中欧班列：一带一路建设的“样板房”

■ 本报记者 **王曼**

十年前的春天，中欧班列嘹亮的汽笛声划破亚欧大陆的长空，奏响了中国与沿线国家经贸合作的新乐章，也唤醒了沉睡千年的古丝绸之路。十年来“钢铁驼队”从当初的稚嫩逐渐走向成熟，不断发展壮大，在多个方面发生着积极转变。

开行数量快速稳定增长。10年前唯一的中欧班列线路“渝新欧”2011年仅开行17班，2020年中欧班列共开行1.24万列，突破万列大关。数据显示，中欧班列累计开行达3.36万列，运送集装箱近300万标箱，运送货物货值超过1600亿美元。

运行模式多元、货物品类日益丰富。经过多年探索，中欧班列家族有了四种性格各异的“兄弟”，即主要服务于大型出口企业的“定制班列”、常态化开行的“公共班列”、货物随到随走的“散发班列”以及专为小微企业服务的“能拼箱班列”。货物品类已由开行初期的手机、电脑等IT产品逐步扩大到服装鞋帽、汽车及配件、粮食、葡萄酒、咖啡豆、木材、机械设备等，去年开始又添加了运输防疫物资助力全球抗疫。截至今年3月底，中欧班列累计运送防疫物资1104.6万件，共计8.9万吨。

从促进出口到拉动进口转变。曾经，不沿边又不靠海的重庆出口产品只能走耗时较长的海运，或者成本极高的空运。而“渝新欧”的诞生打破了山水阻隔的局面，将中国内陆与欧洲的距离从40多天缩短至12天左右，成为重庆笔记本电脑基地以及其他货物贸易商品快速运往欧洲的新战略通道。同时，波兰牛奶、德国汽车以及欧洲各地的生物医药、家居橱柜等货物也搭乘着中欧班列，便捷地走入中国寻常百姓家。

中国贸促会专家委员会委员、中国人民大学国际事务研究所所长王义桅在接受《中国贸易报》记者采访时表示，中欧班列将“中国制造”源源不断地输送到亚欧等“一带一路”沿线国家，与此同时，装载欧洲高质量、个性化产品的班列也加速向中国驶来，这反映出“一带一路”把最有活力的亚太经济圈和最发达的欧洲经济圈连在一起，是一种更加直接紧密的对接，中欧班列成功的原因在于它是优势互补、相互需要、互通有无、稳定安全的物流体系。

王义桅形象地说：“中欧班列的发展就像股票一样，从‘概念股’成长为‘绩优股’，现在开始走向‘众筹股’。原来很多人唱衰中欧班列，但现在中欧班列规模系统效应逐渐显现，成为‘一带一路’建设的‘样板房’，助力‘一带一路’沿线国家互联互通，激活了丝绸之路的历史记忆，是对‘五通’的很好实践，也是构建人类命运共同体的合作平台。”

王义桅分析道，众人拾柴火焰高。“一带一路”沿线国家海关等部门优化铁路口岸站作业，推进通关便利化，使得中欧班列能够真正把各国连接起来，形成规模系统、更高层次的联通；在国内，各地方加强协同合作，共同推动中欧班列健康可持续发展。

十年来，不变的是：中欧班列一直是“一带一路”建设的重要组成部分，是促进“一带一路”沿线国家互联互通、合作共赢的桥梁，也是助力我国中西部地区开放的引擎。

2013年“一带一路”倡议提出后，中欧班列得到了快速发展。2016年，中欧班列统一品牌及其标识正式启用。在“一带一路”倡议下，我国与欧洲及“一带一路”沿线国家的经贸往来发展迅速，物流需求旺盛，中欧班列开行数量和范围大幅增加，目前中欧班列开行范围已拓展到欧洲21个国家，成为推进“一带一路”建设的新亮点。

在疫情中，中欧班列呈快速增长势头，有力、高效地促进了中欧及沿线国家的抗疫合作，降低了疫情对中欧产业链、供应链合作带来的冲击和影响，推动世界经济整体复苏。

王义桅说，疫情之下，非接触、较稳定的中欧班列运力增长，成为中欧间重要的“生命通道”，“这说明中欧班列是对传统交通运输方式的创新，也就预示着‘一带一路’是对全球化的创新，有利于对冲原来全球化的一些风险。”

