

常州 外贸 促

2024 年第 3 期

总 324 期

(内部资料 免费交流)



主 编：季 斌

副主编：张 进 欧阳俊

编 辑：姚一枝 李 华

毛熙嘉 周 虹

姜明珠

准印证号：S (2024) 04000026

印刷日期：2024 年 4 月 3 日

印 数：600 份

本 期 目 录

(贸 促 动 态)

- 华交会我市参展企业数量创新高……………(1)
我会调研 SPSPG 展和亚洲国际模具展……………(1)
“贸促服务助企行”常州宣讲会圆满举办……………(2)
进出口合规专题培训成功举办……………(3)
我会成功举办泰中(常州)投资推广交流会 ……(4)
跨见新机遇,境发新活力……………(5)
中国信保江苏分公司常州营业部一行来我会座谈交流
……………(6)

(经 贸 资 讯)

- 我国新能源汽车形成具有全球影响力的新质生产力
……………(7)
驱动传统产业“蝶变”提升外贸竞争力……………(8)
光伏产业竞争加剧 为行业带来新机遇 ……(11)
拥抱外贸小订单结合 B2C 的创新趋势……………(12)

(调 研 报 告)

- 基于“双碳”目标下的常州外贸高质量发展路径研
究(下) ……(14)

(案 例 选 编)

- FTA 中微小含量规则的正确应用……………(18)

(贸 易 预 警)

- 巴西对华聚酯短纤启动反倾销调查 ……(20)

(展 会 推 介)

- 2024 年印度尼西亚国际机械制造展览会 ……(23)
2024 年中国消费品(澳大利亚)品牌展 ……(24)

(好 书 荐 读)

- 《硅谷钢铁侠》《感谢自己的不完美》……………(26)

有涉外商事争议 请找“常州市涉外商事法律服务中心”

为积极发挥常州市商事法律专家委员会作用，充分利用涉外律师的业务专长为我市涉外企业提供便捷、优质的法律服务，常州市商务局、常州市司法局共同设立了“常州市涉外商事法律服务中心”，并于2019年4月23日正式挂牌成立。

一、服务内容

1. 接受涉外法律事项咨询，帮助企业在日常生产经营活动中防控法律风险。

2. 走访有需求的涉外企业，搜集案件信息，化解潜在纠纷，提供合理化建议，帮助企业避免和应对涉外商事纠纷。

3. 提供专业代理服务，并通过涉外律师的国外网络，帮助企业在全球范围内维权。

4. 通过常州贸促会公众号、会刊及常州市律协网站等渠道发布典型案例供企业参考借鉴。

5. 定期举办法律讲座，进行法律法规解读和宣讲、国际经贸风险预警，帮助企业做好风险防控和纠纷应对。

二、工作机制

1. 服务中心律师受理企业咨询均为公益性免费服务。如需律师代理案件，代理服务收费由企业与企业与律师按照法律及国家规定另行协商确定。

2. 申请服务企业须填写“法律求助申请表”并备案。

三、服务人员

中心服务人员由涉外律师和常州贸促会法律部人员组成。律师人选为常州市律协选派的优秀涉外律师。

四、办公地点和时间

常州贸促会法律部。每周五14:00-17:00，遇节假日顺延至下一周五。

联系电话：86183691

华交会我市参展企业数量创新高

3月1日至4日，第32届华东进出口商品交易会在上海新国际博览中心举办，展览总规模12.65万平方米，设有服装服饰、纺织面料、家庭用品、装饰礼品、境外展区和跨境电商6大专业展区。常州交易团共组织了38家企业55个展位，参展企业数量、质量均创历史新高。

展会首日，市交易团团长、市商务局副局长彭立一行巡馆并对我市参展企业开展走访调研。彭立先后来到五洋纺机、耀春格瑞、江苏恒源、屿间园艺、健龙金属等展位，与企业负责人亲切交谈，详细了解企业参展、一季度生产经营状况以及新品研发、品牌建设、数字贸易等方面情况，认真听取企业诉求和意见建议，勉励企业在当前世界经济增长乏力、重点市场需求下滑等外部环境下，要充分借力华交会等国际经贸平台，抢抓出口新机遇，培育竞争新优势，全力拼抢RCEP、“一带一路”国别市场及中亚、非洲等新兴市场，力拓跨境电商新业态，主动融入双循环新趋势。我市参展企业反馈，通过此次华交会，高效对接采购商新需求，斩获多个新商机。

3月3日，我会季斌会长一行赴上海，走访调研了我市参展企业。

后续，常州交易团将围绕稳规模优结构提质量的总要求，在继续做好全程服务保障的同时，延伸服务链条，畅通产业链、供应链和物流链，助企提升参展效果，全力推动我市外贸高质量发展。

我会调研 SPSG 展和亚洲国际模具展

3月4日，由德国法兰克福展览集团主办的广州国际智能制造技术与装备展览会（“SPSG”）和亚洲国际模具展在中国进出口商品交易会展馆开幕。展会以“活用自动化，迸发高质量智能制造”为主题，来自海内外

核心原材料、关键零部件、高端仪器设备、工业基础软件等领域的优秀品牌企业齐聚于此，成为诠释新质生产力的“生动缩影”，也是企业开拓亚洲乃至全球商机最有效平台之一，共有来自境内外的 700 多家企业参展。

为持续发挥省贸促会“品牌产品丝路行”活动效应，让更多的新质生产力技术、产品、企业加快开辟产业发展新空间、开拓新市场，我会结合我市产业优势，精选常州大晋纳米科技、常州瑞固铭机械、常州精控电机等 4 家企业参展。

展会首日，我会季斌会长一行对我市参展企业走访调研，详细了解企业生产经营状况以及新品研发、数字贸易等方面情况，认真听取企业意见建议，鼓励企业抢抓新机遇，培育新优势，全力拼抢 RCEP、“一带一路”市场及南美、非洲等新兴市场，发掘更多贸易新机会。他希望企业不断发挥在工业智造领域的核心竞争优势，为常州培育新质生产力提供源源不断的创新活力和发展动力。开展首日，精控电机、瑞固铭机械等参展企业与多家外商达成了意向订单。

后续，我会将持续聚焦 RCEP 和“一带一路”沿线市场，织密服务企业网，助企提升参展效果，让更多的企业用足用好各项红利政策,实现内外市场联通，进一步扩大国际朋友圈，提升贸易投资合作质量和水平,奋力推动我市外贸稳进提质，为发展新质生产力提供有力支撑。

“贸促服务助企行”常州宣讲会圆满举办

为帮助企业了解全球贸易新变化，熟悉和运用自贸协定相关规则进一步开拓国际市场，3月12日，由江苏省贸促会主办，常州市贸促会承办、溧阳市商务局协办的“贸促服务助企行”宣讲会顺利举办。来自政府相关部门、以及溧阳市 70 余家重点外贸企业的 120 余位外贸业务负责人参会。溧阳市商务局副局长范广超主持会议，省贸促会发展研究部部长张超、我会副会长欧阳俊、溧阳市外事办副主任宋超出席了会议。

