

常州 贸促

2024 年第 9 期

总 330 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 10 月 10 日

印 数：600 份

本 期 目 录

(贸促动态)

- 优秀！常州这 3 个品牌获“国字号”认证！……(1)
- 常州交易团第 136 届广交会筹备工作会议召开……(1)
- 常州国际商会第三届二次理事会会议顺利召开……(2)
- 常州国际商会举办企业出海精品沙龙……(3)
- 2024 常州国际新能源汽车产业博览会开幕 ……(3)
- 我市组织企业参加 2024 中国地理标志品牌合作大会暨地标博览会……(4)
- 我会调研参观第 21 届中国-东盟博览会……(5)
- 常州市会展行业协会赴无锡考察交流 ……(5)

(经贸资讯)

- 完善推进高质量共建“一带一路”机制需要把握哪些重点……(6)
- 着力提升 RCEP 规则利用率 ……(8)
- 聚焦：涨破 7！人民币汇率重回 6 区间 外贸企业如何应对？ ……(11)
- 出口连续 17 个月同比正增长 我国家电出海显韧性蓄后劲 ……(14)
- 绿色税收席卷全球，企业如何应……(16)

(案例选编)

- RCEP 助企抢抓对印尼生效红利……(17)

(贸易预警)

- 美国国际贸易委员会作出晶体硅光伏电池第二次双反日落复审产业损害终裁……(18)

(展会推介)

- 2025 巴黎国际服装服饰采购展览会……(23)
- 2025 巴西国际建筑建材展……(24)

(好书荐读)

- 《权力精英》《沙丘》……(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

优秀！常州这 3 个品牌获“国字号”认证！

近日，我市 3 家单位成功获批中国贸促会地理标志产品品牌证明书，成为我省获得认证数量最多的城市。常州市昌玉红香芋专业合作社、常州薛家丁家农地股份专业合作社、溧阳市欣龙生态农业发展有限公司等通过中国贸促会组织的专家评审，持有的建昌红香芋、吕墅萝卜、天目湖白茶分别顺利取得了中国贸促会地理标准产品品牌认证。

地理标志产品品牌证明书是中国贸促会基于国际规则和贸易惯例，创新开展的认证业务，获证企业经授权可使用专用标识于产品包装，在中国贸促会贸推中心地理标志国际经贸促进平台进行中英文公布，优先参加专业培训、中国国际地理标志品牌合作大会、中欧地理标志产品合作会等活动，帮助企业运用地理标志品牌提高国际市场认可度和产品溢价能力，助力企业打造品牌、开拓国际国内市场。

自获批开展地理标志产品品牌证明书业务以来，常州市贸促会通过积极宣传推介，深入调研摸底，掌握了全市地理标志商标及保护产品、农产品地理标志持有和使用情况，细心指导有关企业做好申报工作。下一步，我会将继续广泛宣传动员，积极推动贸促地标品牌申报工作，组织认证企业及产品，利用贸促系统资源深入开展国际经贸合作与交流，助力相关企业做优做大地标特色产业，擦亮地标产品“金字招牌”，推动更多优质品牌产品更好地“走出去”，拓展国际市场。

常州交易团第 136 届广交会筹备工作会议召开

为进一步做好广交会各项组织管理工作，全面规范参展秩序，营造良好的展览环境，助力企业拓市场抓订单，9 月 19 日下午，我市召开常州交易团第 136 届广交会筹备工作会议，来自全市 300 多家参展企业负责人参会。

会上，常州交易团团长、市商务局副局长彭立作动员讲话，他强调了组织参加广交会的重要意义，要自觉提高思想站位，深化思想认识，严格遵守参展规定，珍惜参展机会，扎实推进、落实各项筹备工作；要求参展

企业充分利用好广交会重要平台，精心组织、突出精品，展示常州形象、展示企业风采，增强核心竞争力，全力以赴开拓国际市场；希望企业统筹发展与安全，强化安全意识，着眼国内国际大局，积极应对挑战，推动品牌出海、智造出海，拓展外贸广阔空间。