中欧班列正加速中国中西部地区对外开放的步伐。中欧班列（武汉）的开通，改变了内陆城市武汉外贸出口只能“一江春水向东流”的局面。

武汉汉欧国际物流公司（简称“汉欧国际”）相关负责人向记者介绍，中欧班列（武汉）的发展，不仅打通了国际铁路运输通道，同时也建立了国际多式联运走廊。

目前，中欧班列（武汉）拥有25条稳定的跨境运输线路，辐射欧亚大陆34个国家、76个城市，积极帮助外贸企业降低物流成本，提高运输时效。

该负责人说，近年来，冠捷、迪卡侬等企业依托班列通道将产能或集散中心布局武汉。俄罗斯木材进口班列开行后，带动了相关的木材加工、家具制造产业向武汉集聚。去年，跨境电商新政实施后，一批国货通过中欧班列（武汉）顺利进入欧洲市场。目前，去程货物中本地货源占80%左右，富士康、东风、长飞、冠捷等重点企业占70%左右。

“中欧班列不仅涉及物流运输，还涉及到产业布局。”王义桅强调，物流的畅通带动了产业布局，随着物流水平的提升，产业能以均衡、内外联动的方式布局，有助于缩小贫富差距，打造陆海内外联动、东西双向互济的开放格局。中欧班列提升了中国尤其是内陆地区的竞争优势，西部陆海新通道与中欧班列的无缝衔接将进一步缓解国内的物流痛点，这对实现国内市场一体化，国内产业更加合理、平衡的布局，提升产业竞争力都有积极的促进作用。

中欧班列助力本地外向型经济发展。汉欧国际大力推行国际通道共享模式，开通“宜汉欧”“十汉欧”“襄汉欧”班列，为宜昌的酵母、柑橘和襄阳、十堰的汽车配件、机械设备等进出口货物提供班列物流服务。汉欧国际及省内贸易企业还借助班列通道，将欧洲国家的农产品、消费品、纸浆木材、光电子、服装、机械设备等进口到国内，以满足市场需求。

“中欧班列把中国新一轮改革开放的势头从沿海地区向内陆地区拓展，促进了内陆地区改革开放，展示了中国新一轮改革开放的活力和魅力。”王义桅说，对于欧洲来讲，中欧班列完善了欧洲物流体系布局，也极大地改善了东西欧、南北欧发展不平衡的局面。例如，“渝新欧”班列给德国老工业城市杜伊斯堡的经济发展带来了新动力。

在疫情以及此前苏伊士运河一度堵塞情况下，中欧班列都迎来了快速发展，未来中欧班列如何实现周期性增长，从而实现高质量发展？

汉欧国际相关负责人表示，在确保班列发运稳定的基础上，汉欧国际将加快平台公司转型发展，进一步推动汉欧国际发展多元化货运代理、多式联运业务和报关、拼箱、转运等服务产品，做大国际贸易、国际冷链运输、保税仓储、园区运营等业务，提高市场化运营能力。

该负责人说，汉欧国际将全面提高班列精细管理水平，推动精细市场运作，抓好对境内外运输费用、保险费、装卸费等成本的有效管控，强化降本增效，提升班列的经营质量。同时研究引进战略投资者，对平台公司进行重组，提高平台公司整体实力。

