

“我们要取得更多成果！”

——专访匈牙利出口促进局局长亨德里奇·鲍拉日

■ 本报记者 谢雷鸣

“经济的开放性使匈牙利成为出口大国。过去几十年，匈牙利和中国建立了良好的商贸关系。”近日，匈牙利出口促进局局长亨德里奇·鲍拉日(Balazs Hendrich)在上海接受《中国贸易报》记者专访时表示，匈牙利凭借良好的商业环境，已成为中国在中东欧地区最大的投资对象国，期待进一步深化对华合作。

位于多瑙河冲积平原上的匈牙利，是东欧的重要国家。这里历史悠久，风光秀美，人民勤劳。鲍拉日介绍说，匈牙利人口将近千万，经济以出口为主，市场开放程度较高，近年来发展速度快，在欧盟国家中成绩显眼。

中国和匈牙利有着深厚友谊，今年正值建交70周年。随着“一带一路”建设的推进，中国与匈牙利的经贸关系持续优化。鲍拉日说，中国市场是匈牙利在欧盟以外最重要的市场，双方之间的贸易额超过80

亿美元，仍呈增长势头。

“匈牙利已是许多中国生意人的目标国，很多中国人在匈牙利建立了公司，众多中企和匈牙利保持频繁交往，涉及能源、化工、汽车等领域。”鲍拉日介绍说，就目前掌握的情况来看，进入匈牙利的中国公司发展状况良好，也会积极向中国国内反馈情况，吸引更多中企来匈牙利从事商业活动。

匈牙利之所以成为中企投资的热门目的地，鲍拉日认为有这几个主要原因：一是政局稳定，政策安全性强；二是人居环境优良；三是劳动力素质较高；四是税收比较低，企业所得税仅为9%——在欧盟国家中最低，另有许多优惠政策。

匈牙利将目光越来越多地投向东方，打算使对华经贸关系更进一步。

“要想取得更多的成果，有许多工作要做。”鲍拉日说，作为代表匈牙利企业开拓外部市场的政府组

织，匈牙利出口促进局努力与企业合作，为之搭桥，让他们有更多同中国企业开展贸易的机会。为促成相互理解，使双方了解投资市场和外贸状况，匈牙利已派出很多代表团来华访问，也欢迎中国访问团。匈牙利出口促进局深度参与这些活动。

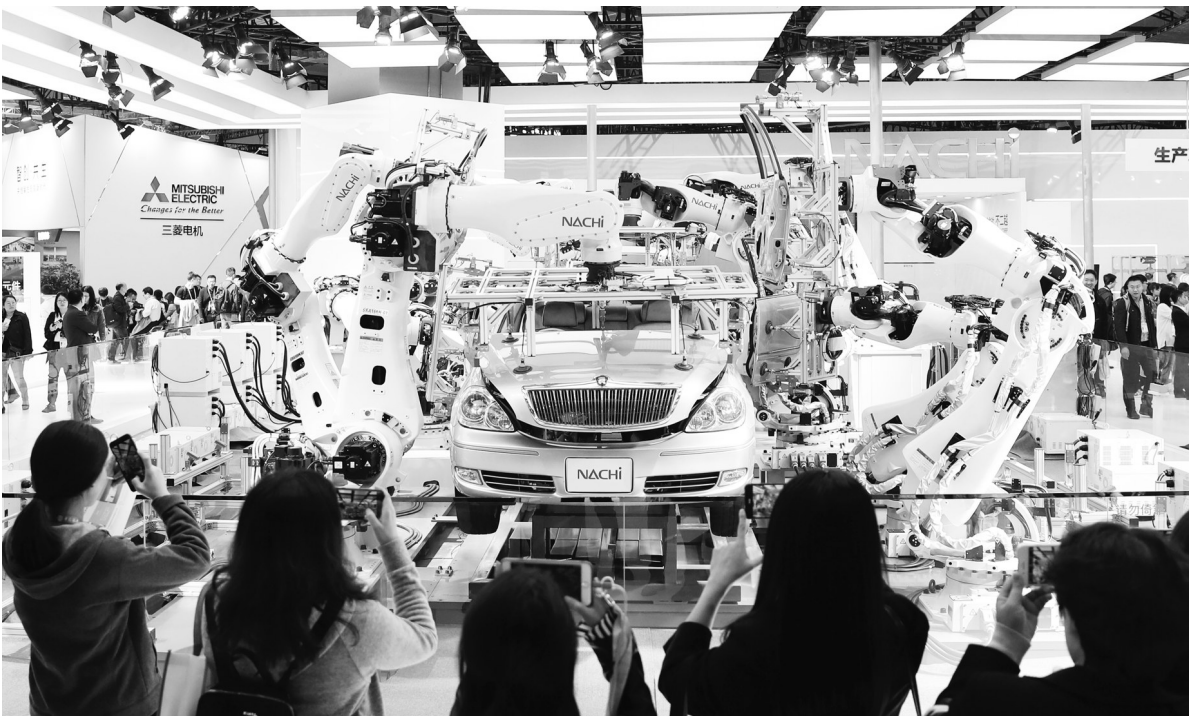
“展会是一个绝佳渠道，可使双方实现更好的沟通。”鲍拉日透露，匈方努力抓住一切机会促进合作，无论是哪种活动项目——会展或其他活动，只要能促成中匈企业交流，都会组织和安排。另外，注重教育领域的交流，以期良性互动。

