

习近平指出,作为两个世界大国,中美能否确立正确相处之道,攸关世界和平发展和人类前途命运。中方愿本着相互尊重、和平共处、合作共赢三原则,同美方推进互利合作,妥善管控分歧,合力应对全球性挑战,相互成就、共同繁荣,造福两国,惠及世界。希望中美关系全国委员会和各界朋友继续关心支持中美关系,为推动两国关系健康稳定发展发挥建设性作用。

——国家主席习近平10月25日向美中关系全国委员会年度颁奖晚宴致贺信

@中国贸易报

链接世界 共创未来
CONNECTING THE WORLD FOR A SHARED FUTURE

推进供应链国际合作
共享链博会发展机遇

首届中国国际供应链促进博览会即将进入最后30天倒计时,首届链博会将打造中外企业互动的开放型国际合作平台,为全球企业展示推广产品、技术和服务提供良好机遇。让我们一起来听听企业对链博会的期待。(扫描二维码查看原视频)



我国数字贸易总体规模不断扩大

本报讯(记者 王曼)在国新办24日举行的新闻发布会上,商务部国际贸易谈判代表兼副部长王文涛表示,数字贸易可简单分为两部分,一是以数字交付为特点的贸易方式,贸易对象是数据。二是以数字订购为特点的贸易方式,通常跨境电商交易的是货物,但交易通过数字订购来实现。我国数字贸易总体规模不断扩大并取得了比较好的成绩。

相对第一种贸易方式,去年,我国可数字化交付的服务贸易规模达2.51万亿美元,同比增长7.8%,在全球名列第五。今年前8个月,我国可数字化交付的服务贸易规模达1.81万亿美元,同比增长10.4%;就第二种贸易方式,去年跨境电商进出口额达2.11万亿美元,同比增长9.8%,创历史新高。今年1至9月,跨境电商进出口额达到1.7万亿美元,同比增长14.4%。

与此同时,我国数字贸易产业基础不断夯实。去年,我国数字经济规模达50.2万亿美元,同比增长10.3%,占GDP比重为41.5%。我国数据产量达8.1ZB,同比增长22.7%,在全球占比为10.5%,居世界第二。截至今年6月,我国网民规模达10.79亿,互联网普及率达到了75.6%。

此外,支撑数字贸易发展的新兴技术自主创新能力不断增强。世界知识产权组织发布的全球创新指数排名显示,去年我国创新能力综合排名全球第11。我国在人工智能、物联网、量子信息领域发明专利授权量居世界首位。

地理标志品牌为区域特色经济拓展国际空间

■ 本报记者 张寒梅 文/图

10月24日,由中国贸促会和河北省人民政府共同主办的2023中国国际地理标志品牌合作大会在河北省唐山市开幕。

中国贸促会会长任鸿斌在开幕式致辞中表示,地理标志是重要的知识产权类型,是促进区域特色经济发展的有效载体,也是国际贸易中产品的“经济护照”。新形势下,加强地理标志品牌国际合作,既是促进企业参与市场竞争、推动地方特色产业以及弘扬优秀传统文化的有力行动,也是推进高水平对外开放、构建新发展格局和推动高质量发展的现实需要。河北地处京津冀要地,区位优势明显,产业基础雄厚,发展潜力巨大,中国贸促会将进一步加强与河北省人民政府、国家知识产权局等各方的合作,强化联通政企、融通内外、畅通供需功能,织密服务企业网、扩大国际朋友圈,为中外企业深化合作搭建更多平台、提供更优服务。

近年来,河北省持续加强地理标志培育和特色产品保护,推动地理标志与生态文明建设、历

史文化传承以及乡村振兴的有机融合,地理标志保护运用工作取得显著成效。河北省人民政府副省长金晖表示,“十四五”以来,河北省地理标志保护产品新增量在全国位居前列,更多河北优质产品走进了千家万户。希望以本次大会为契机,加强交流互鉴,努力在地标产品保护、品牌培育提升、产业发展壮大等方面,寻求新的突破。

