

RCEP“满月” 进口产品将更具性价比

自今年1月1日实施的《区域全面经济伙伴关系协定》(RCEP)已“满月”。这个全球人口最多、经贸规模最大、最具发展潜力的自贸协定,正在为区域经贸发展带来实实在在的好处,“朋友圈”越来越热闹。

华龙投资集团(柬埔寨)有限公司最近在RCEP下首次从中国广东省进口了橘子。公司总经理助理李秋英告诉记者,以前柬埔寨从中国进口产品,需要12个小时清关,而现在只需要6个小时,贸易流程更加便利。

这家企业表示,今后还会有越来越多的中国农产品出口到柬埔寨市场,柬埔寨热带水果等有潜力的农产品也会出口到中国市场,“而且价格会越来越便宜”。

柬埔寨丰龙华进出口运输有限公司经理金保罗表示,RCEP简化了海关流程、装运清关和其他相关规定,将促进物流、分销和供应链弹性,进一步促进商品和服务流动,深化区域经济一体化,提高区域竞争力。“RCEP是对本地区乃至全世界的企业和民众的新年大礼,将成为后疫情时期地区和全球经济复苏的推动力。”



这是1月1日拍摄的正在进行集装箱装卸作业的文莱摩拉港码头。

新西兰纽仕兰乳业全球研发总经理罗伊·范登克表示,由于贸易环境更加自由,新西兰输华乳制品关税将有所减少,让消费者获得更好的性价比,让企业获得更多销售红利。

日本三井之寿酿酒厂董事井上幸

继说,RCEP生效前,关税和储运成本导致日本清酒在中国市场价格较高;RCEP生效后,关税逐步下调,对企业“真是一个好消息”。井上幸继介绍,日本清酒在中国市场很受欢迎,进口量逐年增加,销路越来越好,希望中国消费

者都能喜爱清酒。

不仅企业为此高兴,日本农林水产省、日本贸易振兴机构等日前纷纷举办讲座和宣介会,帮助中小企业更好利用RCEP生效后的便利贸易条件。日本贸易振兴机构名古屋贸易信息中心负责人增田智子说,受疫情影响,企业难以出国参加展会、推介商品或面对面与客户会谈,RCEP为中小企业大力发展电子商务提供了契机。

澳大利亚悉尼科技大学澳中关系研究院院长詹姆斯·劳伦斯森表示,RCEP的生效表明区域内国家希望贸易更加开放、自由,更加一体化。劳伦斯森说,根据亚洲开发银行等机构的研究,RCEP将给亚太地区带来重要的经济收益,让更广泛领域的贸易变得更容易,也用实际行动反对贸易保护主义。

“你装满食物篮,我装满食物篮,大家就会茁壮成长,兴旺发达。”新西兰新中跨境电子商务基金会主席克里斯·利普斯科姆借用新西兰毛利人谚语表示,各经济体只有通过合作才能获得更多利益,RCEP带来了更多合作机会。

(新华)

地方动态

《京张体育文化旅游带建设规划》印发 加强奥运场馆赛后利用 打造重要赛事活动集聚地

1月29日,文化和旅游部、国家发展和改革委员会、国家体育总局联合印发了《京张体育文化旅游带建设规划》(以下简称规划)。

规划范围包括北京市7个市辖区和张家口10个区(县),总面积2.48万平方公里,辐射北京市和张家口市全域范围。规划提出,到2025年区域体育文化旅游产业布局、产品供给及高质量产业发展体系初步形成,到2035年全面形成。在空间布局上,形成一轴(以京礼高速、京藏高速、京新高速和京张高铁等主要交通干线为京张体育文化旅游带建设发展主轴)串联、三核(奥运遗产体育文化旅游发展核、延庆体育文化旅游发展核、张家口体育文化旅游发展核)引领、六区(“双奥”之城展示区、城市活力时尚区、体育科技创新区、生态休闲发展区、长城文化体验区、草原生态运动区)联动的空间布局。

其中,张家口体育文化旅游发展核以张家口市中心城区和崇礼区为核心,

深入挖掘张家口历史文化,大力推进长城国家文化公园(大境门段)等重点项目建设;增强赛事运动配套服务功能,推动体育文化旅游产业集聚发展。完善崇礼国家级旅游度假区和七大滑雪场建设,科学推动奥运场馆可持续利用,集中发展高端赛事、山地户外运动、康养旅居、休闲度假、演艺文创、主题游乐、会议会展、夜间消费等全时全季多业态产品,打造国内避暑度假胜地和世界知名滑雪旅游胜地。