会上，省贸促会发展研究部部长张超就“当前国内宏观经济形势分析”这一主题，深入浅出地给予了4个小时的专业解读和指导，建议企业立足供给侧和需求侧变化，积极采取应对举措、拓展国际市场。省贸促会商法中心主管汤寅宏为企业讲述了企业国际化经营中需重点关注的国际贸易风险防范与化解，常州市贸促会宣讲人员结合具体案例，详细介绍和解读了RCEP等自贸协定政策规则、原产地证等内容，鼓励企业用足用好政策红利。活动现场气氛热烈，与会代表纷纷表示，此次宣讲会对今后开展外贸业务具有很强的实用价值和指导意义，更坚定了大家今后合理利用贸易协定，积极“走出去”的决心。

下一步，我会将继续结合新形势新要求，聚焦外贸企业新需求新期盼，创新企业服务模式，精准助力全市开放型经济高质量发展。

进出口合规专题培训成功举办

为进一步推动外贸高质量发展，加强进出口合规建设，3月1日下午，市商务局、市贸促会共同举办了“进出口合规”专题培训，来自全市160多家企业的190多位代表参加了本次培训。

会上，大成律师事务所合伙人倪建林律师就国际经济制裁和贸易风险防范做了专题解读。随后，市贸促会法律部围绕企业合规的意义和价值、企业合规师新职业作了分享交流。企业合规师作为国家新职业为企业合规加注了“助推剂”，开展企业合规专业人员培训体系建设，有助于我市企业全面提升风险防控和合规经营能力，促进国际化经营与发展。

当前，企业面临日益复杂的外部环境和严峻的合规风险，欧盟碳边境调节机制、美国《通胀削减法案》等规则不断出台。自去年江苏省首家企业合规师培训示范基地落地常州以来，来自我市的127名律师、会计师、企业法务、公职人员等合规从业者，参加了我会组织的合规师系列培训，通过80个标准学时的线上学习和线下培训，对合规的整体概念、框架、合

规划建设等有了全面而深入的了解。

今年，我会将继续以企业合规师培训示范基地共建为纽带，汇聚各方专业资源，开展内容丰富、形式多样的合规活动，打造法商融合型、复合型、外向型的合规人才，助力常州企业在国际化经营中行稳致远。

高质量融入“一带一路”建设

我会成功举办泰中（常州）投资推广交流会

为推动我市融入“一带一路”建设，把握 RCEP 市场机遇，助力“两湖”创新区高质量发展，3月26日，由江苏省贸促会、泰国投资促进委员会主办，江苏省跨国采购促进中心、常州市商务局、常州市贸促会、常州国际商会承办，常州西太湖科技产业园管委会协办的泰中（常州）投资推广交流会在两湖创新区规划展示馆成功举办。来自我市33家企业的37位代表参加了本次会议。泰国投资促进委员会上海办事处主任钟宝芬、省跨国采购促进中心主任施水英、西太湖科技产业园管委会副主任朱佳莉等领导 and 嘉宾出席活动。

会议由常州市贸促会会长季斌主持并致辞，钟宝芬主任详细介绍了泰国贸易投资环境与优势、泰国投资委职能及吸引投资最新鼓励措施、一站式服务等。常州延陵电子、江苏海鸥冷却塔、丰乐投资集团、常州聚和新材料、江苏正永地面装饰材料、常州维意乐生装饰材料等6家企业代表分享了在泰国的投资经验和情况。现场参会企业纷纷表达出强烈的合作兴趣，并和泰方就土地、税收、用工等具体问题进行了深入交流沟通。

会议还特邀上海上海翼胜事务所创始人、所长翟羽先生，江苏钟鸣律师事务所合作人舒婷婷女士分别讲解了泰国投资法律实务和“一带一路”法律服务平台。

此次活动为我市企业搭建了泰中经贸交流合作的平台，通过集中展示“一带一路”和 RCEP 协议国家的优势资源，进一步拓宽了我市企业的国

际视野，为以后深化产业合作、实现经贸互惠，更好更稳地“走出去”打下坚实的基础。

期间，钟宝芬主任等一行还参观了两湖创新区规划展示馆，聚和新材料、澳弘电子、理想汽车、建科院、兆晶光能等我市企业，对我市两湖创新区和新能源之都建设给予了充分肯定和赞赏，希望为深化泰国和常州经贸合作发挥更大的作用。

跨见新机遇，境发新活力

3月18日-20日，第四届中国跨境电商交易会（简称“跨交会”）在福州成功举办。本届跨交会规模5万平方米，展会以“新市场、新渠道、新体验、新视野、新布局”等新亮点，吸引亚马逊、eBay、Lazada等全球30多个跨境电商平台和全国80多个出口型产业带1500多家参展商，展现了跨境电商行业蓬勃的生命力。

我会组织五洋纺机、瑞顺新材料、千代众享、常州综保区、卓成跨境通等15家外贸品牌企业、跨境电商产业园及供应链企业精彩亮相第四届中国跨交会，展示各自的拳头产品，积极与跨境电商平台及服务商对接，搭乘跨境电商东风，开拓更广阔的市场。

展会期间，“常州智造”一经亮相，吸引了诸多平台商铺及跨境卖家的关注。致力于创新城市出行智能短途交通的千代众享（常州）科贸有限公司，拥有自主研发能力、自主知识产权和特色的电动滑板制造技术，针对不同市场需求，为客户定制化设计电动自行车。企业Trotter品牌旗下的Funkywheel电动滑板系列，其独特的设计和酷炫的单板骑行方式，为户外运动爱好者带来全新的滑行体验，超强的爬坡能力，丝滑的滑行体验给玩家们留下深刻的印象。此款产品在展会上一亮相即屡屡吸睛，成为众多跨境选品商的焦点。

生产玻璃纤维布、预浸玻璃纤维布及硅胶涂层压延玻纤布等产品的常

州市瑞顺新材料科技有限公司，其产品应用涵盖船舶、风电、消防、体育器材等行业。作为跨交会的新面孔，本次展会上呈现的以玻璃纤维制成的防火毯、防火斗篷、烧烤垫等产品获得了观展商的一致好评。“通过此次展会，让我们对接了许多跨境商家和平台，接洽了不少跨境大卖家。”瑞顺新材料赵经理说。本次跨交会，为企业与各大电商平台和服务商深入交流、深度对接提供了良好契机，有效帮助企业拓宽海外终端市场。

展前，我会还组织各辖市区商务部门、常州综保区及部分参展企业代表拜访了福建省电商促进会以及米多多网络科技、福州纵腾集团、福建九六一零电商等重点跨境电商平台、企业，调研学习当地跨境电商发展经验，与其就跨境电商业态模式、平台服务、人才培养、海外仓建设等进行深入交流。