“地理标志产品传承着一个国家和地区的优秀传统,承载着特定区域的自然造化,在对外经贸合作和文化交流方面具有独特价值和重要作用。”国家知识产权局副局长卢鹏起谈道,作为地理标志主管部门,国家知识产权局将更大力度推进地理标志协同保护和有效运用,同时愿与社会各方各界一道,搭建更多展示推介和国际合作平台,擦亮地理标志“金字招牌”,打造更多兴农的“摇钱草”“致富花”,推动区域特色产业和品牌经济发展,让地理标志产品更好造福各国人民。

展览现场,国际专区、京津冀

专区、国内知名IP专区、重点省份专区、唐山专区、物流专区等六大专区的273家企业已早早做好准备,为国内外客商全方位展示来自11个国家的知名产品以及国内22个省(市、区)的近300种地标品牌产品。

在国内展区,贵州茅台、浙江安吉白茶、绍兴黄酒、福建福鼎白茶、江苏南京云锦、广西柳州螺蛳粉、黑龙江五常大米、宁夏贺兰山东麓葡萄酒、宜兴紫砂、红星宣纸、科尔沁肥牛、河北唐山骨质瓷、沾化冬枣等一大批具有代表性的地理标志产品悉数亮相。贵州茅台集团副总经理崔程表示,茅台将继续以“美学”延续匠心品质,通过涵盖美酒、美生活、美链接的“茅台美学”品牌文化体系,进一步提升系列产品的的美誉度,不断探索地理标志保护、运用以及“走出去”的新模式、新路径,让世界感受到来自东方的美。

在国际专区,来自奥地利、西班牙、英国、法国、意大利、塞尔维亚、葡萄牙、德国等欧洲国家的知名地标产业企业被重点邀请参展

交流,该展区设计简约、美观,极具欧洲风情,琳琅满目的展品涵盖了葡萄酒、火腿、威士忌、香槟、香肠、啤酒类的欧洲知名产品。

今年恰逢《中欧地理标志保护与合作协定》生效两周年以及中国与欧盟建立全面战略伙伴关系20周年,也正值中国与塞尔维亚签署自由贸易协定之际,为中欧地理标志交流合作带来了新机遇、拓展了新空间。欧洲国家知名商协会、国际组织、地标企业和采购商代表等在本次大会期间深入交流洽谈,增进合作共识,有力促进了中欧地理标志产品互通互鉴,为中欧经贸关系健康发展提供了新动能。

与会嘉宾也纷纷表达对加强中欧地理标志保护与合作、深化中欧经贸关系的美好愿景。奥地利国会议员、奥地利联邦商会副主席克里斯托弗·马茨内特表示,希望在地理标志领域与中国加大合作,特别是与同为中国工商界代表的机构——中国贸促会加强沟通联系,共同为促进两国贸易、文化交流合作,增进奥中两国人

民友谊作出积极贡献。

随着全球化为地理标志产品的发展提供了更广阔的国际市场空间,质量认证扮演的重要性日益显现。在法国必维国际检验集团中国战略业务发展总监朱浩坚看来,质量是地理标志产品的核心,而标准则是量度质量的一把尺。他表示,中国的地标产品已经是一张闪亮的名片,如果能同时符合欧洲或其他国家和地区的要求,那便可以把产品卖至全球。目前中欧互认了275个地标产品,如果要拓展更广阔的海外市场,标准接轨非常有必要,只需申请一次认证,便可以得到多国认可。因此,中国需要提升标准化水平,完善质量认证体系,更要加强国际交流,学习各国标准,为同线同标同质做准备。

此次大会期间,9个合作项目成功签约,还颁发了首批55份贸促会《地理标志产品品牌证明书》,力争培育一个地标产品,形成一个区域品牌,带动一个特色产业,为区域经济高质量发展提供有力支撑。



10月24日,由中国贸促会和河北省人民政府共同主办的2023中国国际地理标志品牌合作大会在河北省唐山市举行。图为参观观众在英国展区了解酒类产品。

进博会成外企深挖中国广阔市场绝佳平台

■ 本报记者 马晓明

“一大批高端装备制造、绿色环保、生物技术等领域新品将在第六届进博会上迎来首发首展;厄瓜多尔的麒麟果、贝宁的菠萝等农产品将通过本届进博会进入中国市场……进博会持续释放开放红利,成为外国企业深挖中国广阔市场潜力的绝佳平台。”商务部副部长盛秋平在国新办10月23日举行的新闻发布会上介绍,第六届中国国际进口博览会将于11月5日至10日在上海全面线下举办,目前第六届进博会各项筹备工作已基本就绪。