规划提出,要加强奥运场馆赛后利用,打造重要赛事活动集聚地。提升赛事活动举办和服务水平,推动奥运场馆承接国内外各级各类冰雪竞技赛事,着力打造服务全国、辐射世界的顶级赛事集聚地。支持开展单板滑雪、空中技巧等具有较强观赏性的精品冰雪竞演活动,积极引入电子竞技、竞赛展演、时尚运动等特色赛事展会,推动品牌赛事多元化发展。建设冰雪运动训练基地,依托奥运场馆及设施,引进国际一流冰雪

人才培训系统,优化冰雪人才队伍,加强与国内外知名体育高校交流合作,加大冰雪运动人才培养力度,加快冰雪运动培训体系建设,打造延庆、崇礼国家综合训练基地。推广普及冰雪运动,建设“带动三亿人参与冰雪运动”示范区。支持延庆区、崇礼区以奥运场馆为核心,充分利用自然生态优势,合理布局建设户外运动项目。

打造国际奥运文化名城,实施张家口城市品质提升行动,打造一批奥运城市特色街区,提高城市建设、管理、服务水平;拓展“雪如意”文化和旅游功能,打造集观光休闲、时尚餐饮、购物娱乐、会展演出等功能于一体的城市标志性建筑。建设长城国家文化公园,以大境门和崇礼长城为核心,统筹宣府镇城、万全右卫城、赤城独石口长城、怀来样边长城等保护利用。培育百年京张文化品牌,推动开行“百年京张”主题旅游专列。加强文化遗产保护传承利用,加快推进太子城考古遗址公园、元中都国

家考古遗址公园等建设。

推动旅游业高质量发展,实施旅游精品建设工程,加强高等级旅游景区建设,鼓励发展旅游度假区,加强旅游休闲街区建设,推动乡村旅游提质升级,推进全域旅游发展。推进特色旅游发展,大力发展冰雪旅游。突出资源环境和冰雪文化特色,加大冰雪旅游设施建设力度,提升产品服务水平,推动建设健身休闲、竞赛表演、运动培训、文化体验一体化的滑雪旅游度假地。鼓励结合自身冰雪旅游资源,推出一批兼具民俗风情和冰雪文化特色的冰雪旅游主题精品线路,建设一批集滑雪、登山、徒步、自驾、非遗体验、冰雪文化展示等多种体育文化旅游活动为一体的高品质、复合型冰雪旅游基地。

规划还提出,要深化区域协同发展,构建快旅慢游交通体系,共建优美生态环境,推动产业分工协作,完善公共服务体系等。

(河北日报)

探索“一展多地”跨境会展模式

广东出台21条措施推动服务贸易高质量发展

服务贸易是国际贸易的重要组成部分和国际经贸合作的重要领域,在构建新发展格局中具有重要作用。1月29日,广东省政府官网发布《广东省推动服务贸易高质量发展行动计划(2021—2025年)》(以下简称《行动计划》)。

根据《行动计划》,2021年至2025年全省服务贸易总额不低于45000亿元,保持位列全国前三,并力争新兴服务贸易、数字贸易额年均增长不低于15%,服务外包额年均增长5%以上,逐步构建与国际通行规则相衔接的服务业开放体系。

加快发展新兴服务贸易

《行动计划》从加快发展新兴服务贸易、促进传统服务贸易转型升级、强化服务贸易主体培育及平台建设、完善服务贸易促进体系等方面提出了21条具体措施。在业内专家看来,未来服务贸易将成为我国经济发展的强劲引擎,为经

济发展持续提供动能,而以数字贸易为核心的服务贸易创新发展将成为未来全球贸易的发展前沿。

在加快发展新兴服务贸易方面,《行动计划》提出发展数字贸易、技术贸易、专业服务贸易、金融服务贸易等,加强知识产权保护 and 运用,培育数字贸易载体和数字服务出口集聚区,创建国家数字贸易示范区。