后续，我会将充分发挥联通政企、融通内外、畅通供需的贸促职能优势，创新推进“跨境电商+产业带”融合发展模式，推动传统制造企业数字化转型和品牌化发展，助力企业进一步拓宽“出海”新渠道，全力推动我市跨境电商等新业态新模式高质量发展。

中国信保江苏分公司常州营业部一行来我会座谈交流

3月7日上午，中国信保江苏分公司常州营业部总经理李曙东一行4人来我会座谈交流。我会会长季斌，副会长张进、欧阳俊，秘书长吴惊麟参加座谈会。

会上，李曙东介绍了2023年以来中国信保常州营业部业务经营情况以及最新的信保扶持政策，希望双方进一步加强合作和联动，在党建共建和业务融合上集聚资源，相互借力，形成合力，更好地服务我市外经贸企业。

季斌对双方长期以来的友好合作表示了感谢，详细介绍了我会商事法律服务、贸易促进、国际联络等业务情况，并就深化双方党建共建、服务基层、扩大宣传等方面提出了建议。

通过座谈交流，双方都表示合作资源丰富，空间广阔，形式多样。在

今后的工作中，双方将进一步加强共建共享、沟通联动和优势互补，集聚信保和贸促服务资源，共同助力我市外经贸事业高质量发展。

我国新能源汽车形成具有全球影响力的新质生产力

“发展新能源汽车是我国从汽车大国迈向汽车强国的必由之路。”中国科学技术协会主席万钢近日在中国电动汽车百人会论坛上表示，经过这些年的努力，我国在新能源汽车领域以持续的科技新引领，带动产业高质量转型升级，培育高素质人才成长，催生高水平开放市场，形成了具有全球影响力的新质生产力。

2023年，我国新能源汽车销量达到949.5万辆，同比增长37.9%，产销规模已连续九年位居世界前列；新能源汽车销量在新车总销量中的占比达到31.6%，累计销量达2500万辆，市场化进程持续加快。万钢介绍说，从产业集中度来看，排名前十的整车企业占全国总销量的81%。从动力电池销量看，全球排名前十企业中，我国动力电池企业稳据6席，市场份额达63.5%。从海外发展看，2023年我国新能源汽车出口量达到120.3万辆，同比增长77.6%，出口量位居世界第一。比亚迪、上汽、奇瑞等车企持续拓展海外本地化布局，宁德时代等成为众多国际知名车企的主要供应商。

比亚迪品牌及公关处总经理李云飞表示，无论是从全球范围内的新能源汽车产销规模、动力电池全球的占比，还是新能源汽车的专利公开数，中国新能源品牌都排名前列。中国汽车的电动化趋势已经不可逆，单月渗透率在去年年底超过40%，今年年内，极有可能在三季度，单月新能源渗透率超过50%。

“比亚迪在海外有很多基地，去年比亚迪新能源汽车出口量在中国品牌内排第一，增速很快。现在我们在海外只有两款产品，2024年还会投入更多的产品，同时还会有更多的经销商网络开业。”李云飞说。

吉利控股集团总裁、极氪智能科技CEO安聪慧表示，极氪品牌去年开

启了全球化战略，进入欧洲发达国家市场和其他的新兴市场，到今年年底，极氪将进入瑞典、荷兰、德国等 6 个西欧市场以及中东、东南亚市场。同时，他强调，新能源时代的中国车企应该在全球输出产品和品牌的基础上，输出经验、技术和模式。作为一个标准性的全球化企业，吉利控股集团将近三分之一的员工在欧洲，海外的销量占比接近 40%。

在安聪慧看来，智能网联新能源汽车代表的是更先进的新质生产力，它和传统燃油汽车之间绝非是简单的替代，而是全方位的进化。比如，电动汽车看起来比传统燃油车少几千个零件，但其实多了起码有 10 亿行代码，还蕴藏着无限多样的需求场景等待着汽车企业去发掘。这也改变了车企的竞争方式。在燃油车时代，企业聚焦比产品、比动力、比空间、比堆料，而在新能源汽车时代，车企之间应该聚焦在全链路、全体验和全生命周期的体系化竞争。正是基于这样的战略思考，吉利控股集团开启了全品牌矩阵的新能源转型，吉利控股集团内的各个品牌通过差异化的技术路线和品牌矩阵，新能源车型覆盖了从十万到百万以上的每一个市场区间。2023 年吉利控股集团总销量达到 279 万辆，其中新能源销量约 98 万辆，同比增长 51%，新能源渗透率达到 35%。

万钢表示，在我国新能源品牌纷纷加快海外布局的同时，大众、宝马、特斯拉等外企也深度融入我国新能源汽车产业链体系，相继扩大中国产能基地，开展研发合作，加大对华投资，产业链内外资合作持续走深走实，成为国内国际双循环的连接点。他认为，随着全球汽车产业电动化转型持续推进，各国共同面临的痛点、堵点、难点问题日益凸显，但交流与合作依然是全球汽车产业的发展大势，增进理解互信、深化务实合作、实现互利共赢成为全球汽车产业界的共同追求。

驱动传统产业“蝶变” 提升外贸竞争力

今年全国两会，“新质生产力”成为代表委员反复提及的热词。政府

工作报告在部署今年工作任务中强调，大力推进现代化产业体系建设，加快发展新质生产力。应如何推动发展新质生产力，加快产业转型升级，以及外贸高质量发展？

“新质生产力的发展是外贸竞争力提升和稳外贸非常重要的产业基础。”商务部国际贸易经济合作研究院学术委员会副主任张建平在接受《中国贸易报》记者采访时表示，我国需要从以下三个方向上不断提升外贸竞争力：

一是传统产业和加工贸易要加快转型升级。通过互联网+、数字化、低碳绿色发展赋予传统产业新动能，以及提升产品竞争力，适应当前发展的需要。

二是需要继续加快新业态、新模式、新动能的发展。比如我国以外贸“新三样”为突出代表的一大批有创新能力的战略性新兴产业正在迅速茁壮成长，一大批中国品牌的全球跨国公司在国际市场越来越受欢迎，同时跨境电商、市场采购贸易等在对外贸易当中的份额正不断增加，我国服务贸易也在加快发展。

三是布局未来产业。在迎接智能时代的到来中，我国数字贸易、数字经济的发展需要在其中发挥重要的支持作用，我国可在自贸试验区加快探索数字贸易发展的国际经贸规则，并且积极对标数字经济伙伴关系协议（DEPA）等规则，尽早加入该协议，并且让数字贸易和数字经济能够助力中国布局未来的产业。