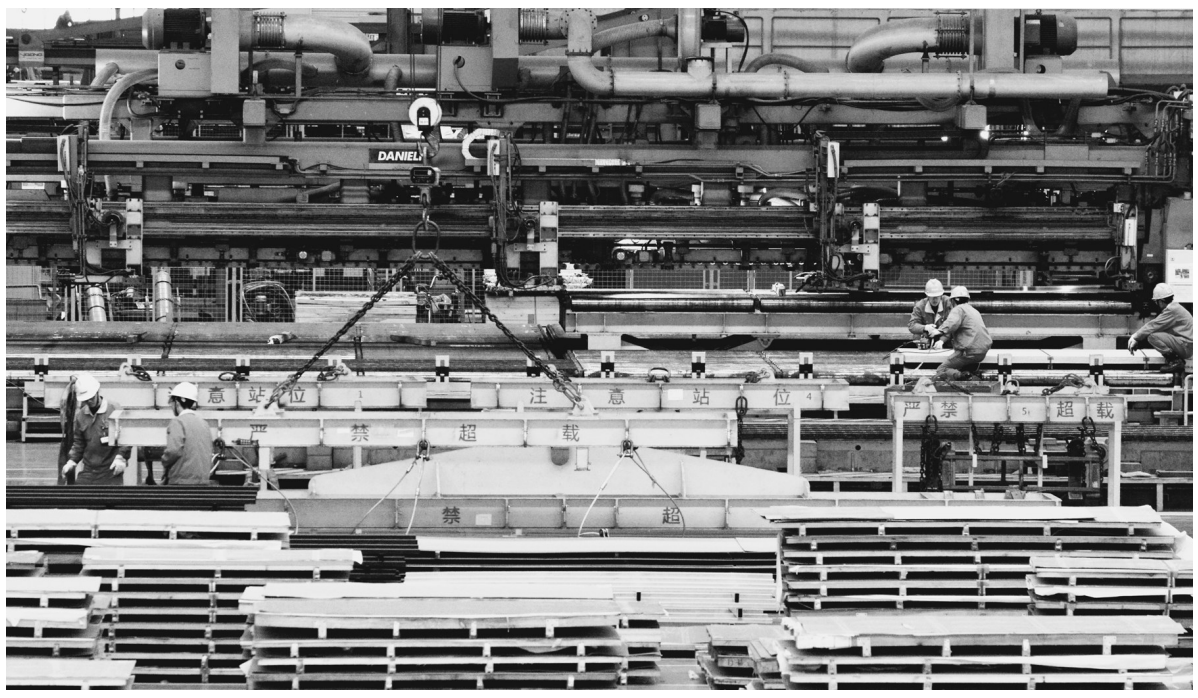
“中欧班列对接国际陆海大通道，打造为全球公共产品。”王义桅表示，未来中欧班列高质量发展既要注重软联通、创新，也应契合数字丝绸之路、绿色丝绸之路和健康丝绸之路的发展方向，坚持绿色环保等理念，提高运输安全性。

甘肃农产品走俏一带一路

日前，经兰州海关所属平凉海关检验合格，由甘肃省庆阳市西峰康辰农特产有限公司生产的4000千克光板瓜子仁顺利出口格鲁吉亚。这是甘肃省光板瓜子仁产品首次出口格鲁吉亚，拓宽了甘肃省农产品出口“一带一路”沿线国家的市场渠道。

为帮扶甘肃省瓜子仁顺利出口，平凉海关通过“12360热线”、微信公众号等平台积极宣介“一带一路”沿线国家检验检疫相关法律法规，指导企业加强生产质量管控，提高质量安全自检自控能力，完善质量安全追溯体系；开展与“一带一路”国家贸易往来AEO企业培育，健全完善企业联络员机制和预约报关报检机制，及时有效解决企业在报关、运输等方面衔接以及监管途中遇到的问题，便利企业快速通关。

甘肃省农产品资源丰富，苹果、中药材、高原夏菜、种子等优质产品受到国内外市场青睐。随着“一带一路”倡议的深入实施，甘肃农产品持续走俏“一带一路”沿线国家，出口“朋友圈”持续拓展。 **（李琛奇）**



国内外市场需求持续向好，为工业制造业发展提供了充沛动能。图为在江苏省泰州市靖江工业园区，一家钢铁材料制造企业为海外矿山开采项目制作一批配套设备，工人正加工和调运矿山设备所需的不锈钢材料。

本报通讯员 **杨木军 摄**

国际商情

新加坡3月出口增长12%

据德新社报道，新加坡企业发展局宣布，新加坡3月出口同比增长超过12%，这在一定程度上得益于中国需求旺盛。该机构称，新加坡对中国出口3月份同比增长近50%。新加坡企业发展局数据还显示，海外对新加坡制药业产品和电子产品的需求很大。

中国蔬菜走红西班牙

中国蔬菜的知名度近几年在西班牙市场火速攀升，该国市民不仅逐渐熟悉中国蔬菜，更喜欢上了中国蔬菜。据加泰罗尼亚广播电台4月20日报道，十几年前中国蔬菜并不被西班牙菜农看好，因为菜农担心中国蔬菜的市场不大。但是西班牙菜农现在都愿意投资种植中国蔬菜，因为他们看到了市场，更看到了远景。中国蔬菜的知名度缘何被西班牙市民接受？主要是中国侨民逐渐融入西班牙后，向当地人潜移默化地介绍中国蔬菜。眼下不但华人超市里的中国蔬菜被西班牙人购买，许多当地和南美人经营的食品店里也会出售中国的大白菜、小白菜和冬瓜等商品。

