

不论是除夕夜的饺子，还是元宵节的元宵，都是过年期间必不可少的美食。如今，这些“年味儿”食品不仅在国内畅销，更是大量出口海外，既慰藉着海外华人华侨、留学生以及务工人员的思乡之情，又为国际友人了解中华美食和中华文化打开了一扇窗。

素有“食在广州第一家”美誉的中华老字号品牌广州酒家便是助力“中国味道”飘香世界的代表品牌之一。广州酒家集团相关负责人在接受《中国贸易报》记者采访时表示，过年期间，公司的速冻水饺和速冻汤圆类产品出口情况最好，销往港澳以及美国、加拿大、澳大利亚等多地。其中，出口销量较高的水饺口味包括玉米猪肉、韭菜猪肉等，出口销量较高的汤圆口味则以芝麻、花生、红豆、黑糯米、流沙汤圆为主。

记者从广州酒家官方商城了解到，除速冻水饺和速冻汤圆类产品以外，广州酒家还生产销售种类丰富的需冷链运送的特色“广式风味”食品。从素菜春卷、流沙凤凰包、豆沙包、手制叉烧包、糯米烧麦、全麦椰汁馒头等广式早点，到花胶鸡、水鱼焖鸡、鲍鱼扣鸭掌等广式特色菜，再到历史悠久、工艺复杂、极具特色的各类广式腊肠，“广式风味”食品为不少海外家庭过年的餐桌增添了浓郁的“中国味道”。

上述负责人表示，今年以来，海外市场对“年味儿”食品需求旺盛。通过享受海关部门提供的无纸化快速通关服务，食品出口报关手续得以简化，出口效率得到了提高，广州酒家特色品牌产品因此可以更快进入到其他国家或地区的千家万户中。

此外，中国传统美食春卷也在海外备受青睐。记者从天津海关官方平台获悉，在天津武清海关的监管下，来自天津沃尔德食品有限公司的21吨春卷在过年期间踏上了通往西班牙的旅途。截至海关统计日期，2022年四季度以来，武清海关已累计验放春卷83批次，货值1218万元。经过筛粉、制馅、成型、检验等十六道工序，在自动化生产线上有序生产出一盒盒春卷，“裹”着中国新春佳节的浓浓氛围走向世界。

值得一提的是，今年是中国农历兔年，多类出口食品都在生产设计中增添了“兔”元素，讨个好彩头的同时也传递着对新的一年最美好的祝愿。在阿里巴巴旗下跨境电商平台全球速卖通(AliExpress)上，随处可见包含“兔”元素的中式食品，如印有可爱小兔子图案或“兔”字的中式点心、做成兔子形状的汤圆和糖果，以及在礼盒上写着兔年专属祝福的特色美食。

“独在异乡为异客，每逢佳节倍思亲”。元宵和春节本是家人团聚、阖家欢乐的节日，但很多人在海外留学或工作，没有机会回家过年，这时来自祖国的“味道”便不仅满足了味蕾，也慰藉了思乡之心。在英国留学的兰州女孩儿石宛金告诉记者，过年期间她和朋友们去的最多的地方就是当地的中国超市。作为年轻一代，她囤了国内出口的不少好吃的当作“年货”，如螺狮粉、酸辣粉、酸辣面皮、奶黄包等速食食品，火锅底料、豆腐、金针菇肥牛卷等火锅食材，以及旺仔牛奶、椰树牌椰汁、露露等饮品。

今年年夜饭上，她和同在英国留学的中国朋友们聚在一起制作了中国美食，有手抓饭、蛋包肉等，大家品味着“中国味道”，在异国欢度祖国的春节。“孤零零一个人在异国他乡过年，非常想念家里的好吃的。和朋友们一起动手做出中国美食，某种程度上就等于回家了。”石宛金说。