匈牙利是首届进博会主宾国，今年也力求崭露头角，促成更多合作。鲍拉日特别提及该国展示的农产品。“农产品是匈牙利的骄傲，我们有许多高品质的农产品。红酒、鸭肉、鹅肉味道都很好。进博会给了我们一个良好的交流机会，对未来的发展有巨大的促进作用。”

“第二届进博会是一个极好的机会，吸引更多中国买家。”鲍拉日说。

新航线使中国和匈牙利不再陌生。今年年中以来，匈牙利首都布达佩斯和上海开通了直航航班，每周往来三趟。在鲍拉日看来，这既有利于匈牙利企业进入中国市场，也为中国人士赴匈旅游带来便捷，对匈牙利有兴趣的人士可进行进一步了解。

作为欧洲贸易组织的重要组成部分，匈牙利出口促进局在全球拥有广泛的合作伙伴网络，在东京、伊斯坦布尔等重要城市设有分支机构。位于上海地区的办事处是该局重要的在华机构，主要职能有及时掌握和处理企业信息，促成业务合作，它就像一座桥梁，使中匈双方实现有效沟通。鲍拉日声称，匈牙利出口促进局还会在中国设立多个机构，努力迎接更加美好的未来。



近日举行的第二届中国国际进口博览会，吸引了来自155个国家和地区的3893家企业参展，其中汽车车身高密度点焊组装生产线展台引人注目。

中新社记者 韩海丹 摄

物流巨头UPS借进博会提升体验

本报讯(记者 刘国民)深秋初冬时节，中外宾客齐聚上海。《中国贸易报》记者在探访第二届中国国际进口博览会各展馆时发现，总部位于美国的国际物流巨头UPS亮相于服务贸易展区，向参展企业与合作伙伴展示了最新的物流服务与解决方案。UPS物流专家还结合UPS此前发布的《网购消费者行为调查》以及《工业采购趋势洞察》，在现场举办主题为“全球贸易发展趋势及物流解决方案”的专题讲座。

在UPS面积较大的两层展台，记者观察到UPS布置展台时强化了和观众的互动性。例如，展台显眼处模拟UPS的物流业务场景设置了“大侠向前冲”的互动游戏，观众看到往往出于好奇忍不住“手痒”去点“开始游戏”。

在展台的前台位置，UPS小女生手持便携式电脑，面朝观众的电脑屏幕显示的是“UPS联合包裹”微

信公号页面。UPS方面告诉记者，为了进一步便利顾客在移动端收寄货物，公号在多个方面进行了功能优化，增强用户操作的便捷性。

展台后方的几面墙壁图文并茂介绍了UPS在中国市场、亚太市场、欧洲市场、美洲和加拿大市场的运营情况。其中，中国市场部分资料显示，自1988年进入中国市场以来，UPS在中国服务范围涵盖330多个商业中心和主要城市，中国员工数量超过6300名。

UPS工作人员介绍说，对UPS来说2019年出现了很多业务上的进展。2019年，UPS与上海机场(集团)有限公司续签十年合作协议，延续UPS在上海浦东国际机场的国际转运中心运营权至2028年。UPS上海国际转运中心于2008年投入运营，这不仅是UPS在中国内地建立的首个国际级转运中心，也是连接亚太地区与UPS全球智慧物流网络的重要