（本报综合整理）

今年一季度四川跨境人民币业务结算金额超480亿元

■ 杜成

中国人民银行成都分行4月19日召开新闻发布会介绍说，2021年一季度，四川跨境人民币业务结算金额480.6亿元，同比增长74%；其中，贸易项下加直接投资跨境人民币结算金额255.4亿元，同比增长154%，跨境人民币业务实现提档升级。

据介绍，中国人民银行成都分行牵头四川省商务厅、发改委等部门联合印发相关实施意见，推动各市州和金融机构搭建银政企交流平台，建立常态化业务辅导机制。将企业入选的跨境人民币业务规模门槛，由2年1000万元放宽至3年1000万元。

该行还联合四川省国资委召开跨境人民币业务助力四川国企融入“一带一路”建设银企交流会，开展政策宣讲和产品推介；推动各市州中国人民银行会同当地国资委指导涉外国企有效发挥引领示范作用，积极推动企业境内外成员之间的交易活动使用人民币。

据了解，中国人民银行完善自主开发的货币信贷大数据系统监测分析功能，指导各市州中国人民银行和银行机构开展跨境人民币非现场监测和异常资金流动风险排查，通过点对点指导方式推动银行机构做好人民币跨境收付信息管理系统（RCPMIS）系统数据分析，切实防范跨境资金流动风险。

中国人民银行成都分行相关负责人表示，下一步将继续加大对重点涉外企业和重点园区的对接辅导力度，组织开展政策宣讲活动，不断提高市场主体使用跨境人民币结算的主动性和积极性。指导银行机构围绕日韩、东盟等重点区域，以及“一带一路”建设、对外承包工程项目、自贸区、跨境电商综合试验区等重点领域，制定差异化金融服务方案，推动企业在涉外经济活动中逐步提高跨境人民币使用占比。

搭建贸易平台 促进中乌农业合作

本报讯（记者 **苏旭辉**）4月20日，中国中小企业协会“一带一路”工作委员会与乌克兰农业联合会签署战略合作备忘录，旨在以农业产业为基础，共同发展中乌两国现代农业领域贸易、产业园等项目。

乌克兰国家食品安全和消费者保护局局长弗拉迪斯拉瓦·马加莱茨卡表示，乌克兰的大型粮食生产企业对与中企合作有很大兴趣，而在肉类、奶制品、蜂蜜等领域，乌中两国同样有着巨大的合作潜力。乌克兰国家食品安全和消费者保护局与乌克兰农业联合会已经有15年的合作历史，这期间大力拓展了乌克兰农产品的出口途径。

乌克兰谷物协会主席米科拉·戈尔巴乔夫提到，“我们协会企业占乌克兰粮食出口企业的90%，今年已经向中国出口了1000万吨粮食。我认为对华粮食出口还有2倍甚至3倍的增长空间。中企细致的工作让我们感觉到他们是很好的合作伙伴。希望中企可以更加深入种植环节，加强两国在种植方面的合作。”

乌克兰农业科学院副院长尤里·鲁彭科说，“我们目前同包括中国农业科学院在内的9家中国科研单位开展了良好的合作。我们很重视这份备忘录的签署，这有助于双方开展深度合作。”

乌克兰豆类种植和消费者联合会主席安东尼娜介绍说，“2020年乌克兰向中国出口豌豆291万吨，同比增加了46%。我们采取了很多措施加大对中国的豌豆出口。目前我们正在增加豌豆和黄豆的种植面积，希望继续扩大对中国豆类产品出口。

中国中小企业协会“一带一路”工作委员会秘书长吴宏宇提到，今年会在中国选择一个城市建立乌克兰农产品在中国的展销中心，让乌克兰粮食出口商和中国进口商直接交流，减少贸易环节。同时组织中企到乌克兰打造农业产业园，帮助畜牧业、乳制品、大豆相关行业中企在乌克兰落地发展。

湛江综合保税区第一批入区项目投资逾50亿元

据广东省湛江市商务局消息，粤西首个综合保税区——湛江综合保税区第一批入区项目共13个，总投资额51.4亿元人民币。

据介绍，湛江综合保税区第一批入区项目，主要经营范围为跨境电商、仓储物流、粮油糖加工及农产品加工等。其中广东北部湾跨境电商项目，主要建设跨境电商公共服务平台，为海关进出口货物清关提供良好的清关装备及服务，项目建设内容包括线上综合服务平台、线下跨境电商创新产业园，培育跨境电商进口、出口和知识服务赋能三个集聚区。