今年,进博“朋友圈”持续扩大。本届进博会预计将迎来154个国家、地区和国际组织的来宾。已有超过3400家参展商和39.4万名专业观众注册报名,全面恢复到疫情前水平。百余名世界500强和行业龙头企业全球总部高管已确认来华参加进博会,规模创新高。

力拓集团首席商务官兼中国区主席白睿明(Alf Barrios)表示,今年是力拓第六年参与进博会,也是第二次以展商身份亮相。进博会是中国分享发展机遇、推动国际合作的重要平台,它为像力拓这样的企业提供了与中国伙伴深化交流、拓展市场的绝佳机遇。“中国不仅是力拓最大的市场和重要的战略合作伙伴,也是我们技术、人才和解决方案的重要来源。我们期待与中国持续开展共赢合作,为中

国的高质量发展提供稳定、优质的产品与服务,并和中国伙伴携手推动整个价值链的脱碳。”据介绍,力拓在本届进博会上将首次展示其突破性专利低碳技术。

国家充分展示各方开放合作意愿。本届进博会参展国别覆盖五大洲,已有69个国家和3个国际组织确认将参加国家展。其中,11个国家首次参展,34个国家首次线下参展,洪都拉斯、哈萨克斯坦、塞尔维亚、南非、越南等担任主宾国。中国馆面积增至2500平方米,规模为历届之最,以“中国式现代化新成就为世界提供新机遇”为主题,设立“中国自由贸易试验区建设十周年成就展”,重点展示我国推进高水平开放和高质量发展的最新成果。

本届进博会企业展质效显著提升。展览规模更大,展商质量更高。展览面积约36.7万平方米,参展的世界500强和行业龙头企业数达289家,均超过之前历届水平。全球十五大整车品牌、十大工业电气企业、十大医疗器械企业、三大矿业巨头、四大粮商、五大航运公司等均已确认参展。展区设置更优,新品集中亮相。展区设置聚焦高质量发展和高品质生活,能源低碳、人工智能等科技前沿类展览专区以及生活消费类题材展览面积增长30%,超过400项新产品、

新技术、新服务将集中展示。对接精准专业,多措并举促进成交。各地方和有关部门组建39个政府交易团和4个行业交易团,下设750余个交易分团。

“进博会作为中国推动高水平对外开放的重要平台,充分彰显出中国向世界开放市场、让世界共享‘中国机遇’的决心。六年来,越办越好的进博会为拜耳等跨国企业提供了把握中国市场脉搏、促进各方交流与合作和积极融入中国经济发展的重要窗口。”拜耳集团处方药事业部全球执行副总裁兼中国区总裁、拜耳集团大中国区总裁周晓兰表示,中国一直是拜耳全球至关重要的战略市场之一,也是拜耳最可靠、最强劲的增长引擎之一。今年,拜耳将携旗下三大事业部——处方药(及影像诊断)、健康消费品和作物科学连续第六年参展,继续紧抓“进博机遇”,进一步扩大展台面积,充分发挥全方位的“溢出效应”,展示多个领域内的创新成果,缔结多项本土合作,加强与各界伙伴的交流互动。

统计显示,前五届进博会展示超过2000项代表性首发新产品、新技术、新服务,累计意向成交额近3500亿美元。进博会一方面积极引进先进技术装备、高端零部件、中间品及消费品,展示全球产业发展趋势和前沿成果,助力产业

升级,丰富国内供给,提升消费品质。另一方面,展商、展品双境外的特点使进博会成为国内国际双循环天然连接点。

看好“中国机会”,进博会成了不少外企彰显信心的舞台。上世纪90年代中期进入中国的美利肯是老朋友,却是今年进博会上的新面孔,看中的也正是中国转型升级进程中的绿色机遇。据悉,美利肯将打造“零碳展馆”,尽可能使用可循环材质,以及通过碳交易所完成9吨国家核证资源减排量注销,以抵消在展会筹备、展示和收尾全周期过程中产生的温室气体排放,用实际行动践行可持续承诺,助力中国“双碳目标”实现。同时,美利肯将在进博会期间举办多场活动,包括首次发布公司2023年全球可持续发展报告和今年个人防护设备(PPE)行业观察白皮书。