在法国里昂留学的中国学生李元胜已经两年没回家了，平日里就经常做饭的他，过年更是买来很多中国出口的食品，准备过“中国年”，感受“中国味道”。他告诉记者，法国本土白菜比较硬，中国出口的白菜更能满足他的饮食习惯。此外，中国的姜、蒜等调味品对他来说也比法国产的口味更好一些。还有卫龙辣条、青岛啤酒这些“漂洋过海”的产品，他和中国朋友们逛超市时也会随手买点儿。“自从来了法国，在超市里看见带有中文字样的产品都很亲切，给我带来无限的家乡回忆，一瞬间感觉心里暖暖的。”李元胜说。

在融入扩大内需中积蓄国际化新能量

张凡

今年外贸企业将面临怎样的形势？商务部日前表示，进入2023年以来，全球经贸形势变得极其严峻，下行压力明显加大。我国外贸领域的主要矛盾，从去年的供应链受阻、履约能力不足，已经转变为当前的外需走弱、订单下降。为此，商务部将从恢复实体展、用好新业态、发掘新需求、支持企业“走出去”等方面着手，加大稳外贸力度。

对于广大外贸企业而言，一方面要用好用足相关政策继续拓展国际市场，另一方面也要将目光聚焦到国内市场，完成内外贸一体化转型。这不仅是应对当下国际政经格局不稳定的万全之策，也是提升企业国际竞争力的关键一招。近年来，伴随着构建双循环新发展格局的进程，我国对外开放不断向更大范围、更宽领域、更深层次挺进，不断加快建设全国统一大市场，促进共同富裕，将扩大内需摆在了重要位置。这一切都为不断满足外贸企业转型升级的需求提供了良好的国内市场环境，外贸企业也应当积极响应，在扩大内需中不断积蓄国际化新能量。

一直以来，无论是政界学界还是

企业界，在谈到“中国制造”缘何崛起之时，都往往会提到比较优势。这是良好的国际环境之下，中国凭借低廉的土地、劳动力价格等优势，积极承接国际产业转移的成果。对“中国制造”崛起还有另一种解释，那就是全球价值链理论。在《中国出口之谜：解码“全球价值链”》作者邢子青看来，“中国制造”崛起还得益于中国融入全球价值链，得益于全球价值链的外溢效益，中国培育了一批具有竞争力的外贸产业。

除了以上两种解释之外，一种源自于中国市场本身因素的理论解释正在走向前台，被越来越多的人所认可，这与扩大内需战略不谋而合。浙江大学管理学院教授郭斌在其著作《大国制造：中国制造的基因优势与未来变革》中提出了追赶阶梯理论，其中重要的内容之一便是市场阶梯。我国市场不仅人口数量庞大，而且还存在多样性，具有低端、中端、高端俱全的特征，也就是存在着市场阶梯。更重要的是，这一市场阶梯是连续性的，可以为企业提供足够的上升或下沉空间，从而助力“中国制造”的崛起。这一连续的市场阶梯，并非任何国家都能

够拥有，这也是同样作为人口大国的印度、巴西等国家为何没有成为制造业大国的重要原因之一。

正如我们所经历的，当下全球政治经济格局不稳定，美国妄图实现“脱钩断链”，东南亚国家出口猛增，让我们不得不担心“中国制造”未来将向何处去。现在来看，这个问题的关键就是“中国制造”能否在激烈的国内市场竞争中保持优势。

站在我国建设贸易强国的立场来说，扩大内需也是必然之举。从美国等发达国家的外贸发展历程来看，出口大国不一定是贸易强国，但进口大国一定是贸易强国。究其原因，主要有二：一是因为国家进口所需的大量外汇都来自于高附加值的出口产品和服务，出口附加值高是贸易强国的条件之一；二是在需求日益多样化、个性化、定制化的今天，买方掌握着话语权，进一步说，制定标准的话语权也掌握在需求端。此外，对于中国而言，不仅是积极扩大进口，人民币国际化的逐步推进也将提高中国企业的议价权。由此可见，我国加快构建新发展格