门户。UPS上海国际转运中心每小时最多可分拣1.7万货件，每周运营44架次航班，将上海与欧洲、美洲和亚洲的200多个国家及地区紧密相连。也是在今年，UPS提升深圳亚太转运中心的货件处理能力近50%，足以应对未来三年运量增长。

除此之外，和中国不断改善营商环境、通关提速、证照办理时间缩短相呼应的是，UPS今年在中国多个区域也不断涌现提速亮点：5月13日，中国华东地区至日本全境主要地区的“UPS全球快捷服务”的转运时间缩短1个工作日；7月1日，使用UPS全球快速服务和UPS全球快捷服务从欧洲和亚太至中国上海大部分邮编地区的进口包裹，送达时间可提前1个工作日；9月16日，UPS进一步拓展了在山东省的服务范围并提升该区域内多个城市至全球的出口货件转运时间，最多可缩短3个工作日。

天津迎来华北内陆首票TIR运输

本报讯 近期，天津滨海机场海关迎来华北内陆首票TIR运输。在沿途海关的大力支持下，目前已顺利办结TIR(国际公路运输系统)相关手续。

这也是TIR在中国落地至今，首次跨越边境省份、直抵北部港口城市办结手续的TIR运输。本次运输的货物为电气材料配件，在德国装货，从波兰开启TIR运输，经白俄罗斯、俄罗斯，从满洲里口岸入境中国，抵达天津滨海机场海关后办结TIR手续。

本次运输全程约1.2万公里，其中，满洲里至天津路段约1800公里。

天津位于京津冀城市群和环渤海经济圈的交汇地带，也是“丝绸之路经济带”与“海上丝绸之路”的交汇点。

TIR运输业务的落地，将助力天津打造直通欧亚各国的“门到门”跨境公路物流通道，充分发挥区位优势 and 港口优势，构建联通“丝绸之路经济带”和“海上丝绸之路”的国际物流枢纽，进一步便利本地及周边货物进出口。

(江南)

●国际商情

欧盟正评估将五类矿物加入关键原材料清单

欧洲动态网站近日消息，欧委会一名高级官员称，欧委会希望加强低碳经济的供应链，正在评估五种拟于明年加入重要原材料清单中的矿物：锗、镓、氢、锑、锆。为应对中国在可用于电动汽车和其他高科技领域矿产上的主导地位。此前，欧盟、美国和日本均编制了最具战略意义矿物清单。欧盟的清单自2011年制定以来每三年修订一次，预计将在2020年上半年更新。目前，欧盟列出了27种关键原料，美国于2018年公布了35种，日本在2012年也将30种矿物质列为战略原料。

哈萨克斯坦拟扩大商品对华出口

俄罗斯卫星通讯社努尔苏丹近日消息，哈萨克斯坦贸易和一体化部部长苏尔丹诺夫在会见武汉市副市长许宏安时表示，中国是哈重要的传统外贸出口市场，约占哈对外贸易的12%。中哈贸易逐年增长，2019年1月至8月，双边贸易额达92亿美元，同比增长26.2%。其中哈对华出口53亿美元，同比增长39%。他表示，哈拟扩大约60种商品对华出口，包括钢铁轧板、钢铁半成品、铬铁、铀矿、硫磺、油籽、小麦、糖果等，总价值可达16亿美元，建议中国考虑进口30种此前从未进口的哈商品，包括氧化铝、硅酸盐水泥、硅铁合金、金属镓、硅锰合金、氧化铬和氢氧化铬、轴承、条钢等。

(本报编辑部编译整理)

携程集团与TripAdvisor达成战略合作

■ 本报记者 刘禹松

《中国贸易报》记者近日获悉，携程集团和TripAdvisor, Inc宣布达成战略合作伙伴关系并扩大全球合作，合作内容包括成立合资公司、达成全球内容协议以及公司治理协议。据了解，本次与携程宣布合作的TripAdvisor成立于2000年，是一家全球性的旅游网站，主要为全球旅行者提供酒店、景点、餐厅、航空公司的点评和预定功能，目前服务范围涵盖49个市场，支持28种语言。