常州市商务局四级调研员、外贸处处长朱爱民介绍了本届广交会相关筹备工作，对参展要求和注意事项进行宣讲，着重对展位使用管理、知识产权保护、安全管理工作等方面做了详细解读。

会上还邀请了常州市签证服务中心相关负责人就 APEC 商务旅行卡的最新政策、申办条件、便利化措施和具体申办办法等进行了介绍；环球资源金牌讲师、国内 LinkedIn TOP 级实战派导师 May 围绕“参展致胜法则--如何在展会上高效成交”主题，深度解析在展前、展中、展后以极致思维，运用新社交媒体拓展新客户，提升参展成效。

常州国际商会第三届二次理事会召开

为加强国际商会运行管理机制建设，提升国际商会服务发展能力，9月10日下午常州国际商会召开第三届二次理事会，共计51位理事单位代表参加了本次会议。

理事会审议通过了常州国际商会相关运行管理制度，讨论研究了商会“服务会员企业、打造会员之家”的相关举措，进一步明确了第三届国际商会及理事会的目标任务和工作重点。

商会还特邀渣打银行华东区副总监李明龙和外汇顾问姜宵为企业现场授课，助力企业巧用渣打银行国际网点和离岸结算优势布局全球市场，帮助企业更好地进行远期汇率管理。中国信保常州营业部经理孙猛分享了政策性出口信用保险助力企业行稳走远的案例，帮助企业通过用足用好信用保险工具、做深做实信控内功来规避国际贸易投资风险。

常州国际商会会长季斌作总结发言，对国际商会提出增强商会服务能力、创新提升服务水平和持续加强自身建设的三点建议。商会将积极研究落实省国际商会、市商务局、市民政局等上级部门的工作部署和要求，广泛听取意见建议，加强专题调查研究，创新提升服务水平，为我市外贸稳中提质作出贡献。

常州国际商会举办企业出海精品沙龙

近年来，随着我国和东盟经贸往来日益紧密，东盟已连续 4 年成为我国的第一大贸易伙伴和企业出海主要目的国。为帮助我市企业深入了解东盟市场相关政策和风险，9 月 23 日，常州国际商会举办“企业出海”精品沙龙，来自我市新能源、玻璃纤维、地板、干燥设备、纺织等行业的 10 多位企业老总参加了本次活动。

本次活动特邀新加坡的会计师、税务师颜力平，聚焦 RCEP 主要成员国——新加坡的财税政策和身份规划进行了交流分享。江苏博爱星律师事务所张佳葳律师，围绕如何识别和防范跨境过程中的政治、商业等主要法律风险，联系实际案例进行解读。会后，与会企业代表针对新加坡设立公司、财税架构搭建等问题进行了一对一的交流和咨询。

RCEP 生效两年多来，常州企业与东盟经贸合作呈现更加紧密、活跃、全面、深入的发展局面，常州国际商会将发挥自身国际联络分布广泛的优势，为双方贸易结构进一步优化、产业韧性进一步增强积极发力，举办更多有针对性的精品沙龙等活动。

2024 常州国际新能源汽车产业博览会开幕

9 月 20 日，由常州市汽车产业协会、常州国际商会主办，常州名大会展服务有限公司承办的 2024 常州国际新能源汽车产业博览会在常州市西太湖国际博览中心盛大开幕。展会规模空前，展览面积达 50000 平方米，聚焦市场化、专业化和国际化，打造了一站式对外交流平台。

常州市汽车产业协会名誉会长林型新，常州市贸促会、常州国际商会会长季斌出席并致辞。季斌会长在致辞中希望参展企业利用好此次机会，加速产业链、供应链的深度融合和稳定畅通，激发产业活力动能等方面发挥积极作用，共同助力常州新能源汽车产业向新而行，向高攀升。

常州国际新能源汽车产业博览会为期三天，以“新能源、新智造、新技术、新未来”为主题，聚焦新能源领域最新技术与成果，展示新能源汽

车全产业链，覆盖新能源汽车整车、动力电池、燃料电池、汽车电控及充换电技术等五大主题展区。参展商不乏有比亚迪、理想、华为、中天钢铁、宝钢等 600 家海内外众多新能源汽车产业链龙头企业，各大企业现场发布了众多新产品，汇集了新能源汽车、改装车、特种车及相关新技术，与观众交流汽车产业的新风向。