在传统产业转型升级方面，张建平举例说，美的集团过去是一个传统的小家电产业，但是近年来通过并购德国库卡机器人等公司，进行全球化布局，现在美的整个产业布局已经横跨多个高科技细分行业领域，是广东传统企业转型升级的典型案列。再如，希音就是在纺织服装的传统行业中，结合新业态、新模式后获得了新动能，而且这个新动能让希音成长并达到了可以跟发达国家的品牌同台竞技的水平。

“新质生产力正在驱动传统产业发展格局发生‘蝶变’，走上高端化、

智能化、绿色化转型之路。”全国人大代表，首钢集团有限公司党委书记、董事长赵民革表示，传统产业的转型升级就是要以高质量发展的眼光看待市场需求，在行业竞争中定义高端领先产品、在需求侧增长中定义特色产品、以下游产业链头部企业的满意度定义服务能力，提高产品质量和附加值、减少能源消耗，从而打造竞争优势，赢得发展主动权。如首钢抓住新能源汽车高速发展的机遇，建成了世界首条面向新能源汽车用电工钢专业生产线。

全国人大代表、海信集团控股股份有限公司董事长贾少谦表示，形成新质生产力的关键是以科技创新推动产业创新，中国企业要实现高质量发展，必须依靠中高端产品，这需要长期投入。海信自2007年布局激光电视领域，抢占下一代显示技术创新高地。整整7年，只有投入没有产出，海信于2014年发布了全球第一台100英寸超短焦激光电视。

在家电出海方面，贾少谦表示，与过去相比，中国家电出海的优势不再是单一的供应链成本，而是正转变为高技术含量、高附加值、高品质的“三高”优势。以电视产品为例，在海外，500美元是低端家电与中高端家电的分水岭。以往中国家电产品长期在500美元以下的“红海”拼杀，现在，中国企业通过技术创新和自主品牌建设，已经敢于和世界头部品牌在中高端价格段的“蓝海”市场同场竞技。

“这种高溢价能力来自于产品的创新力。”贾少谦表示，在出海的过程中，提前布局高端化转型的中国企业更具韧性和后劲，也更能赢得竞争优势。据统计，中国家电产品出口规模已突破千亿美元，全球电视出货量前5名，中国企业就占据3席。同时中国造的冰箱、洗衣机在全球市场占比超过50%，空调超过80%。2024年，外贸发展机遇与挑战并存，企业要在新质生产力的推动下，通过持续创新和自主品牌建设，展现出外贸提质升级的“新气质”“新面貌”。

张建平表示，中国外贸仍然呈现比较强的竞争力，外贸市场份额也在2023年得以稳固和进一步拓展。目前全球的外贸市场需求逐渐恢复，同时

今年中国外贸实现了“开门红”，前 2 个月我国货物贸易进出口增长 8.7%，再加上我国新质生产力的大力支持，预计 2024 年中国有望继续实现稳外贸的基本目标。

“我们也要意识到，2024 年全球经济增长速度与 2023 年差不多，同时全球外贸市场需求也有很大的不确定性和复杂性。”张建平表示，美国和欧洲目前仍然处于加息周期，这会抑制当地市场需求的扩张，还有欧洲经济目前徘徊在衰退边缘，以及全球受到逆全球化、贸易摩擦、地缘冲突等不利因素的影响，所以 2024 年，我国稳外贸的任务也非常艰巨，这就更加需要我国通过新质生产力的发展、高质量共建“一带一路”实现外贸市场的多元化发展，为稳外贸作贡献。

来源：中国贸易报

光伏产业竞争加剧 为行业带来新机遇

普华永道近日发布的《中国新能源行业并购报告》（以下简称《报告》）显示，中国光伏与风电行业并购交易持续火热，2023 年全年风光产业链交易金额和数量较 2022 年上涨 9%和 41%。在细分投资领域，光伏行业是风光行业并购交易绝对主体，随着光伏产能迭代逐步落地，激烈竞争促使厂商注重技术创新与效率提升，为行业带来新机遇。

企业如果想获得投资，可发挥特定优势吸引投资人关注。《报告》称，从光伏产业的并购投资人类型来看，财务投资人的交易数量以及金额占比有明显提升。从投资方向来看，更为成熟的企业与技术路线受到国企投资人青睐；而有前沿技术研发的企业，更受私募股权投资人和风险投资人看重；民企与外企投资人更重视产业的纵向性，以保证原材料及生产成本稳定。

此外，海上风电产业正进入蓬勃发展期，众多企业正进行技术升级，以差异化竞争方式抢占市场。《报告》显示，风机大型化趋势驱动单瓦成

本下探，轴承、叶片等零部件国产化技术提升，为进一步降本带来空间。此外，中国风电设备逐渐在海外市场获得认可，也将为企业改善盈利空间创造有利条件。例如海工领域龙头企业惠生清洁能源公司靠布局海上风电建设，聚焦深远海漂浮式风电市场，获得了 CMC 资本和广发信德的投资，也为中企出海提供了借鉴。

上海交通大学太阳能研究所所长沈文忠表示，随着激光图形化技术日趋成熟，将会推动背接触电池加速发展，各大龙头企业也都在进行相关布局。同时，钙钛矿与其他晶硅技术路线结合发展的叠层电池技术，虽然当前受到组件效率、成本、产业链配套等限制，但未来将成为主流发展方向，企业可以提前进行技术探索、配套产业关键环节，令企业和行业持续、稳定、快速发展。

普华永道中国能源、矿业及公共事业主管合伙人韩宗庆表示，过去一年光伏行业新旧产能处在迭代过程中，产能扩张整体趋势不变。激烈的竞争对企业的技术研发实力、质量与成本控制能力、市场与营销模式创新能力等提出更高要求。同时，在地缘政治环境和贸易保护主义的影响下，各国积极推动产业链本土化，这将给更多中国新能源企业带来全球市场的挑战。为了维持及扩大海外市场份额，应对政策风险，中国光伏企业一定要提前做好海外产能和供应链的投资布局。可利用能源协同效应、提升绿色附加价值，吸引更多投资者，共同积极探索能源发展新模式。

拥抱外贸小订单结合 B2C 的创新趋势

目前我国外贸领域的一类现象引起了业内外关注。拼多多于 2022 年 9 月推出的多多跨境作为国内最早全面推行全托管模式的跨境电商平台之一，迅速让一些失去传统外贸大订单的工厂重获生机，在跨境 B2C 业务中取得外贸订单和利润双高的业绩，这使得其他多家知名跨境电商平台跟进、模仿全托管和半托管模式。无独有偶，日前我国一家外贸工厂负责人坦言，

“基本上以后纯靠给客户做采购跟单的外贸公司会过得比较难。除了传统采购之外，现在浙江一些贸易公司免费给客户跟单，不收佣金，其他外贸企业被他们‘整顿’是迟早的事。外贸公司还是要多条腿走路，安排几个人出来做 C 端，打通终端消费市场，利润直接就上来了，算上损耗、库存、物流运输、推广，利润都还更好。”两个事例都指向了外贸订单小型化、碎片化趋势，以及外贸 B2C 相对于外贸 B2B 的创新增值潜力。

