

北京服务业扩大开放版本再升级

■ 本报记者 刘禹松

近日,《中国贸易报》记者从北京市服务业扩大开放综合试点政策推介会上了解到,北京市服务业扩大开放综合试点四年取得积极成效。据北京市商务局局长闫立刚介绍,北京服务业扩大开放综合试点形成了68项全国首创或效果最优的开放创新举措,与自由贸易试验区共同构成了国家对外开放的重要实践。

2015年5月,国务院批复北京市开展服务业扩大开放综合试点。由此,北京市成为全国首个也是目前唯一的服务业扩大开放综合试点城市。北京市商务局提供的数据显示,2018年,北京市服务业增加值占GDP比重达到81%,比试点前的2014年提高了3.1个百分点;实际利用外资167.4亿美元,是2014年的1.85倍;服务贸易进出口额突破1万亿元,占全国的1/5。

闫立刚表示,服务业扩大开放综合试点促进了北京市服务业快速和高质量发展,服务贸易年均增幅超过了10%,服务消费对消费的拉动作用超过了80%,以服务经济为主导的发展格局进一步巩固。

《中国贸易报》记者了解到,为了拓宽国际经贸文化交流,北京市放宽股比限制,允许外商独资设立演出经纪机构、演出场所、飞机维修公司、人力资源服务机构等,并取消了部分增值电信业务的股比限制;率先放宽经营范围,允许外资旅行社经营中国公民出境游业务,允许外商投资音像制品制作业务;放宽外资准入条件,不断放宽外商设立投资性公司、认证机构、非营利性养老机构申请条件等。

北京市商务局副局长、副市长杨连霞在此前一天举行的北京世园会“北京日”活动新闻发布会上介绍,目前,已经有国内首家外资控股证券公司、首家外资控股飞机维修企业等一批“首个”落地北京;美国龙之传奇、日本爱贝克思、日本永旺幻想(中国)儿童游乐有限公司等一批外商独资文化项目在京聚集;俄罗斯—罗伊斯、法国电力集团等知名企业在北京新设投资性公司。

通过深化改革,北京市也在不断探索与国际接轨的开放型经济体制机制。杨连霞介绍,在深入推进负面清单管理制度下的外商投资运行管理改革方面,北京市首创了外资企业设立备案登记“单一窗口、单一表格”。未来将在注册、变更、注销全环节,探索“全环节”商事登记管理改革,优化“全路径”企业融资环境。“下一步,北京市将为中小企业、科技型企业、文化企业、外向型企业提供不同的融资服务,优化‘全路径’企业融资环境。”杨连霞说。

此外,在优化人才发展环境方面,北京市创立的外籍人才“直通车”模式,也已经在全国复制推广。杨连霞介绍:“政策实施以来,北京市共受理外籍人才绿卡申请2100多人,超过之前十年办理总量,宝洁、西门子、壳牌、普华永道等企业高管通过新政拿到‘绿卡’。下一步,还将推出更多外籍人才出入境、工作许可等便利化改革,并将加快朝阳望京、中关村大街、未来科学城和新首钢高端产业综合服务区等区域国际人才社区建设,在子女教育、医疗、居住、出行等方面着力提供高品质、国际化的服务保障。”

2017年6月,国务院批复了深化试点方案。今年1月,国务院再次批复《全面推进工作方案》,标志着北京市服务业扩大开放进入全面

“政保贷”出口融资模式等,推出全国首支知识产权证券化产品,实现了我国知识产权证券化零的突破,大大降低了企业融资成本,为创新创业提供了有力支持。“下一步,北京市将为中小企业、科技型企业、文化企业、外向型企业提供不同的融资服务,优化‘全路径’企业融资环境。”杨连霞说。

此外,在优化人才发展环境方面,北京市创立的外籍人才“直通车”模式,也已经在全国复制推广。杨连霞介绍:“政策实施以来,北京市共受理外籍人才绿卡申请2100多人,超过之前十年办理总量,宝洁、西门子、壳牌、普华永道等企业高管通过新政拿到‘绿卡’。下一步,还将推出更多外籍人才出入境、工作许可等便利化改革,并将加快朝阳望京、中关村大街、未来科学城和新首钢高端产业综合服务区等区域国际人才社区建设,在子女教育、医疗、居住、出行等方面着力提供高品质、国际化的服务保障。”