局，扩大内需是从更长远的角度来考虑的，并不是应对当下国际环境不确定性的权宜之计。

实际上，先后提出“一带一路”倡议和双循环新发展格局，标志着我国参与全球化的方式发生了重大变化，中国已经从单一的“世界工厂”变为兼具世界工厂和全球市场的双重身份。这意味着，不论企业所从事的是哪个行业，企业规模有多大，即便不走出国门，也面临着来自全球的竞争。立足国内市场，将成为企业国际化、全球化布局的根本，企业内外贸一体化将成为常态。如何不断提升国内市场竞争能力，将成为我国外贸企业当下的一个课题，必须站在更高的战略角度来考量。

我们常说，我国是全世界唯一拥有全部工业门类的国家，这为“中国制造”提高国际竞争力奠定了坚实的基础。如果我国政府和企业能齐心协力，不断扩大对外开放，大力促进共同富裕，深入挖掘内需潜力，中国外贸企业若能把在国内市场练就的能力应用自如，“中国制造”的国际化之路一定会越走越宽、越走越远。



位于浙江宁波余姚的一家国产新能源车型生产基地——领克汽车余姚工厂自开工以来生产繁忙，当前复工率达到100%，产能完全恢复，国际市场订单需求也在持续增加。图为该厂的焊装机器人对车辆车架进行焊装。
中新社发 王刚 摄

中国诞生全球首家调味品“灯塔工厂”

本报记者 刘禹松

世界经济论坛(WEF)近日发布新一期全球制造业领域“灯塔工厂”名单，位于天津港保税区的联合利华天津食品工厂(以下简称“天津灯塔工厂”)成为全球第一家专门生产调味品的“灯塔工厂”。这也是继合肥工业园和太仓生产基地之后，联合利华在中国的第三个“灯塔工厂”。

联合利华食品营养北亚区总经理张海涛表示，“作为餐饮行业的重要合作伙伴，我们致力于提升供应链服务能力，打造世界一流的食品，以‘灯塔工厂’持续引领未来智造，为实现‘让可持续生活触手可及’的联合利华企业使命而努力。”通过长期的实践，联合利华探索出了从“传

统制造”到“可持续智造”的共性规律，将持续为广大制造企业提供宝贵经验和参考价值，用前沿的设计理念及商业模式赋能行业发展，助力行业数字化转型之路。

记者从天津港保税区了解到，联合利华(天津)有限公司2011年落户这里。由于食品业务的持续增长需求，2022年4月，联合利华天津食品工厂新增一条调味酱生产线。目前，该工厂已拥有固体、半固体和液体调味料的完善生产线。工厂占地面积达到15.4万平方米，投资金额4.8亿元，生产家乐牌鸡精、好乐门牌沙拉酱等调味品，年产量超过8万吨。目前，该工厂已经成为联合利华在北亚区最大的综合型调

味品生产基地。

在供应链技术方面，天津灯塔工厂参考了联合利华各“灯塔工厂”的先进经验，运用全球领先的敏捷制造、AI视觉监督等前沿技术，达成了高度自动化操作的“黑灯生产”，提升了96%工厂劳动生产率；在联合利华可持续商业战略指导下，凭借人工智能算法，快速识别用户的喜好，推荐定制化产品和服务；通过动态供应模式，使供应链敏捷性大大提高，有效降低库存、缩短交付时间。在品质保障方面，天津灯塔工厂通过数字化系统的整合优化，使产品的全流程追溯成为可能，利用机器视觉平台，全厂130多个食品安全和人员安全风险点得以

100%覆盖；通过不断优化自身营养基准和“正营养”产品体系，持续减少产品的热量和盐、糖含量，为用户带来更好的服务和更加稳定的产品质量；客户通过扫描二维码，即可获得对产品从原料到手中的全流程信息、数据，端到端的信息追溯切实保障食品安全。