外贸订单的小型化、碎片化趋势在我国并不是新话题，早在十年前甚至更久之前就被拿出来讨论。但在不同年份、不同阶段讨论这一话题时的外贸行业生态却不断发生明显变化，不同年份的相关讨论都带出了有意义的新问题。就当下的新问题和新启示来说，有这样一些要点值得关注。

以薄利、量大取胜的大订单外贸方式进一步萎缩，外贸工厂正在通过创新、摸索进行突围，目前来看，工厂结合新一代跨境电商平台直面终端消费者的创新是可行的。外贸订单变小、变得更加碎片化确实让一部分外贸工厂陷入困惑和困境，转型和创新迫在眉睫，这也激发了一部分外贸工厂积极从 B2B 向 B2C 方向转型。但传统跨境平台门槛高，流量、运营、合规等成本上升，导致利润被压缩的短板也阻碍了外贸工厂的这一转型。恰好在这一阶段，多多跨境等跨境电商平台推出全托管模式，即商家只需将货发到平台的国内中转仓，剩下物流、推广、投流等环节由多多跨境平台全部负责。这大大降低了传统工厂在跨境电商平台的运营成本，也打破了这些工厂直面广大 C 端消费者需承担高额成本等障碍，使得一些传统工厂在多多跨境平台的订单出现了爆发式增长，不仅不用担心积压库存，反而还要在自身产能之外借用其他工厂的产能才能满足市场需求。

从全局来看，外贸 B2C 的潜力不局限于这一块生意本身，更在于其带来的诸多可能性、诸多创新空间、巨大的增值潜力和对思维、眼界的极大开阔。回顾这些年来我国外贸走过的历程可以明显看到，B2C 业务的发展和 innovation 很活跃而且成果丰硕。典型的例子是：2008 年国际金融危机后，欧美国家市场主体购买力下降，向中企采购商品的订单比从前更小型化，2010

年出现的速卖通正好抓住和顺应了这一趋势，该平台撮合了很多中小型外贸订单，让从前“要么不做，要么是大单”的传统外贸多了很多中间规模订单的灵活选项，实现了快速发展，也加速推动了国外买家从大 B 向小 B、向 C 端的转变；2022 年 9 月，拼多多推出的多多跨境用全托管模式，让更多只懂生产的传统工厂外贸 B2C 业务风生水起。很多传统外贸企业和工厂在这一成功转型过程中，学到了互联网运营技能，懂得了怎样和国外终端消费者打交道，对生产之外的外贸高附加值环节参与更多也收获更多，不需要巨大销售量也能获利丰厚。这些好的变化，远远超出了“生意变好”这一层次，实际上是给传统工厂和传统外贸企业开辟了一片全新的天地。

基于“双碳”目标的 常州外贸高质量发展对策建议（下）

（常州贸促会 周虹）

二、“双碳”目标实施对常州外贸发展的影响

1. 高碳产品出口比重过高。根据《中国长期低碳发展战略与转型路径研究》报告测算，2020-2050 年，我国能源系统需新增投资约 100 万亿元，年度新增投资占我国年度 GDP 比重约 3.1%，大规模绿色投资将拉动出口增长，常州出口排名靠前的主要商品中，多数仍属于碳资源密集型的工业制成品，如机电、化工、纺织原料及制品、塑料橡胶制品等。其中，占出口总值超 60% 的机电产品，是典型的内涵能源高排放行业产品，而据统计，我国主要出口机电产品单位能耗均值高于国外的 30%，在国际产业分工体系中仍处于中下端。同样作为常州出口优势商品的纺织原料及制品，也是高能耗、高污染的高碳产品。从常州规模以上纺织行业数据（表 1）可以看出，虽然该行业近些年在能源使用结构上有较大调整，但其整体综合能耗依旧不低。研究显示，中国纺织行业全过程能耗大约为 4.84 吨标煤/吨纤维。可见，当前主要出口产品仍然具有高耗能、高污染的特征，伴随外贸出口产品产业规模的扩大和外贸总量的增加，意味着碳能源消费将会进一

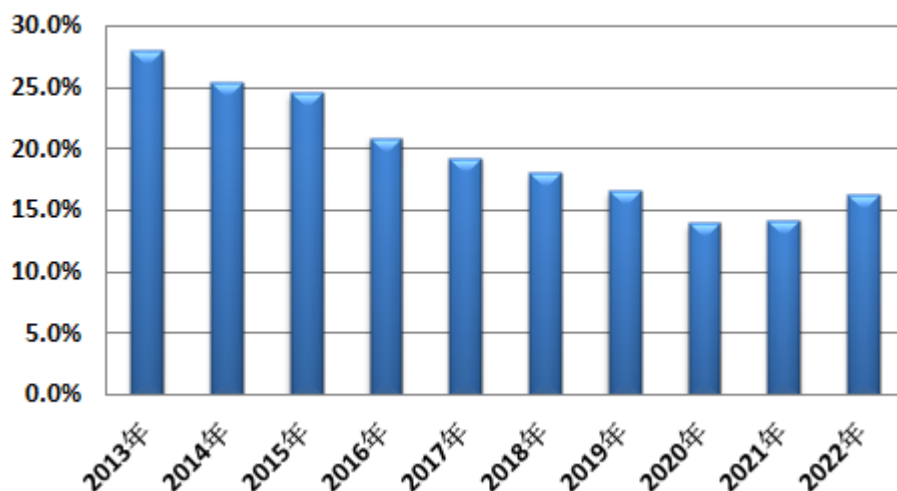
步攀升。

表1：常州纺织原料及制品行业能源消费结构现状

	综合能耗 (吨标准煤)	热力 (百万千焦)	电力 (万千瓦时)	天然气 (万立方米)	汽油 (吨)	柴油(吨)	液化石油 气(吨)	原煤(吨)
2013年	648012	9347974	301115	4630	3037	1627	155	81368
2014年	711483	9772720	284928	5029	3291	1995	235	94740
2015年	725136	10283091	303971	5449	3259	1859	258	76113
2016年	750224	9885305	296016	6697	2561	1725	176	56903
2017年	693351	8852941	305942	7887	2044	1091	157	19375
2018年	585939	7895924	306833	7442	1560	769	62	0
2019年	557064	7321767	299689	8360	1219	585	47	0
2020年	456139	5561397	262083	7715	625	484	33	0
2021年	514009	6251700	300609	8889	746	396	30	0