2017年6月,国务院批复了深化试点方案。今年1月,国务院再次批复《全面推进工作方案》,标志着北京市服务业扩大开放进入全面

推进新阶段。“新一轮试点是服务业扩大开放的升级版、加强版,将进一步优化北京开放型经济营商环境,让企业和百姓有更多获得感。”闫立刚表示。

北京文投国际控股有限公司是国家对外文化贸易基地(北京)的投资建设和运营经营主体。该公司董事长刘武表示,服务业扩大开放综合试点极大地推动和加快了基地的文化“走出去”和“引进来”。目前,基地已经成功引入一批亚洲和欧洲国家的企业与机构入驻,并与日本、印度尼西亚、尼泊尔、孟加拉、斯里兰卡、印度、罗马尼亚等签署了国家馆入驻协议,逐渐成长为中国与世界各国文化交往和文化贸易汇集的重要平台。

日中投资促进机构北京首席代表、日中经济协会北京事务所副所长石井胜之表示,四年来,北京市在文化、科技、专业服务等诸多领域进一步扩大开放,让日本企业享受到了开放的政策红利。爱贝克思、永旺受益于政策,在以前不能独资的领域,新设立了独资企业。日立、富士通、丰田等名列世界500强的会员企业也更加坚定了在北京发展的信心。



5月5日,第125届中国进出口商品交易会(广交会)在广州闭幕。据组委会统计,本届广交会累计出口成交1995.24亿元人民币(折合297.3亿美元),同比2018年春季广交会下降1.1%;境外采购商到会195454人,来自213个国家和地区,同比2018年春季广交会下降3.88%。图为文具用品参展商与采购商进行现场洽谈。中新社记者 陈曩曩 摄

由量变到质变 包钢构建全球营销服务网络

本报讯 记者日前从内蒙古自治区包头市钢铁集团公司(简称包钢)获悉,作为中国知名钢企,包钢在过去的一年出口国家和地区已达63个,且业务重心正逐步向“一带一路”沿线国家调整。

包钢集团国际贸易公司负责人对记者介绍说,包钢2018年进出口总额约为33.483亿美元,贸易总额是2016年的10倍以上。其中出口方面共创汇13.17亿美元,创包钢有史以来最好水平;进口大宗原燃料贸易量达4800万吨以上,在全国钢铁贸易行业位于前列。

值得一提的是,包钢集团国际贸

易公司在过去的一年中成功地将钢材出口到了美国、德国、日本、意大利等发达国家,出口由量变发生了质变。“出口业务重心不断向‘一带一路’沿线国家市场调整,为出口业务的增长开辟了新途径。”该公司负责人介绍说,2018包钢全年出口国家和地区总计63个,其中,“一带一路”沿线国家46个,出口占包钢钢材出口量的90.1%,同比增长了78.94%。

此外,该公司还加大与世界500强企业的联系和合作。

过去一年中,包钢在“内蒙古·香港节能环保对接洽谈会”和“亚洲国际博览会2018开幕式”上,与

五家战略合作客户签订72亿元的合作框架协议,截至目前已完成了约30亿元的业务。在中国首届进口博览会召开期间,包钢与澳大利亚拓铁矿公司、FMG公司等签订了总价值41.32亿元人民币的采购意向合同,截止到今年3月底,实际落实到合同量为500.3万吨、38亿元人民币。这大大提升了包钢的企业形象,也得到了很多世界五百强企业的好评。

据包钢方面透露,包钢国际贸易公司2019年将继续紧跟国家“一带一路”政策,构建全球营销服务网络。(李爱平)

国际商情

孟加拉手工艺品行业出口增长25.68%

据孟加拉《独立报》近日报道,由于生产成本较低、个位数贷款利率、原材料供应充足以及新兴市场开发等因素,手工艺品出口稳步增长。2018年7月至2019年3月,手工艺品出口收入为1566万美元,同比增长25.68%。孟主要向欧洲、中东和北美等区域出

口手工艺品,产品主要有家具和篮子(竹篮、纱线、黄麻、藤条和塑料制成)两大类,约600万至700万人直接或间接受雇于该行业。中国、越南和泰国等以生产手工艺品闻名的国家,相关行业正在转向高技术产业,这给孟占领全球市场提供了机会。

南非牛油果产业应进一步拓展中国市场

据南非每日商报网站近日报道,南非农业商会日前表示,南非牛油果产业行业规模若想进一步扩大,应重视拓展中国消费市场。中国牛油果进口量近年来增幅迅猛,从2008年的4吨增长到2018年的43859吨,并在2018年成为全球第9大牛油果进

口国,秘鲁、墨西哥、智利和新西兰等传统牛油果出口国均从中国市场获益颇多。南非在2018年成为世界第8大牛油果出口国,随着牛油果种植区域在南非的不断扩大,中国消费市场的商机不容错过。(本报编辑部综合整理)