在天津灯塔工厂的建设和运营过程中，联合利华还始终贯彻“零碳”理念，园区内100%使用绿电，并广泛使用太阳能、风能和地热能等多种绿色能源。目前，天津灯塔工厂是联合利华食品营养品类最大的可持续能源生产基地，减少17%碳排放。

天津灯塔工厂凭借诸多维度的

突出优势，使端到端价值链上的500多家供应商和60万客户相互连接，在持续驱动业务增长、降本增效、食品安全、环境可持续、解放劳动力和提升员工幸福感等方面取得显著成效，最终获评“灯塔工厂”。

“灯塔工厂”评选由世界经济论坛和麦肯锡咨询公司共同举办，是全球先进制造业领域门槛最高、最具影响力的评选之一。其甄选的工厂代表了当今全球制造业领域智能制造和数字化的最高水平，是全球先进制造业的发展榜样。因此，灯塔工厂也被誉为“世界上最先进的工厂”。截至目前，全球“灯塔工厂”总数已经达到132家，其中50家位于中国。

减轻税收负担 便利跨境电商出口退货

本报记者 王曼

2023年开年跨境电商行业再度迎来政策利好。近日，财政部、海关总署、税务总局联合发布《关于跨境电子商务出口退税商品税收政策的公告》(以下简称《公告》)，降低跨境电商企业出口退运成本，积极支持外贸新业态发展。

《公告》规定，对自本公告印发之日起1年内，在跨境电子商务海关监管代码(1210、9610、9710、9810)项下申报出口，且自出口之日起6个月内因滞销、退货原因原状退运进境的商品(不含食品)，免征进口关税和进口环节增值税、消费税；出口时已征收的出口关税准予退还；出口时已征收的增值税、消费税，参照内销货物发生退货有关税收规定执行。已办理的出口退税按现行规定补缴。

近年来，我国跨境电商蓬勃发展。海关总署数据显示，2022年我国跨境电商进出口2.11万亿元，增长9.8%。其中，出口1.55万亿元，

增长11.7%，进口0.56万亿元，增长4.9%。跨境电商已成为我国外贸发展的重要支柱。但通过跨境电商出口的商品也存在滞销、退换货等情况，而产品退回国内成本高这一难题也困扰着跨境电商企业。而此次政策的实施将为企业减轻税收负担。

“海关总署等部门此次推出的退税补税政策将能更好地解决海外仓货物回流的问题。”中国贸促会专家委员会委员、对外经济贸易大学国际经济贸易学院教授王健在接受《中国贸易报》记者采访时表示，现在越来越多的跨境电商企业选择海外仓发货，卖家通过跨境电商把产品销售出去之前，先把产品运到国外市场的海外仓，像亚马逊物流就要求买家必须把产品运送到海外仓，以便提升物流配送效率，提高购买者的消费体验。但是海外仓的货物，并不一定能够全部顺利地完

成销售，海外仓再进行线上销售的电商品也存在因滞销、消费者退货等原因的退货需求。

王健分析道，“以往碍于退回国内成本较高，卖家选择在海外处理这些货物时，往往不得不降价销售，这给企业带来了很大的损失。如果能运回国内，进行出口转内销，这为企业处理退运货物提供了另外一种选择。这也充分体现了最近几年来贸易监管机构不断进行监管创新，推出与外贸新模式新业态相适应的各种政策和监管方式，给企业提供了更多的市场选择。”

在此之前，我国也出台了便利跨境电商出口退换货的政策措施，不断畅通跨境电商出口退货通道。2020年3月，海关总署发布的《关于全面推广跨境电商出口商品退货监管措施有关事宜的公告》提出，全面推广跨境电商出口商品退货监管措施，使跨境电商商品出得去、退得回，推动