2. 加工贸易发展面临严峻形势。近十年来(图7)，常州的加工贸易出口占总值比重呈现出先抑后扬的趋势。尽管不少企业已开始转向资本密集型产品的加工，但劳动密集度依旧很高，包括一般贸易在内，具体生产环节多以简单的装配和一些低端部件的生产为主，即使是部分高新技术产品，很多企业从事的也多为国际分工链条中附加值较低的环节，产品技术含量不高，以赚取利润率较低的加工费为主，企业的议价能力薄弱，且由于劳动力成本的逐年上涨，相对优势也正逐步下降。当前“双碳”目标背景下，正处于动能转换、结构调整的关键时期，部分加工贸易产品高耗能、高污染，虽然能创造外汇收入，但同时也对环境造成污染、对资源形成浪费，不利于外贸的可持续性发展，亟需推动产业升级，实现动能转换。且从长期来看，以“高碳”为主的加工贸易转型为“低碳”贸易，在规避“碳关税”，促进贸易发展的同时，能有效推动加工贸易进入高质量发展阶段，从而迈向现代化加工贸易体系。

图7: 2013-2022年加工贸易出口占比趋势



3. 部分企业绿色外贸转型能力不足。当前低污染、低能耗的高端产业链比较稀缺，主要依赖于国外进口。面对“双碳”目标下的绿色转型要求，本土外贸企业可谓压力与困难交叠。首先是绿色外贸转型所需的环境投入与治理会提升出口成本、以及先进技术的引入成本，致使企业利润下降。常州本地外贸企业数量众多，内部竞争激烈，近年来人工及原材料价格一路上涨，而节能减排所引发的原有设备的改造升级、新设备的引进、污染的治理，更是给本就利润稀薄的企业增加成本压力。其次，绿色外贸转型所需的科研及技术水平是部分企业较难承受的。对于民营企业担当主力的常州外贸主体而言，多数企业规模较小，高技术技能型人才缺乏，企业自主研发能力参差不齐，不能完全实现绿色技术、绿色生产、绿色产品或绿色管理等全系列环节，出口商品整体欠缺绿色竞争力。例如，中美贸易战中，美国通过提升碳排放强度要求，以及实施相关碳排放标准，使中国的部分机电和电子类产品，因未达到美国标准，无奈退出市场，而解决方法是必须引进发达国家的减排技术和设备，增加企业成本。

三、“双碳”目标下推动常州外贸高质量发展的对策建议

1. 打造低碳经营新理念。当下已有 130 余个国家和地区提出“碳中和”目标，全球深入推广和实践绿色经济发展模式。发达国家的绿色贸易壁垒

日渐严苛，亟待转变发展思路，树立低碳经营理念，促进出口优势产品的低碳技术研发，提高低碳技术含量，建立贸易壁垒防范机制，满足国际化贸易发展新要求。从人才角度，对外引入专业化、国际化人才的加盟，对内组织相关人员开展低碳专题培训。从管理角度，创新和改组既往的组织管理模式，设立低碳运营管理等新岗位，统筹企业的政策、管理与技术等多个职能部门，将科学技术融入生产和发展中，多企业、多产品、多功能组合，减少环境污染，降低碳排放，实现企业的集约化和利润最大化。从生产角度，积极追加环保装置和设备投资，促使产品碳排放达到相关环保要求，加强产业与高新技术的融合发展，推进节能减排，降低企业的物耗、能耗和环境成本，增强产品的创新和创意，并向高端化、绿色化发展，提升综合竞争能力，做到产品和品牌的“双输出”。

2. 推动加工贸易新发展。贯彻常州国际化智造名城战略，调整加工贸易产业结构，在保持传统产业优势的基础上，加大对科技和研发的投入力度，提高技术和资本密集型产业的比重，提升出口商品的科技含量、质量以及附加值，促进加工贸易向低碳和中高端产业倾斜，形成核心竞争力。鼓励加工贸易型企业加大对生产技术、产品创新和品牌建设方面的投入，建立创新机制，提高自主创新和“二次创新”的能力，努力推进自主品牌战略，提升复杂加工制造能力，多种途径增强研发能力，扩大企业和品牌的国际知名度，打造国际化自有品牌。如位于武高新的江苏三鑫摩托车有限公司，面临成本上涨、竞争激烈的大环境，积极调整思路，凭借极具竞争力的研发能力和敏锐的市场嗅觉，迎合当代个性化市场需求推出差异化产品，自主设计研发的高附加值产品走俏市场，目前企业自主品牌出口量已占出口业务近 80%，2022 年出口额创下 550 万美金的新高度，在全球 5 大洲共计 50 多个国家和地区建立起进口商—经销商的销售体系。

3. 挺进绿色贸易新蓝海。绿色贸易是实现碳达峰、碳中和目标的重要举措，欧盟国家对我国征收“碳关税”，一定程度削弱了出口产品的价格优势，降低了竞争力。但“双碳”目标的设定，推动了绿色贸易的发展，恰能规避欧盟国家对中国设立的碳关税贸易壁垒，低碳贸易产品正逐渐成

为在国际市场上竞争的新优势。当前，大力发展清洁能源和新能源，建立高效低碳的能源产业体系是重中之重。常州市有“新能源之都”加快成势，外有欧美地区能源转型等因素推动，新能源产业强势增长，已形成“发储送用网”生态闭环，2022年新能源产品加速走出国门，拉动全年出口增长3.5个百分点，其中太阳能电池、锂电池分别出口增长42.7%和30.4%。以新能源产品为主的“出口新动能”快速成长，部分产业集聚效应逐步放大，贝特瑞（江苏）新能源材料有限公司为国内外动力电池生产企业提供正极材料，2022年锂电池高镍三元正极材料生产线迎来量产，企业实现进出口总值1亿元，增长478.5%。亿晶光电、当升科技等新能源龙头企业出口增幅分别达245.3%、210.4%。

4. 深化新兴市场广开拓。不少外经贸企业扎堆深耕欧美等传统市场，但随着全球经济格局、市场及消费者需求的飞速变化，新兴市场正成为外贸发展的新引擎和增长极。应积极拓展包括东盟、中东欧在内的“一带一路”沿线，以及RCEP协定成员国地区市场。利用区位、历史、人文及产能优势等，通过一体化改革，建立境内跨境电商试验区和境外经贸合作区，共同开发跨境电商平台、建设公共海外仓、参加境外专业展览展会，努力构建高层次多边贸易体系。支持本地龙头企业增强核心竞争力和产业链整合能力，有选择地加大海外投资力度，鼓励具有比较优势的外经贸企业走出去，对外投资建厂，带动常州的商品和劳务输出，与当地企业进行多元化的绿色技术合作，参与环保生态项目的建设，对接当地环保技术标准，应对绿色贸易壁垒。同时，为顺应低碳技术国际合作与竞争的常态化趋势，加强国际低碳技术学术交流，引入先进低碳转化高新技术企业在常州投资创业，带动本地低碳技术的发展进步，提高低碳产品在常州外贸中的比例。

