

2022日本(山东)进口商品博览会在济南举办

# RCEP惠及鲁日企业合作走深

■ 本报记者 胡心媛

山东是中国与日本交流最密切的省份之一,有上万家企业与日本有贸易往来。7月15日至18日,以“抢抓发展机遇、共创美好未来”为主题的2022日本(山东)进口商品博览会在济南国际会展中心举办。主办方是济南市政府和山东省商务厅。

主办方相关负责人表示,本届博览会旨在进一步夯实济南和日本交融互鉴的深厚基础,扩大山东与日本以及东北亚地区的经贸合作。同时,借助《区域全面经济伙伴关系协定》(RCEP)为山东带来的机遇优势,推动山东省与日本高质量合作驶入深水区。

记者从组委会处获悉,本届博览会展区面积约3万平方米,设置医疗康养、智慧生活、时尚生活、文化创意、服务贸易五大展区,重点展示高端消费品、医疗康养产品以及智能家电、动漫产品、美妆日化、食品酒水、匠人手工工艺品等特色产品。参展商有三菱商事、住友商事、瑞穗银行、全日本空输株式会社等知名企业。欧姆龙的制氧机、镰田诚化妆品、“和风”酒套等日本特色产品受到济南观众的欢迎。

值得一提的是,日本冰鲜蓝鳍

金枪鱼引起了观众的好奇。中国饭店协会日料委员会执行理事长姜炳升说,“从捕捞上岸到送达展会现场,仅用了40个小时。”这是怎么做到的呢?姜炳升透露,蓝鳍金枪鱼的快速通关,得益于山东省RCEP“6小时通关”和畅通中日“海上高速公路”政策。

记者了解到,RCEP“6小时通关”,即在济南、青岛、烟台、威海、日照等口岸,对抵达海关监管作业场所且完整提交相关信息的RCEP缔约方原产易腐货物和快件、空运货物、空运物品,实行6小时内放行便利措施。

此外,山东省商务厅、青岛海关与住友商事、青岛中德商通合作,依托“威海(石岛)一群山一釜山一大阪陆海联运40小时快线”,海关采取快速放行便利化措施,最终实现了日本冰鲜金枪鱼的快速通关。

金枪鱼的快速通关,只是RCEP为山东深化对日合作带来机遇的“冰山一角”。

清裕(上海)生态科技有限公司是一家中日合资企业。本届展会上,该公司带来了一款果香浓郁的日本玉米新品种“白美人”。据该公司的负责人董凌介绍,这种玉米的



沙见龙 摄

甜度可达18~22度。除了好看、好吃,这种玉米含有丰富的营养成分,有利于健康。

董凌告诉记者,他们公司已与济南市签约合作,共建济南中日合作绿色循环农业示范基地,引进日本先进生态农业技术和网纹瓜、水果玉米等特优品种,开展标准化、规模化种植。今年已生产了300多亩

水果玉米和100多亩网纹瓜产品。

山东省商务厅副厅长吕伟表示,山东与日本的地方经贸合作不断深化,进出口持续快速增长,上半年双方实现进出口932.7亿元,增长7.9%,充分展现了鲁日地方经贸合作的潜力、活力。山东(日本)商品进口博览会的目标是成为全国范围内具有较强影响力的品牌化、机制

化进口博览会,成为山东与日本国际采购、产业技术、投资促进和人文交流的合作新平台。

为进一步放大展会带动效应,展会同期举办了中日合作医疗康养论坛、日本进口商品暨特色产品推介会、行业专项采购精准对接会等多场活动,推动行业间交流、碰撞,帮助品牌与采购商精准对接。

## “推进中瑞合作,展示很重要!” ——专访瑞士欧中企业联合会中国首代张新宜

■ 本报记者 谢雷鸣

“我和团队正在抓紧做好服贸会参展工作。9月,我们将展示中国和瑞士在文化贸易、科技创新、大健康以及金融服务等方面的合作成果。”日前,瑞士欧中企业联合会中国区首席代表、瑞士品牌展示中心负责人张新宜在接受《中国贸易报》记者采访时透露,瑞士欧中企业联合会加大了对华项目合作、人文交流的宣传与推动力度,瑞士品牌体验中心也将于近期启用。

瑞士欧中企业联合会是一家非营利性跨国商务促进机构,在9个欧洲国家设有分部,在中国设有联络处。该机构与欧洲的多国政府和多个组织保持良好的合作关系,通过整合优质的欧洲企业资源,为中国投资者进入欧洲市场提供安全便捷的信息和渠道,也为欧洲企业在中国落地、选址、寻找合作伙伴提供相关的配套咨询服务,并为其推介合适的地区或产业园区。

张新宜是服贸会的老朋友。她说,欧中企业联合会每届服贸会期间都会带领商务团组参加活动,商务团里除了有一般的贸易公司、制造公司,还有瑞士的金融服务机构,比如风险投资基金会、新兴产业投资公司。这些公司和机构积极参与服贸会期间的各个相关会议、展览展示,通过服贸会对接资源、扩大业务范围及服务领域。