“我们很高兴地宣布此次和携程集团达成的战略合作。这将进一步拓展TripAdvisor的全球影响力，并且帮助中国出境游客计划更有意义的旅行。”TripAdvisor主席兼首席执行官Stephen Kaufer表示，“中国是全球最大且增长最快的旅游市场之一。携程集团作为旅游市场的领导者，旗下拥有出色的品牌，是我们在该地区实现长期发展目标的最佳伙伴。”

携程集团首席执行官孙洁表示：“我们海外业务正在逐步扩展，这要求我们不仅要提供全球旅游产品的无缝预订，更要提供由其他旅行者创造的高质量点评、意见和图片。我们对此战略合作感到激动，坚信这将为我们的全球用户带来旅游体验的进

一步提升。”

据悉，目前两家集团的下属企业已经成立了一家新的合资公司。携程集团将作为新合资公司的大股东，注入现金投资，并提供专业知识。TripAdvisor将拥有合资公司40%的股份，并为其中国业务提供长期独家品牌授权、内容许可及其他资产。两家公司同意在此合资公司层面上共享旅游品类的库存。合资公司的业务将作为TripAdvisor中国在全球范围内运营工作。

而按照双方达成的全球内容协议，TripAdvisor的内容在未来也将提供给携程集团的主要品牌使用，包括Trip.com、携程、天巡(Skyscanner)和去哪儿。

此外，根据携程集团和TripAdvisor签订的公司治理协议，携程集团将拥有TripAdvisor一个董事席位的提名权。该董事席位的产生将基于相关监管部门的审批通过。为维持该董事席位，携程集团须在审批通过的一年内在公开市场购买TripAdvisor股票695万股，或购买最多价值3亿1760万美元的TripAdvisor股票。TripAdvisor和其控股股东Liberty TripAdvisor Holdings, Inc. (“LTRP”)分别给予携程集团对其B类普通股潜在交易的信息知情权。

北方重工靠过硬技术赢得海外市场

■ 本报记者 谢雷鸣

“中国企业要走出去，拓展‘一带一路’沿线国家和地区的市场，最重要的还是增强自身实力。”近日，北方重工集团有限公司(以下简称北方重工)利用进博会召开的契机，同巴基斯坦方面洽谈了某个重要合作项目。北方重工国际贸易公司副总经理霍健在上海接受《中国贸易报》记者采访时表示，“一带一路”沿线国家和地区蕴藏巨大机遇，放眼外部世界的中国企业须提升能力，才能更好地挖掘这些机遇。

北方重工素有“中国机械工业摇篮”的美誉。霍健介绍说，北方重工正在打造具有核心竞争力的国际化知名企业，今年完成司法重整，方大集团正式成为北方重工第一大股东，北方重工成为由方大集团和金融普通债权人共同持股的混合所有制公司，进入发展快车道。混改6个多月来，北方重工先后承办第六届中国国际砂石骨料科技大会、举办海外代理商大会、参展第十八届中国国际装备制造业博览会，陆续签订印度、哈萨克斯坦两大高端成套装备项目订单。

作为我国重型机械制造领域的核心骨干企业，北方重工创造过辉煌的市场业绩。但近年来，由于发展理念陈旧、经营机制落后、历史包袱沉重，企业生存发展举步维艰。北方重工通过文化导入、体制机制输入、资金注入，让具有深厚历史、技术积淀的北方重工卸掉沉重的历史包袱，重现金生机与活力，频频参与高端装备展会，向各界展示“新北重”新形象，为巩固客户关系、发掘潜在客户，开拓国内外市场奠定了坚实基础。

随着混改的深入，北方重工

重回行业领导品牌的“第一方队”，再次吸引客户目光。北方重工之所以进入巴方视线，不仅是因为它是一家来自中国的企业。

“包括巴基斯坦在内的许多新兴国家眼光也很高，对产品品质和生产质量有很高的要求。如果没有过硬的技术也很难拿到订单。”霍健说，“我们的技术一点儿不输欧美，价格优势明显。”中国企业不断增加对巴投资，为其带来先进技术，对该国基础设施建设发挥了重要作用。巴基斯坦政局稳定，中巴合作始终保持旺盛生命力、不断拓展深化，这些都为北方重工与巴方合作奠定了良好的基础。北方重工有信心在巴基斯坦获得更大的发展。

与巴方的合作只是近年来北方重工走出去的一个例子。霍健透露，迎着“一带一路”建设的春风，北方重工在许多国家开展了业务，与澳大利亚、欧洲等国家和地区深化合作，取得较好收益，也结识了更多朋友。