FTA 中微小含量规则的正确应用

一、案例简介

常州某家电企业生产的灶具出口到东盟国家，由于产品在生产过程中

使用了进口原材料，企业无法判定该灶具是否可以申请中国-东盟优惠原产地证书？

二、案例分析

产品生产过程中使用了进口原材料，企业需提供该原材料的进口单据包括商业发票、装箱单、提单、进口报关单以及产品生产明细单等作为判定产品是否满足中国原产的重要依据。根据上述资料核算出灶具的生产明细单如下图所示：

灶具 (HS 73211100)			
原材料名称	原材料 HS 编码	原产国	原材料价格占产品 FOB 价比例
钢板	722692	中国	9.7%
点火器	732190	美国	2.8%
主气管	732190	德国	1.64%
点火针	732190	美国	0.32%
热点隅	732190	美国	0.9%
火盖	732190	中国	17%

中国-东盟特定原产地规则中规定对于 73 章的产品应采用税则归类改变规则（品目改变），分析上图得知，美国和德国的原材料 HS 编码（品目）为 7321，产品灶具 HS 编码（品目）同为 7321，因此不满足税则归类改变规则（品目改变）。

根据中国-东盟原产地规则中微小含量规则（De Minimis）规定，允许区域产品中含有一小部分非原产材料，且不影响产品的原产地资格，但前提是要求采用税则归类改变的货物在不满足规则时，方可使用微小含量规则作为补充，判定条件为：（1）50 至 63 章以外的货物，未发生税则归类改变的非原产材料价值不超过货物 FOB 价的 10%；（2）50 至 63 章的货物，未发生税则归类改变的非原产材料的重量不超过该货物总重量的 10%或者价值不超过货物 FOB 价的 10%。

根据图示，未发生税则归类改变的非原产材料的价值占比为 5.66%，

未超过货物 FOB 价的 10%，符合规定章节的要求，因此该灶具在不满足税则归类改变时，可以使用微小含量规则作为补充，最终判定该灶具满足中国原产。

三、案例提示

在产品含有进口原材料且判定规则为唯一的税则归类改变时，如果不能满足税则归类改变，先在相应的自贸协定中确认是否可以使用微小含量规则作为补充，其次核算未发生税则归类改变的进口原材料的价值或重量占比，最后根据各个章节对微小含量阈值的规定判定产品是否满足中国原产。微小含量规则是对税则归类改变规则有效的补充，充分利用此规则可为货物提供更多出口享惠的机会。

巴西对华聚酯短纤启动反倾销调查

2024 年 3 月 21 日，巴西发展、工业、贸易和服务部外贸秘书处发布 2024 年第 11 号公告称，应巴西国内行业协会 Associação Brasileira de Produtores de Fibras Artificiais e Sintéticas 于 2023 年 10 月 31 日提交的申请，对原产于中国、印度、越南、马来西亚和泰国的聚酯短纤发起反倾销调查。本次调查的产品为合成聚酯纤维，包括再生纤维或原生纤维。涉及南共市税号 5503.20.90 项下的产品。本案倾销调查期为 2022 年 7 月~2023 年 6 月，损害调查期为 2018 年 7 月~2023 年 6 月。公告自发布之日起生效。

（编译自：巴西官方公报网）

土耳其对华合成长纤维织物反倾销案启动反规避调查

2024 年 3 月 21 日，土耳其贸易部发布第 2024/5 号公告称，对原产于中国的合成长纤维织物，或 27 类长丝（合成纤维长丝纱线的机织物）反倾销案自主启动反规避调查，审查原产于中国的涉案产品是否经由埃及出口

至土耳其以规避反倾销税。公告自发布之日起生效。

(编译自：土耳其官方公报)

墨西哥对涉华涤纶长丝启动反倾销复审调查

2024 年 3 月 19 日，墨西哥经济部在官方公报发布公告称，对原产于中国和印度的涤纶长丝自主发起反倾销期间复审调查，本案倾销调查期为 2022 年 10 月 1 日~2023 年 9 月 30 日，损害调查期为 2018 年 10 月 1 日~2023 年 9 月 30 日。案件调查期间，现行反倾销税持续有效。涉案产品的 TIGIE 税号为 5402.33.01。公告自发布次日起生效。

(编译自：墨西哥官方公报)

土耳其对华光伏组件反倾销案作出反规避终裁

2024 年 3 月 19 日，土耳其贸易部发布第 2024/9 号公告称，对原产于中国的光伏组件反倾销案作出反规避终裁，裁定中国的涉案产品经由越南、马来西亚、泰国、克罗地亚及约旦出口至土耳其以规避反倾销税，因此决定将该案日落复审终裁（参见土耳其第 2023/26 号公告）确定的反倾销税适用于越南、马来西亚、泰国、克罗地亚及约旦的涉案产品，对上述五国均征收 25 美元/平方米反倾销税，涉案产品包括光伏电池组件和太阳能电池板，涉及土耳其税号 8541.43.00.00.00 项下的产品。公告自发布之日起七日后生效。

(编译自：土耳其官方公报)

印度决定继续对华太阳能电池组件 用 EVA 塑料片征收反倾销税

2024 年 3 月 14 日，印度财政部税收局发布第 05/2024-Customs(ADD)

号通报称,接受印度商工部于 2023 年 12 月 28 日对原产于或进口自中国的太阳能电池组件用 EVA 塑料片作出的第一次反倾销日落复审终裁建议,决定继续对中国的涉案产品征收为期 5 年的反倾销税,其中涉案生产商常州斯威克光伏新材料有限公司为 590 美元/公吨,中国其他生产商为 897 美元/公吨。涉案产品的印度海关编码为 39201011、39201019、39201099、39206190、39206290、39209919、39209939、39209999。措施自本通报发布于官方公报之日起生效。

(编译自: 印度中央间接税和关税委员会官网)

美国对进口细旦涤纶短纤发起保障措施调查

2024 年 3 月 11 日, WTO 保障措施委员会发布美国代表团于 2 月 28 日向其提交的保障措施通报。2024 年 2 月 28 日,美国国际贸易委员会(ITC)对进口细旦涤纶短纤发起保障措施调查。美国国际贸易委员会预计将于 2024 年 7 月 9 日前对本案作出保障措施产业损害裁定,若作出肯定性裁定,委员会将于 2024 年 8 月 26 日前向总统提交调查报告。本案涉及美国协调关税税号 5503.20.0025 项下的产品。

(编译自: 世贸组织官网)

美国国际贸易委员会作出细旦涤纶短纤 第一次双反日落复审产业损害终裁

2024 年 3 月 12 日, 美国国际贸易委员会 (ITC) 投票对进口自中国、印度、韩国和中国台湾地区的细旦涤纶短纤作出第一次反倾销日落复审产业损害肯定性终裁、对进口自中国和印度的细旦涤纶短纤作出第一次反补贴日落复审产业损害肯定性终裁: 裁定若取消现行反倾销和反补贴措施, 在合理可预见期间内, 涉案产品的进口对美国国内产业造成的实质性损害