张新宜表示,作为在瑞士的服贸会组织方,欧中企业联合会充分发挥自身优势,

以强大的组织能力,调动当地企业资源,为服贸会在瑞士及欧洲的传播做出了应有的贡献。

“从参会、参展到办会、办展,我们也提升了自己。”张新宜说,瑞士欧中企业联合会在服贸会上设置的展区既涉及服务贸易也涉及货物贸易,在服务贸易方面重点推介瑞士金融培训项目、文化服务项目,在货物贸易方面重点介绍瑞士品牌展示中心。

记者了解到,瑞士品牌展示中心于2019年在北京天竺综保区成立。已有72个瑞士知名品牌进驻其间,涉及食品、箱包、纺织品、母婴用品、床上用品等,绝大多数为首次进入中国的瑞士高质量原产地产品。这些产品以一般贸易、跨境电商等形式在实体店及电商平台中与消费者见面。

在瑞士品牌展示中心,张新宜向记者展示了啤酒、饼干、巧克力等多款瑞士产品。她告诉记者,瑞士工业技术水平先进,产品质量优良,机械制造、高档钟表、食品加工等是主要支柱产业,在国际市场具有很强竞争力。中国是瑞士第三大贸易伙伴,2021年中瑞双边贸易额达441.1亿美元,同比增长96.7%。

“瑞士品牌展示中心注重线上线下展示体验活动,打造立体化跨境消费体系,推动中瑞自由贸易发展,促进中国经济高质量发展。”张新宜说。

为了扩大瑞士与中国在服务贸易、

货物贸易等方面的合作,张新宜注重发挥会展的平台作用,积极参加各类展会、论坛。前年11月的贵州经贸交流活动和去年5月的海口之行给她留下深刻印象。

第三届进口博览会期间,贵州省在国家会展中心(上海)举办了经贸交流会,邀请张新宜参会。张新宜在会上介绍了瑞士欧中企业联合会和瑞士品牌在华拓展情况,也对贵州的营商环境、招商政策、产业状况有了深入了解。

在海口举办的首届中国国际消费品博览会是一场展示品牌的国际盛会。张新宜和她的工作团队交到了很多朋友,近距离触碰到海南自贸港建设的热潮。这次参展给了她很大信心,她决心把更多瑞士产品推向中国市场,也把中国品牌推广到瑞士以及欧洲市场。

张新宜认为,推进瑞士和中国的服务贸易和货物贸易往来是双方合作的一个方面,人文交流和文化推广也很重要。瑞士人崇尚自然,他们的环保、绿色生活理念对中国有启发,博大精深、源远流长的中华文化也引起瑞士人的兴趣。

张新宜透露,除了筹备好2022年服贸会的参展工作,她还要在下半年做好位于北京通州区的瑞士品牌体验馆的安顿工作。她和团队正在抓紧一切时间布置场馆、跟进合作意向。

“精准对接,合作共赢。”张新宜指着挂在她办公室墙上的横幅说,这正是她们的宗旨。

## 相约哈密 共享甜蜜

■ 宗赫



尹通元 摄

儿来说,有着别样的体验。

“今年游客特别多!我们的瓜已经不够卖了。”克依木·铁木儿说,哈密瓜节对自己的帮助很大,他既挣到了钱又认识了朋友。

哈密市农业农机技术推广服务中心副主任郭艳霞表示,当地种植哈密瓜的方式多种多样,科研人员选育的哈密瓜品种为当地产业发展提供了助力。哈密已创建了“天山密王”、“爵封”哈密瓜酒、

“新哈农场”哈密瓜干、“唱歌的果”冻干哈密瓜等特色品牌。

哈密市农业农村局副局长黄浩说:“我们以促进农民持续增收为目标,以提升哈密瓜栽培管理技术为抓手,全力促进哈密瓜产业提质增效。哈密市农业农村局将围绕哈密瓜种植、加工、流通三个关键环节,持续培育、完善哈密瓜的全产业链,把哈密瓜的基地做强、加工做深、品牌做强、市场做活。”

## 中国创新亮相圣保罗消费电子展

本报讯 在近日举办的2022年巴西圣保罗消费电子展上,多家中国企业推出最新技术的智能家居产品和数码产品,向拉美市场展示中国创新的强大动力。

从视觉震撼的QLED巨幕电视到小巧精致的高功率氮化镓充电器,从全屋互联的智能家居产品到5G手机、TCL、格力、倍思等多家中国企业带来了创新产品,给国际客商留下难忘印象。

作为最大的参展商之一,TCL巴西公司在展会上发布新款MiniLED电视和98英寸QLED巨幕电视,还推出空调、扫地机、冰箱和洗衣机等主打人工智能和物联网技术的智能家居产品。

TCL巴西公司总裁岳海平说,巴西家电市场空间广阔,但智能化仍处于起步阶段。上半年,TCL在巴西电视市场上占有率超过16%,稳居市场前三。TCL正计划以电视为切入点,将家居智能化扩展到其他产品。