跨境电商出口业务健康发展。2022年9月，商务部发布的《支持外贸稳定发展若干政策措施》提出，加快出台便利跨境电商出口退换货的税收政策。

“这些政策将有助于跨境电商出口增长、加快发展外贸新业态。”对外经济贸易大学国家对外开放研究院教授蓝庆新表示，按照原来的规定，出口商品退运回来，会增加企业不少的运营成本，制约企业扩大出口的动力。国家财政税收政策给予的支持，将有效地降低跨境电商企业的运营成本，减少企业的后顾之忧，从而促进企业积极开拓国际市场，勇于拓展出口业务，使得跨境电商企业能够提供良好的商品、优质的售后服务，赢得海外消费者的信赖，提升跨境电商企业的市场竞争力，对企业的长远发展、利润增厚有极大的促进作用。

温州麒麟云进出口有限公司业务主管谈道，“新政策将免除跨境电商

商货物退回国内的进口税，为我们提供了一个新的滞销商品、退换货的处理方案，对于企业来说是一种能够有效降低经营风险和损失的办法，为我们发展跨境电商业务注入了极大信心。”

王健说，跨境电商出口商品重新回到国内按道理也不应该缴纳进口关税和进口环节增值税等。海关总署推出的这项政策为跨境电商的全流程服务提供了配套的政策和监管方式，也解决了当前企业在跨境电商物流配送当中货物进出海关所碰到的各种问题。

在具体操作上，蓝庆新说，在退运商品处理中，海关、税务等部门应为企业提供优质的退税服务和指导，使得企业能够更好地享受政策优惠。《公告》还要求，严格按照政策规定享受税收优惠，企业申请办理进口免税等手续时，需按要求提供有关证明材料，不得出现偷税、骗税等违法违规行为。

国际商情

俄罗斯2022年农产品出口额同比增长约12%

俄罗斯农业部近日发布消息称，2022年俄罗斯向海外市场出口超过7000万吨农产品，出口额同比增长约12%。俄罗斯农业部副部长谢尔盖·莱温表示，俄罗斯农业部2022年在重新定位出口流向、建立新物流链、放宽相关支持条件等方面做了大量工作，今年将继续开拓新市场，扩大农产品出口潜力。数据显示，2021年俄农产品出口额为371亿美元，较2020年增长21%。

德国2022年外贸顺差连续第五年下降

德国联邦统计局日前公布的数据显示，经季节和工作日调整后，德国2022年商品出口额和进口额分别约为1.56万亿欧元和1.49万亿欧元，比上一年分别增长14.3%和24.3%。数据显示，德国2022年贸易顺差约为760亿欧元，连续第五年下降。德国联邦统计局表示，主要原因在于受乌克兰危机等因素影响，德国进口能源成本猛增。

欧洲央行继续大幅加息

欧洲央行近日宣布将欧元区三大关键利率均上调50个基点，并重申将维持资产负债表缩减规模，继续保持货币紧缩步伐。欧洲央行表示，欧元区最新通胀数据远高于欧洲央行2%的中期通胀目标，而且剔除能源、食品和烟酒价格的核心通胀率持续上升，说明价格压力仍然较大。欧洲央行行长拉加德说，虽然全球供应紧张正在逐步缓解，但推高欧元区通胀的潜在因素仍未消除，因此欧洲央行还将维持紧缩步伐，计划在3月的货币政策会议上继续加息50个基点，在后续会议上也可能维持紧缩步伐，避免通胀预期持续上升。分析人士认为，欧洲央行持续大幅加息虽有助于遏制通胀攀升，但同时将抬高借贷成本，抑制经济活动，欧元区经济短期内恐将表现疲软。

巴西1月外贸顺差创2006年以来同期新高

巴西发展、工业、商业与服务事业部近日公布的数据显示，今年1月，巴西外贸实现顺差27.2亿美元，创2006年以来同期新高。这也是巴西自2018年以来首次在1月份出现外贸顺差。数据显示，1月，巴西出口额为231.4亿美元，同比增长11.7%；进口额为204.2亿美元，同比下降1.7%。去年巴西外贸实现顺差623亿美元，创下1989年开始此项统计以来的最高纪录。根据巴西金融市场最新预测，今年巴西外贸顺差将达576亿美元。

(本报编辑部综合整理)