耕耘中国市场30年 提供精准服务

国际巨头UPS 不断提升跨境物流效率

■ 本报记者 刘国民 王曼

“40年前中国政府实施的改革开放政策和目前正在大力推进的‘一带一路’建设毫无疑问都给UPS进入中国乃至亚太市场营造了非常好的国内和国际环境。”UPS中国区市场部总监林伟江在接受《中国贸易报》记者采访时说,UPS在1988年进入中国市场以来,积极抓住中国改革开放的机遇,制定了长期的投资和发展计划,分期逐步实现。

UPS是总部设在美国亚特兰大的全球领先的物流企业,其业务网点遍布全球220多个国家和地区。深耕中国市场30余年,通过自身努力,UPS已在中国9座城市获得海关AEO一般认证企业资质,UPS深圳转运中心被授予AEO高级认证企业资质。

UPS方面提供给《中国贸易报》记者的资料显示,2004至2010年期间,UPS着重于基础设施建设和运营网络部署,在中国建立了与世界

接轨的海陆空等不同规模的信息和交通运输网络,帮助中国企业更好地与世界相连。为此,UPS相继在上海和深圳建立了UPS上海国际转运中心和UPS深圳亚太转运中心,同时在国内广泛建立操作中心,增加运输车队和航空实力。“值得一提的是作为2008年北京奥运会官方物流和快递赞助商,UPS为赛事的成功召开提供了可靠的物流保障。”林伟江说。

2017年UPS与顺丰成立了合资公司,合作将两大运输网络高效连接,通过跨境B2B和B2C的物流解决方案,助力中国消费者和制造企业与美国客户实现无缝对接。合资公司的建立也体现了UPS对长期增长的中国市场充满信心。此外,随着中国制造业企业不断向高附加值、创新型价值链上游发展,UPS每年花费约10亿美元用于先

进科技工具的研发,覆盖运输管理工具和可视化工具领域,将继续致力于为中国企业提供更高效的供应链解决方案,引进先进的智能物流措施,并将继续在中国投资,提升中国市场的服务运力与水平。

林伟江介绍说,根据中国市场的特性,UPS制定了特有的服务深化和拓展战略。UPS先后在全国范围内的30多个城市原有网点分别进行多次的服务升级,客户可以享受更快的运转时间,高效专业的清关以及供应链管理服务;同时在中国二十多个城市进行服务拓展,将UPS的服务更多深入中国二三线城市。例如,2018年,UPS宣布在中国8个城市提升服务,旨在帮助中国出口制造企业拓展全球市场。此举为UPS针对中国市场多年投资及增长计划的一部分,此次的服务提升为中山、珠海、江门、泉州、嘉兴、温州、

绍兴、南通8个城市及其周边区域的客户带来一系列的服务升级,为中国品牌走向全球注入新的动力。

“UPS中国进行了一系列服务提升,可以更好地帮助中国企业‘走出去、引进来’。”林伟江说,以中国重要的进口地区欧洲为例,UPS于2018年提升了中国至欧洲铁路货运服务,新增设8个站点——在中国新设合肥、厦门和西安三个站点;在欧洲的德国、匈牙利、荷兰和波兰新开设五个城市站点,进一步提升了UPS中欧铁路货运服务的社会影响力,在地理上建立了一条连接中欧的“贸易带”。此外,与传统空运、海运服务相比,UPS往来中欧铁路货运服务可以为中国客户节省65%的运输成本、40%的运输时间。从而为中国进口企业提供更广阔的商业机遇、交通便利以及商业利润。

在中国市场扎根多年,UPS对

中国的营商环境优化、通关效率的提升也深有体会。林伟江表示,中国境内实行的“全国通关一体化”,大大简化了清关流程,加大了智能审批的应用,极大提升了清关效率,“在中国海关一体化通关基础上,UPS将材料以电子方式传送给海关,有效降低清关过程中的人工出错率、货物滞留时间和通关所需的人力和时间成本。促进了UPS工作效率提升,也使得我们能为海内外客户提供更好的服务。”

林伟江能感受到中国融入世界开放经济网络和积极扩大开放的决心。他说,“随着‘一带一路’建设的推进,‘一带一路’沿线国家正在源源不断地参与到与中国的跨境贸易当中来,UPS将凭借其多元化的服务组合和全球业务触点,协助企业有效且平衡供应链,确保客户的运输需求在正确的轨道运行。”

第三届中国品牌发展论坛在京举办

■ 本报记者 刘禹松



5月6日,第三届中国品牌发展论坛在北京举行。本届论坛由中国品牌建设促进会、经济日报社、中国国际经济贸易委员会共同指导,中国品牌杂志社、中国经济网、中国贸易报社联合主办。