中国手机配件品牌倍思展示了旗下多款大功率氮化镓充电器以及新款降噪无线蓝牙耳机。倍思巴西负责人徐大鹏告诉记者,中国配件品牌较早发力氮化镓技术,应用了该技术的大功率充电器深受巴西消费者喜爱。

巴西参展商格雷戈里乌·富尔塔多告诉记者,他是倍思产品的忠实用户,创业时选择了主营中国数码产品。中国数码产品耐用可靠,在巴西市场上销量很好,顾客评价也相当积极。

富尔塔多说,中国是一个发展迅速的国家,中国产品凭借过硬质量受到巴西消费者青睐。

竹制无线充电板、植物纤维编织的数据线、小麦纤维外壳无线耳机……巴西品牌HANDZ在展会上展示了各种“天然”数码产品。HANDZ主打可持续发展理念,旗下产品经巴西设计师设计后,交由中国生产基地运用各种自然原料制作。

“中国正在把我们的想法变为现实。”HANDZ品牌创始人罗德里戈说,中国企业除了生产配套技术成熟,在环保制造方面也发展迅速。

罗德里戈长期从事中巴贸易,2009年就曾来华参加广交会。在他看来,巴西消费者对高科技产品的印象在不断变化,从过去的“低价”“山寨”变成如今的“原创”“环保”,越来越多巴西消费者感受到了中国设计的魅力。

圣保罗消费电子展主办方巴西Eletrolar集团董事长卡洛斯·克鲁尔在接受记者采访时说,此次参展的中国企业数量很多,发布的产品充分展示了中国在世界消费电子市场的地位。

克鲁尔认为,中巴两国商贸关系高度互补,两国企业能通过圣保罗消费电子展深化合作,巴西新兴科技企业也能通过中国完善的产业链和生产配套将创意落实,推动巴西电子产业发展。

(陈昊佳)

展现世界 展示精彩

CIEC 中国国际展览中心(集团)公司  
CHINA INTERNATIONAL EXHIBITION CENTER GROUP CORPORATION

信息集结号

### 第四届“空中丝绸之路” 国际合作峰会9月举办

本报讯(记者 谢雷鸣)中国国际服务贸易交易会第四届“空中丝绸之路”国际合作峰会组委会第一次筹备会近日在京召开。记者了解到,作为服贸会航空业唯一重点品牌论坛,第四届“空中丝绸之路”国际合作峰会(ASRIF)将于9月初在北京举行。

峰会由“空中丝绸之路”国际合作联盟(ASRICA)、商务部中国国际经济技术交流中心、中国民用航空局国际合作服务中心、北京首都国际机场临空经济区管委会主办,北京临空国际技术研究院承办。

本次筹备会确定了峰会组委会人员构成、峰会人员规模和服务保障等主要事项。组委会副主任兼秘书长马剑介绍说,本届峰会以“数字赋能、绿色发展——空中丝路产业升级新动能”为主题,由开幕式和主论坛组成,将举办院士圆桌对话、“空中丝路之夜2022”等活动,发布《中国临空经济发展指数2022》《中国航空物流枢纽发展指数2022》《空中丝绸之路研究2022》等成果。

据悉,本届峰会将通过服贸会官网等网络平台面向全球直播。为确保峰会顺利举办,峰会组委会将成立疫情防控、安全保卫、消防、食品安全等若干专项工作组。

### 商务部启动 进博会走进江西活动

本报讯(记者 朗月)在商务部近日召开的例行新闻发布会上,新闻发言人束珏婷介绍说,为持续推动投资促进等工作纵深发展,商务部将于7月23日至26日举办“深化引进来 服务双循环”进博会走进江西活动。目前,活动各项筹办工作正在有序推进。

本次活动将围绕地方特色优势产业,邀请进博会参展企业、相关机构和专家学者参会,以专题推介会暨投资对接会为主体,配套安排展览展示、对话研讨、实地考察等活动。

其中,经贸合作推介会将按照“一企一策”原则,通过线上线下方式精准对接撮合,更好满足参会各方投资洽谈需求。届时还将首次举办虹桥论坛走进地方专场论坛,邀请专业人士为地方开放发展提供建议。

### 消博会实现展前 跨境云端供需对接

本报讯 第二届消博会展前跨境云端供需对接会近日在线举行,中国和日本的展商和客商参加了此次线上撮合活动。

近30家日本展商参加本次活动,产品包括珠宝首饰、零食、化妆品、红酒、服饰。百余家企业参加一对一洽谈,达成近60项合作意向。

(汤云亮)

### 中国—亚欧博览会 倡导绿色布展

本报讯 记者日前从中国—亚欧博览会秘书处获悉,截至目前,第七届中国—亚欧博览会报名参展企业达775家,各项招商招展工作已完成近90%。中国—亚欧博览会特装展位审图工作已开始。组委会倡导绿色布展,向可重复利用型材的特装展位推出一系列优惠政策。

目前确定参展的企业有中国石油天然气集团有限公司、中粮集团有限公司、广汇能源股份有限公司、特变电工股份有限公司等重点企业。参展企业涉及的领域主要分布在数字化、能源、绿色建筑建材、卫生防疫等八个领域。

(丁启)