其中,广东将制定省级数字服务出口基地认定标准,认定一批省级数字服务出口基地。支持国家数字服务出口基地建设,打造数字贸易载体和数字服务出口集聚区,创建国家数字贸易示范区。此外,还将推动移动支付工具在粤港澳大湾区互通使用。

在技术贸易方面,广东将重点支持新一代电子信息、生物医药与健康、智能机器人等广东十大战略性新兴产业和十大战略性新兴产业发展,培育一批有特色、善创新、具有全球技术服务能力的市

场主体。支持企业围绕“新技术、新产业、新模式、新业态”开展技术引进,通过消化、吸收、创新,培育形成具有自主知识产权的技术出口竞争新优势。

为大力提升金融服务贸易水平,《行动计划》提出,稳步推进与港澳金融市场互联互通和跨境金融监管,推动粤港澳大湾区金融市场双向开放,支持深圳证券交易所、广州期货交易所与香港联合交易所深化金融产品与服务合作。

在加强知识产权的保护和应用方面,《行动计划》提出,支持服务贸易中有关的专利、商标、著作权、工业品外观设计地理标志的国际注册或登记。建设粤港澳大湾区地理标志产品贸易运营平台,加强区域地理标志产品运用,引导区域地理标志产品产业化、品牌化建设。

促进传统服务贸易转型升级,是《行动计划》的重要内容。其中提出,加快传统贸易数字化改造,发展旅行服务贸易、运输服务贸易、文化贸易、中医药特色服

务贸易、服务外包等,推动粤港澳大湾区建设全球贸易数字化领航区。

支持服务贸易重点平台做大做强

为强化服务贸易主体培育及平台建设,《行动计划》提出,培育壮大服务贸易市场主体,依托“两个合作区”深化服务贸易改革,支持服务贸易重点平台做大做强,深入推进服务贸易创新发展试点和服务外包示范城市建设,高水平办好粤港澳大湾区服务贸易大会等展会。

其中,广东将争取放宽各类投资者在横琴粤澳深度合作区、前海深港现代服务业合作区开展投资贸易的资质要求、持股比例、行业准入等限制。

广东还将支持服务贸易重点平台做大做强,争取国家支持创办中国(广东)国际工程交易会,开拓全球性工程建设领域全链条产业交易市场。在广州、深圳探索内地与港澳“一展两地”或“一展多地”的跨境会展模式,为会展工作人员、专业参展人员和持有展会服务证明的境外游客依规办理与港澳联合举办会展期间(展期14天内)的多次入境有效签证(签注),允许多次往返港澳与内地之间。

(南方日报)

贸易类、服务贸易类等不同展会类型,将给予60%至100%的展位费补助。“一个国际展位的展位费约在三四万元,规模稍大的企业需要4个及以上的展位,60%的补助将为企业省下一笔不小的支出。”该工作人员说,“同时,为了鼓励外贸企业积极拓展国内市场,我们对参加由省级厅(局)要求地方组织参展或由政府统一组织参展的国内贸易展会(列入省、市年度展会目录的),给予参展企业展位费全额奖励。”

具体实施细则制定完成后,将由各县(市、区)商务局通知到相关企业。届时,企业只要按照流程申报资料,经审核通过后即可领取补助。

(金台资讯)

■ 会展新说

成都市政协委员桂汉峰:

积极引入有全球影响力的展会大IP 提升成都国际影响力

会展业,因具有高效性、聚集性、科技性、互动性等多重效应,被称为“经济发展的加速器和助推器”,在国际上被称为“触摸世界的窗口”和“诱人的城市面包”。

近年来,成都不断出台新的举措和政策,促进和保障会展业健康发展。

1月22日,成都市政协委员、致公党中央海外联谊专委会委员桂汉峰对成都会展业高水平发展建言献策。

“经过连续十年的发展,成都会展行业不断取得突破。然而,成都依旧没有从本地产业土壤成长和发展起来的全国性乃至全球性龙头会展,仍然存在着品牌化和国际程度不高、成都会展业与农商文旅体的融合发展还不理想,未能有效地整合会展资源。除了全国糖酒会等极少数具有全国性的影响力展会外,有知名度的展会数量不足。永久性落户成都的、具有竞争力、国际知名的展会数量较少,且展会的专业化、规范化、国际化水平与北上广城市存在一定的差距。”桂汉峰对行业有着持续观察,他认为,成都作为国际会展之都更应该站在全球视野上孵化全球性会展龙头企业,招引国际大型自办展IP,以此应对国内外竞争,争取到全国乃至全球会展话语权,来提升成都世界级城市的影响力。