本届论坛的主题是“中国品牌 在你身边”。来自相关政府部门的负责人、科研机构的专家、企业界高管、品牌服务机构代表、知名新闻媒体记者等600余人出席论坛,共同探讨新时代中国品牌发展的未来之路。

加强品牌建设,是推动中国制造、中国服务高质量发展的应有之义,是实现中国从制造业大国向制造业强国转变的战略抓手,更是顺应人民美好生活新期待的客观要求。如今,中国品牌的发展已不再局限于国内舞台,越来越多的中国品牌进入国际市场。为此,本届论坛发布了“中国品牌全球推介计划”,该推介计划由中国品牌全媒体平台、中国贸易报社、中品计划网共同发起,协作平台包括中国品牌媒体联盟、中国品牌服务机构联盟。

据了解,“中国品牌全球推介计划”服务主要涵盖三大方面:一是完善践行中国品牌+理论,为中国品牌全球落地提供理论支持与管理咨询服务。二是夯实中国品牌+传播,着力构建全球品牌服务体系联盟,为中国品牌提供全球传播服务。三是不断扩大中国品牌+交流,为中国品牌提供全球展览及推介交流服务。

此外,在本届论坛上的圆桌对话环节,作为本届论坛的主办方之一,中国贸易报社总编辑范培培与国务院国资委新闻中心副主任闫国元,中国中建设计集团原执行总经理周文连,爱依瑞斯家具董事长、创始人范姗姗,小米集团党委常务副书记施艳,北京苏宁易购家电公司总经理程峰等嘉宾,围绕“市场发展竞争与品牌基业长青”主题,进行了深入探讨。

范培培表示,近年来以央企和新经济为代表的中国品牌,比如中国高铁、中国建筑、小米、苏宁等,积极参与到全球化竞争中,并成为世界消费者所喜欢、信赖的国际知名品牌。品牌要在市场竞争中产生,要得到消费者认可。中国智造方兴未艾,其旺盛的生命力和极强的塑造力,让世界刮目相看,但要保持强势品牌的地位,真正实现品牌的国际化,必须与时俱进,不断进化。在今天这样一个快速变化的大环境下,一个企业的进化能力,决定了企业的生存能力。品牌塑造能力和保有能力,也体现出企业持久发展的实力和耐力,企业的领导层能否把精力聚焦到企业的重要使命上,做到心无旁骛,使命必达,成为衡量一个品牌是否优秀的重要标志。

描绘更高水平 对外开放宏伟蓝图

第二届“一带一路”国际合作高峰论坛再次向世界宣示中国将进行更高水平对外开放的决心。中国社科院国家全球战略智库常务副理事长兼秘书长王灵桂研究员表示,这描绘了中国促进更高水平对外开放的宏伟蓝图,一个更加开放的中国将同世界形成更加良性的互动,带来更加进步和繁荣的中国与世界。

王灵桂表示,中国有促进更高水平对外开放的信心和底气。“一带一路”倡议顺应经济全球化历史潮流,顺应全球治理体系变革时代要求,顺应各国人民过上更好日子的强烈愿望,打造了中国对外开放的新局面。5年多来,“六廊六路多国多港”的互联互通架构基本形成,一大批合作项目落地生根,首届高峰论坛的各项成果顺利落实,150多个国家和国际组织同中国签署共建“一带一路”合作协议。这些成绩的取得,既是中国对外开放的成果,也是未来中国促进更高水平开放的信心和底气所在。

中国有促进更高水平对外开放的模式和经验。5年多来,“一带一路”倡议同联合国、东盟、非盟、欧盟、欧亚经济联盟等国际和地区组织的发展和规划对接,同各国发展战略对接,事实证明,共建“一带一路”不仅为世界各国发展提供了新机遇,也为中国促进更高水平对外开放发展提供了可资借鉴的模式和经验。

王灵桂认为,中国自由贸易政策将畅通世界贸易高速公路,伴随国际经贸规则重构的步伐,中国自由贸易区战略加速实施,这给自贸协定签署双方国家的企业带来了巨大机遇。目前,中国已与25个国家和地区达成了17个自贸协定,自贸伙伴遍及亚洲、大洋洲、南美洲、欧洲和非洲,已逐步形成了立足周边、辐射“一带一路”、面向全球的自贸区格局。

王灵桂表示,共建“一带一路”的经验和发展,说明了中国和世界的发展,与中国对外开放是相辅相成、互为促进、水涨船高的关系。面向未来,中国根据改革发展客观需要作出的扩大开放自主选择,有利于推动经济高质量发展。(徐惠喜)