湛江地处粤港澳大湾区、海南自由贸易港、广西北部湾经济区、西部陆海新通道等发展战略交汇区，也是广东省域副中心城市。湛江综合保税区位于霞山临港工业园区内，规划用地面积2.09平方公里，是粤西首个综合保税区，具有开放层次高、优惠政策多、功能齐全、手续简化等特点。 **（梁盛）**

网速明显改善 线上线下结合 企业盼达成更多采购意向

第129届广交会线上展示水平更高更快

■ 本报记者 **刘国民**

在线举办多天的第129届中国进出口商品交易会（以下简称“广交会”）接近尾声，这也是继第127届、第128届之后第三次在线举办广交会。《中国贸易报》记者浏览线上广交会页面和采访参展企业、相关行业协会后了解到，本届线上广交会网速明显改善，页面点开时也不再延迟、卡顿，获得了参展企业正面评价；主办方通过举办线下对接活动尝试将线上线下更好结合起来，也得到相关行业协会和企业的积极响应。参展企业现在特别关心的是“怎样收到更多采购意向”以及“让在线平台功能更加丰富”。

网速提升离不开主办方在技术保障方面的细致准备。广交会主办方在新闻发布会上提到，为保证本届广交会网上系统运行可靠，主办方在基础架构设计上采用“双活一备”结构，同时运用内容分发网络技术，启用全球50多个国家和地区的分发节点，提高了海外访问效率。同时，平台还能根据访问压力情况，动态调整网络资源投入，确保网站访问顺畅。受益于此，宁波易派诺文具有限公司和中国第一铅笔股份有限公司等参展企业纷纷给予好评。“感觉这届广交会的网速进步了，没有卡顿、延迟这些情况。在我公司的展示页，能看到客商的浏览痕迹和国别，并可以通过名片推送功能与之取得联系，比较方便。”中国第一铅笔股份有限公司张经理反馈说。

主办方尝试将线上线下相结合，也取得较好效果。广交会主办方联合广东省商务厅、中国工商银行和广东省相关商协会，以“国内国际双循环、内贸外贸齐驱动”为主题，共同举办线下双循环促进活动。活动打造展示交流区，约200家日用消费类参展企业和来自大型商超百货、连锁经营、贸易流通和跨境电商领域的1000多名采购团体代表进行现场洽谈对接。不仅参展商和采购商反响热烈，相关行业协会也给予好评。“广交会筹备线下对接活动时，我所在的协会组织了一批企业参加该对接活动。参加后发现效果不错。”广东省跨境电子商务协会执行秘书长钟阳告诉记者，线下对接活动对线上展示是一种补充。

参展和沟通都方便了，但怎样提升参展效果并收到更多采购意向，其实很有名堂，需要广交会主办方和参展企业继续共同努力。

4月20日晚上，宁波易派诺文具有限公司在线上广交会办了一场直播。这家成立于2006年的文具企业专注于圆珠笔、荧光笔、记号笔和白板笔的研发和生产，也先后参加了第127届、第128届和本届广交会，此次他们展出了绘画用品、办公装订用品、圆珠笔等产品。但该公司工作人员反馈说，“目前看，收到的客户咨询还不多。”

成立于1935年的中国第一铅笔股份有限公司，是中国铅笔行业龙头企业，产品出口到54个国家和地区。在本届广交会上，中国第一铅笔股份有限公司展示了马克笔、削笔用具、铅笔等产品。记者点开其中一款双头马克笔产品页面，看到页面除了列出主要目标市场和起订量外，还有提交采购意向、即时沟通、预约洽谈等功能。“我公司从去年到今年都参加了线上广交会，公司的展示页面基本稳定，有新品推出就及时添加进来。”该公司张经理告诉记者，“去年我们做过直播、拍过小视频但效果不大，今年没再做直播。此次在线展示效果也不尽如人意，从4月15日至4月20日只收到3封采购意向函。”

广东省电子商务协会副秘书长林兆峰建议，“我留意到线上广交会在一步步完善。广东有一些企业擅长搭建线上平台、开发相关软件，广交会若能将他们的专长吸纳进来，会对在线平台水平的提升有所帮助。

而在企业层面，林兆峰则观察到，线上直播无法像线下展会那样很直接看到客户表情进而及时作出反应，确实有一部分企业对直播还不习惯，“而且企业也缺少直播人才。对参展企业来说，适应在线展示和直播有个过程，企业要多去摸索和锻炼。”