盛秋平表示,下一步,商务部将与有关部门一道,多措并举促进全球优质产品进口。会同有关部门修订《鼓励进口技术和产品目录》,支持企业扩大先进技术、重要装备和关键零部件进口,促进产业结构调整和优化升级。充分发挥进博会等重大展会贸易平台作用,放大各类展会溢出效应,推动更多优质商品、技术和服务进入中国,促进企业交流对接,让更多企业共享中国市场机遇。

中贸时评·十评一带一路之九

数字丝路提供全球贸易发展新范式

■ 周念利 李思惠

数字丝路把数字经济发展和“一带一路”倡议相结合,可充分提升“一带一路”共建国家之间的合作空间,推动“一带一路”从做细做实的“工笔画”阶段,进入追求高质量发展的新阶段。数字丝路赋能“一带一路”的“互联网+”并为全球贸易提供了数字化发展新范式,通过增强与数字经济贸易有关的“软硬件”建设,从数字基础设施建设、电商贸易新业态拓展、填补“一带一路”共建国家的技术型劳动力缺口、供给数字贸易规则等方面将全球贸易推向纵深发展。

破局全球贸易数字孤岛现象

数字丝路加强对“一带一路”共建国家传统基础设施的数字化改造,将数字产业与实体经济深度融合,增强国家间的互联互通,打造内联外通的全球物流网络体系,推进无纸化贸易从而促进传统服务的数字化转型,应对全球贸易中的数字孤岛挑战。基础设施建设互联互通建设包括交通方面的铁路、公路、机场、港口等传统基础设施项目的网络化、数字化和智能化改造,也包括通信方面的数字网络和区域通信干线基础设施建设。

当下全球贸易正以数字化形态快速变更,虽然已经逐步发展为复杂多样的数字生态系统,但是由于部分国家的数字基础设施建设滞后,导致国家与国家间的“数字鸿沟”加大,数字孤岛现象已经对全球贸易发展构成重大挑战。数字丝路通过建设各国的数字基础设施,促进各国互联互通,逆向抵消了数字孤岛现象的危害,给全球贸易发展带来数字化变革的动力。数字基础设施建设涵盖建设5G基站、铺设光纤电缆、建设和装备数据中心、构建工业互联网等。根据数字中国发展报告,2020年中国已与“一带一路”共建国家建成系统容量超过100Tbps的陆缆和海缆,将亚洲、非洲和欧洲的网络联通。近六年来,中国与周边国家累计建设34条跨境陆缆和多条国际海缆,依靠数字基础设施的保障,全球贸易的数字化交易将从碎片化向整体化、连续化、便捷化发展,业务成本将被大大降低,未来数字化贸易潜力将进一步释放。

促进跨境电商贸易新业态成长

近六年来,中国已经与24个国家建立了“丝路电商”的双边合作机制,经过数字丝路电商平台的不断发展,中国商品进入“一带一路”共建国家的消费市场,共建国家的商品也进入中国的千家万户。数字丝路促进外贸企业发展电商平台开拓市场,像阿里巴巴等企业开设了跨境电商直播,采用多样的数字化营销方式,如“工位直播”“直播逛工厂”“真人实时接待”等,向海外消费者推销商品。仅在今年3月的阿里巴巴集团跨境直播中,就有超过70万海外采购商和消费者观看了5万场的直播。随着丝路电商贸易的发展,与跨境电商相关的新业态应运而生,如云工厂、数字化供应链、智能生产系统配合海外仓、市场采购、离岸贸易跨境电商等。贸易新业态新模式不仅是推动中国乃至全球贸易的有生力量,也将成为未来全球贸易的发展重要趋势。在新兴的电商产业生态下,若云工厂、数字化供应链、海外仓和跨境直播等新业态有机结合,既提高贸易效率也增加出口产品利润,数字贸易将成为新的外贸增长点。(下转第2版)

编辑:王曼 联系电话:010-64664888-2041
制版:耿晓倩 E-mail:maoyibao1@163.com



官方微博



官方微信

本报常年法律顾问
北京市炜衡律师事务所
赵继明 赵继云 律师
电话:010-62684388