对此,桂汉峰认为,应强化以西博城为主的场馆服务和展会品质提升,利用大型展馆优势吸引优质会展项目

和会展企业落户成都。成都有必要加强更具有吸引力扶持政策,出台鼓励措施,提升大型会展企业和展馆的国际竞争力。营造国际一流会展业发展空间。

同时,积极引入有全球影响力的展会大IP,比如“巴拿马太平洋国际博览会”“世界博览会”“达沃斯论坛”“全球经济发展论坛”等具有悠久历史、全球品牌,合力打造一批具有全球影响力的自有展会IP,进一步推进长江经济带、西部大开发等区域发展战略落地实施。

此外,应鼓励会展业创新发展,鼓励线上线下融合办展,支持会展业国际化发展,大力推广“论坛+博览会”模式,吸引高级别国际论坛及全球影响力的博览会在成都举办并给予在成都永久性落户的支持。

对接国际通行准则和国际一流水准,加快研究出台会展服务、会展经营、绿色会展、评估认证、知识产权保护、展会评级、展会安保等领域的地方标准,大力培育第三方服务机构,提高行业协会专业化程度,构建政府、行业协会、市场主体多方参与、多元治理的行业发

展标准。引进具有国际视野的高端专业会展业人才,落实好落户、补助等优惠政策,支持大专院校设置会展专业,大力培养会展业专业人才。推动将会展专业人才纳入市有关人才库,吸引优秀从业人员。(封面)

图上看展

全球琥珀珍品展在沪开幕



2月1日,“自然瑰宝——全球琥珀珍品”展在上海自然博物馆正式拉开帷幕。展览展出产自全球各地的500余件琥珀珍品藏品,

从自然演变、生命生态、文化艺术的角度深层次解读琥珀,向参观者呈现琥珀这一类自然瑰宝的价值与魅力。



成都元宵商品展举行

为给速冻食品、酒水饮料、农副产平台,方便广大市民新春购物,由四川省市场营销协会、四川省供货商商会主办的2022成都元宵商品展于2月5日在顺城大街富力广场一楼开幕。

本次元宵商品展以“倡导绿色

消费、助力乡村振兴”为主题,重点展销三全、龙凤、思念、元祖、赖汤圆、大齐好人家、快厨、宁波汤圆等数十个南北风味品牌汤圆,以及名酒、肉制品、休闲食品、粮油、调味品、农副土特产、春节礼品、家居小百货、服装服饰等名优商品,参展企业100余家,展品种类近万种。

鼓励企业参加展会 加快“走出去”步伐

浙江台州“代参展”模式将纳入补助范围

近日,浙江省台州市出台实施《精准惠企促发展 扩大投资稳增长30条》,在增效篇中,“加大展会支持”这条举措,以真金白银的高额展位补助,推动企业迈开“走出去”的步伐,为它们拓展海内外市场,提供坚实的后盾。

台州市商务局对外贸处相关工作人员介绍,由于全球新冠肺炎疫情,境内外展会的举办和参加都受到较大影响。“今年,我们将确定台州市重点支持类境内外展会项目,并给予较大比例

的展位费补助,鼓励它们‘走出去’。”

在补助形式上,除了传统的线下参展和疫情下出现的线上展会,2022年,企业以“代参展”模式参展的展位费也将被考虑纳入补助范围,享受同等待遇扶持政策。

“代参展”是国内参展企业只将产品和产品册、企业资料、名片等发往展会,在展会实体展位展示,企业人员则留在国内,利用视频会议软件与现场人员取得联系,实时与重要买家进行在线

洽谈,通过现场代理人员协助沟通,收集买家名片,帮助参展企业获得买家信息的模式。

“因国际人员移动受限,‘代参展’作为一种新的模式应运而生。”该工作人员说,后疫情时代,“代参展”有效弥补了参展企业海外参展的限制,同时保障现场采购商“看得见”“摸得着”“谈得好”的需求,将这种方式纳入补助,能够有效帮助企业开拓海外订单。

在补助力度上,按照名单上的货物