“中企走出去利国利民，特别是在‘一带一路’沿线国家和地区，我们可以发挥更大作用，为世界的繁荣贡献中国力量。”霍健说，中国企业应当努力锻造自我，通过提升技术水准、改善管理、凝聚团队等方式练好内功，如此才能更好地走向国门，走向世界。

霍健还透露，混改后的北方重工扫清资金、保函等海外市场发展障碍，按照方大集团精细化管理理念，在海内外市场主动出击、全面发力，公司领导带队走访用户，紧密联络海外代理商和新老客户，恢复市场声誉，夯实合作基础，扩大市场影响，不断开拓“一带一路”市场的新局面，擦亮新北方重工品牌。

中企国际化：嵌入数字化全球价值链

■ 本报记者 周东洋

小米集团国际政府事务副总裁王采宜称，全球价值链现在已经从物理价值链转变到数字化价值链。以前，企业卖货“一货千厂”，是一个产品卖给所有人，但现在通过数字化、大数据、人工智能，已经做到“千人千厂”。企业通过大数据的整合和分析，可整合全球价值链网络，进而通过全球价值链网络整合全球的最优资源，将所有的生产线形成一个闭环。

在这种情况下，中国企业更要加强与海外的合作。王直介绍说，中国是劳动力密集的市场，技术也在快速发展。在汽车领域，中国企业与很多国外工厂合作，包括欧美、日本等发达国家和地区。如果汽车所有的生产要素都由中国工厂生产，中国不可能成为世界第一大的汽车生产国。“我们需要与国际市场上的外国企业进行合作，利用各国不同的成本优势，同时中国为国际市场提供了很多中间产品的生产和制造环节。”

新希望集团首席品牌官安峰山表示，他们企业在美国波士顿设立了科研创新中心，与法国、英国、荷兰、以色列科研机构和民营企业合作，开展生物食品安全方面的研究，以此实现在农业先进技术、经验和管理信息等方面的共享。并且，企业也通过在发达国家投资并购获得了先进的资源、技术专利、品牌。

“在全球市场中，亚洲是贸易和物流的热土，越南、柬埔寨等东南亚国家也更多地参与到全球价值链中，超过30%的直接投资和超过70%的贸易交流在亚洲。”成政琨表示，因此，中企在亚洲生产价值链中也有着非常好的机遇。

安峰山介绍说，早在1999年，企业就到越南投资开设了第一家海外企业，即胡志明市新希望饲料公司。在“一带一路”倡议提出之后，企业开始在“一带一路”重要国家进行全球产业链的布局，在沿线各个国家通过产业链布局来投资设厂，

开展投资并购。

“当然，中企开展对外投资活动、融入国际市场的同时也离不开政策的支持。”王直表示，中国需不断提升本土市场的营商环境和贸易便利化程度，与海外建立、达成更多的多双边贸易关系和协定。他认为，中国可从欧盟或日本等学习借鉴一些经验，从而为企业对外投资和贸易提供更多政策环境上的保障。

除了政策环境，中国企业走出去也面临着多方面困境，特别是对于部分民营企业和中小企业来说。安峰山表示，第一，信息不对称。企业对国际市场、其他国家的国情和当地市场条件的了解，相对处在弱势地位。第二，应对风险的能力相对薄弱。因为一些行业是投入大、周期长的产业，企业要在当地长期扎根经营，这样不可避免会受到当地自然条件、气候条件、金融市场、政府政策及全球局势变化等的影

响。第三是国际化人才匮乏。

对此，安峰山表示，希望政府一方面能够设立类似鼓励基金，鼓励很多企业走出去。另一方面，希望政府能够设立引导和服务的部门帮助企业去对接国际市场，通报其他国家的政府风险，设立一些投资红线和管控机制，帮助和引导企业走出去，同时能够减少企业收购的成本。此外，也希望政府和企业共同建立基金，培育中企走出去需求的国际化人才。

王采宜也建议，可成立一种机构或机制帮助企业培养全面复合型人才，让其能够走出去了解全球各个国家的宗教、文化和信仰，同时让各国，特别是“一带一路”沿线国家能够来到中国，学习中国的文化。中国企业在海外投资，不单单是去海外生产、雇用员工，帮助当地发展产业，同时也要关注全球的可持续发展，让当地人更多了解中国的文化和中国的企业文化。