可能继续或再度发生。根据终裁结果，本案现行反倾销和反补贴措施继续有效。

(编译自：美国国际贸易委员会官网)

哥伦比亚对华聚丙烯无纺布启动反倾销调查

2024年3月7日，哥伦比亚贸工旅游部在其官网发布2024年3月5日第049号公告称，应哥伦比亚企业PGI COLOMBIA LTDA申请，对原产于中国的克重介于8克/平方米~70克/平方米的聚丙烯无纺布启动反倾销调查。涉案产品的哥伦比亚税号为5603.11.00.00和5603.12.90.00。公告自发布于哥伦比亚官方日报次日起生效。

(编译自：哥伦比亚贸工旅游部官网)

2024年印度尼西亚国际机械制造展览会

一、展会时间：2024年12月4-7日

二、展会地点：印尼雅加达国际会展中心

三、展品范围

金属切削及金属成形设备，板材加工技术及设备，管材加工技术与设备，焊接与切割设备，轴承加工设备，齿轮加工设备，模具加工设备，铸造与锻压技术及设备，热加工及热处理技术及设备，自动化控制与动力传动，工业机器人，数控系统，伺服系统，测量与控制系统，变频与调速，传感，3D打印系统，机械传动，电气传动及控制系统，液压与传动，工业零部件、配件、紧固件、辅料，五金工具，电动、气动和机械手工工具，磨料磨具，物料管理与运送，工厂配置与仓储自动化，工业安全防护设备，新设备，公共设施等。

四、展会综述

Manufacturing Indonesia 为东南亚历史悠久，展商及参观商最国际化的制造业展览会，具有超过三十年的历史。从规模上讲，是当地最大、专业性最强的制造展，被誉为全世界 20 大制造展之一。上届展会共有来自 31 个国家和地区的 1371 家企业参与，吸引了 33912 多名专业观众到访。2022 年以来，随着新冠疫情逐渐缓解，印尼经济保持了自 2021 年第二季度开始的复苏势头。2022 年第一、第二季度，印尼 GDP 分别增长 5.01% 和 5.44%，第二季度增长速度已超疫情前水平。消费复苏和出口增长支撑了印尼经济的扩张性增长。

五、补贴政策

该项目已列入 2024 常州市贸易促进计划，摊位费有补贴。

2024 年中国消费品（澳大利亚）品牌展

一、展会概况：

展览会时间：2024 年 9 月 26-28 日

展览会地点：澳大利亚 悉尼

二、市场介绍：

澳大利亚位于南太平洋和印度洋之间，国土面积排名世界第六位，仅次于俄罗斯、加拿大、中国、美国和巴西，人口约为 2600 万。澳大利亚是世界上经济最发达的国家之一。2021 年经济总量居世界第 12 位，人均财富中位数排名世界第一；澳大利亚也是世界三大移民国之一，多民族和多元文化是其显著特征；澳大利亚拥有丰富的能源、矿产和海洋资源，农业生产条件优越，动植物种类繁多，服务业发达；澳大利亚法律健全，金融体系较规范，是全球重要投资目的地之一。

澳大利亚市场具有高收入、高生产力和高竞争力的特点，其消费力强劲，拥有高等教育、高收入和高生活质量的消费者。澳大利亚人注重健康、环保和可持续性，对高品质、环保的产品有很高的需求。澳大利亚的消费市场涉及多个领域，包括五金园艺、食品、饮料、家电、化妆品、服装、

家居用品、儿童玩具等。与传统的欧美出口市场相比，澳大利亚市场具有小订单、多品种的市场特点。虽然订单量小，但很注重精品化。澳大利亚自我国进口的机电、音像设备、家具、灯具、玩具、运动用品、钢铁制品、纺织制品原材料、服装、车辆及其零配件、有机化工品等，都占据澳大利亚进口总额的重要分量，在澳市场具有竞争力。

澳大利亚是《区域全面经济伙伴关系协定》（RCEP）的签署国，RCEP的全面生效使得区域内贸易已经成为稳定和拉动各成员对外贸易增长的关键力量，RCEP多重红利逐渐展现。2022年，中澳贸易总额达2209亿美元。2023年一季度，双边贸易额约588亿美元，同比增长超过10%。中国是澳大利亚最大的贸易伙伴，两国经济高度互补，经贸合作潜力巨大。

三、展品范围：

五金及园艺用品、眼镜及眼镜周边产品、电动两轮车、自行车、电动滑板车等户外用品、家居用品及饰品、节日用品及礼品等。

该项目已列入《2024年江苏省商务厅贸易促进计划》重点展会目录，摊位费享受高额补贴。

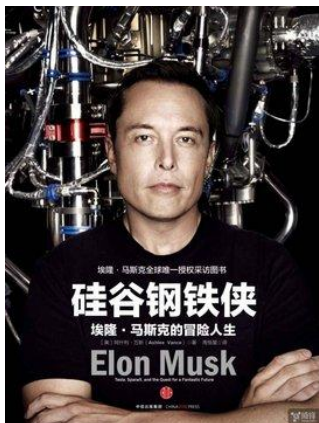
欲进一步了解有关境内外展会详情，请随时咨询我们。

联系方式如下：

联系人：朱静、毛熙嘉

联系电话：86180795、88110165

《硅谷钢铁侠》



他是继乔布斯后，硅谷最受瞩目的创业家和实业家，他也是有着电影版《钢铁侠》的原型。埃隆·马斯克，从 PayPal，到特斯拉、Space X、太阳城、超级高铁，他的创业历程中遭遇了无数失败，但每一次的突破都令全球惊艳。本书作者耗时三年，与马斯克进行了超过 40 个小时的深度对话，记录了他从粗放贫瘠的南非到国际商业世界顶峰的不凡之旅。有趣的是，这是马斯克第一次允许一个记者进入他的核心圈子，也是埃隆·马斯克全球唯一授权采访的传记。

推荐人：李 华

《感谢自己的不完美》

推荐理由：我们一直以为一些负面情绪，如坏习惯、痛苦、悲伤、愤怒、恐惧等是不好的，甚至认为这些是不完美的，阻碍了我们的成长，因此努力去避免和克服它们。作者从新的角度、用心理学的知识告诉我们，这些虽然是坏情绪，但对我们具有极大的帮助和正面意义，它们会伴随我们一生，是友非敌，应尝试接纳，并感谢它们让我们越来越坚强，从而体验更多生命的无限精彩。主要内容包括：坏习惯不是你的敌人；悲伤是完结悲剧的力量；愤怒是对愤怒者的保护；不要内疚，这世界没有绝对清白；恐惧告诉你什么对你更重要等。



推荐人：周 虹