西班牙文特别标明：“进口商：C公司”“中国制造”以及C公司的墨西哥地址、电话、传真等内容，但并未标注与中国C公司有关的信息。

2011年1月30日，中国A公司将本案诉至宁波市中级人民法院。请求判令中国C公司停止侵权并赔偿经济损失。

专家点评

OEM为英文“Original Equipment Manufacture”的缩写，中文译为“原始设备制造”，通常被称为“贴牌生产或加工”“定牌生产或加工”，即根据境外委托方(定作方)提供的商标(通常为已注册商标)，境内受托方(加工方)依据双方约定为委托方加工使用该特定商标或品牌的商品，并且将该产品全部交由委托方返销国外的经营活动(该委托方在中国国内没有该注册商标的商标权人)，委托方根据约定向加工方支付相应费用。OEM主要特征包括：交

易主体的跨国性，委托方对所加工商品的商标权利的专属性以及委托方对OEM产品流向的严格把控性。

国际贸易实务中，认定OEM是否构成商标侵权缺乏统一标准。本案中，不同审级法院作出了不同判决。

一审法院认为，依照商标法及司法解释相关规定，对注册商标“双相同”的推定绝对引发公众混淆，对不相同商标则依据国内相关公众“接触可能性”可排除商标的混淆可能性，据此判定本案中OEM所使用的商标构成对国内商标权利人的侵权。

二审法院严格遵循“商标地域性”原则，以“商标法及司法解释均无例外规定”为由，拒绝承认“贴牌加工”的特殊性，判定本案中OEM所使用的商标与国内商标权利人主张的商标具有相同或近似而认定构成侵权。

2015年11月，再审法院撤销一、二审判决，认定本案不构成商标侵权。再审法院认为，本案中，B公司系墨西哥“APVUL”或“APVUL及椭圆图形”注册商标权利人(第6类、

第8类)。中国C公司受B公司委托，按照其要求生产挂锁，在挂锁上使用“APVUL”相关标识并全部出口至墨西哥，该批挂锁并不在中国市场上销售，也就是该标识不会在我国领域内发挥商标的识别功能，不具有使我国的相关公众将贴附该标志的商品，与A公司生产的商品的来源产生混淆和误认的可能性。

商标作为区分商品或者服务来源的标识，其基本功能在于商标的识别性，中国C公司依据B公司的授权，上述使用相关“APVUL”标志的行为在中国境内仅属物理贴附行为，为B公司在其享有商标专用权的墨西哥国使用其商标提供了必要的技术性条件，在中国境内并不具有识别商品来源的功能。因此，中国C公司在委托加工产品上贴附的标志，既不具有区分所加工商品来源的意义，也不能实现识别该商品来源的功能，故其所贴附的标志不具有商标的属性，在产品上贴附标志的行为亦不能被认定为商标意义上的使用行为。

商标的特点在于识别性，商标法所保护的就是商标识别性。判断在相同商品上使用相同的商标，或者判断在相同商品上使用近似的商标，或者判断在类似商品上使用相同或者近似的商标是否容易导致混淆，要以商标发挥或者可能发挥识别功能为前提。破坏商标的识别功能构成侵害商标权的基础。

对于OEM是否构成商标侵权，主要考虑以下几个因素：第一，OEM的产品全部交付境外委托方，是否会造成与国内相同或近似商标的混淆与误认；第二，OEM生产行为是否造成对国内商标权利人的真实损害；第三，在OEM加工商品上贴附商标的行为是否构成商标法上的“商标使用”。国际贸易实务中，国内接受委托的生产企业应当尽到合理注意和必要审查的义务。发生纠纷后，法院对此类案件的商标侵权所发生的“实质性损害”要进行科学认定，从而平衡国内商标权人、OEM加工企业与境外商标权人 or 商标使用人利益。