同期，我会为充分发挥贸易投资主渠道作用，精心组织数十家新能源汽车企业和优质采购商参展参会，助力参展商、采购商高效对接，交流分享新能源领域最新技术与成果，助力常州“新能源之都”建设迈上新台阶。

我市组织企业参加 2024 中国地理标志品牌合作大会 暨地标展览会

9 月 28 日-10 月 1 日，2024 中国地理标志品牌合作大会暨地理标志产业促进博览会在河北省石家庄市举办。大会以“地标赋能 合作共赢”为主题，由中国贸促会、河北省贸促会主办，是国内层级最高、专业化最强的聚焦地理标志国际贸易交流合作的国家级会展项目。中国贸促会会长任鸿斌、国家知识产权局副局长卢鹏起、河北省省长王正谱出席开幕式并致辞。我市组织建昌红香芋、阳湖水蜜桃、金坛雀舌等 3 类具有代表性的地理标志产品企业参会参展。

大会同期举办了“2024 中国地理标志品牌推介洽谈会（选品会）”，邀请国内外商协会组织、电商团队及大型商超、商贸流通企业等专业采购团到会，与地标企业开展推介路演、对接洽谈和品鉴交流。大会现场颁发了 12 份《地理标志产品品牌证明书》，我市“建昌红香芋”品牌名列其中，该证书可助力企业持续获得国际市场认可度并提高产品溢价能力。

下一步，市贸促会将持续发挥“联通政企、融通内外、畅通供需”职能优势，立足服务企业根本职能，创新和延伸服务触手，进一步织密服务网络，助力我市相关企业擦亮地理标志“金字招牌”，做强地标产业链、扩大地标“朋友圈”，推动区域特色产业和品牌经济发展，推动我市地标产品“贸通全球”。

我会调研参观第 21 届中国—东盟博览会

9 月 24 日，第 21 届中国—东盟博览会在广西南宁举行。本届博览会以“亲诚惠容同发展，镶钻成冠创未来——促进中国—东盟自由贸易区 3.0 版建设和区域高质量增长”为主题，集中展示数字技术、绿色低碳、新能源以及智能网联汽车等新兴领域的最新动态和技术水平，展览规模近 20 万平方米，参展企业超 3000 家。我市金旺智能科技有限公司、白鹭电器有限公司等 7 家智能制造企业参展。

开展当天，我会季斌会长一行对我市参展企业走访调研，询问了解企业经营发展、外汇收支、创新研发等情况。鼓励我市参展企业要充分借助东博会重要经贸合作平台，突出精品、主动出击，拓展东盟市场合作“朋友圈”。希望企业用足用好 RCEP 政策红利，积极培育新质生产力，向“新”竞发，迎接东盟、一带一路市场广阔新机遇。

后续，我会将充分发挥贸促职能优势，打造宽领域深层次经贸合作交流平台，促进资源共享，深化沟通合作。积极引导企业研发新技术、培育新品牌、共同探索东盟、一带一路市场新蓝图，全力推进我市与东盟贸易、投资等领域合作新空间。

常州市会展行业协会赴无锡考察交流

为促进苏锡常会展业一体化高质量发展，加强与无锡会展行业的交流与合作，9 月 27 日，常州市贸促会会长季斌，常州市会展行业协会副会长冯春华、陈晨等一行七人前往无锡，开展以“聚势赋能共发‘展’产业引领创未来”为主题的考察交流活动。无锡市贸促会（市会展办）四级调研员秦伟，无锡市会议展览业协会执行会长、无锡市太湖新城会展集团有限公司副总经理崔玮等陪同调研。

协会一行参观走访了无锡会展产业园和无锡国际会议中心，听取了相关负责人详细介绍。无锡会展产业园围绕“1+3+N”发展格局，着力打造演艺会展、文创会展、奥体会展三大特色片区，拥有国际会议中心、太湖

博览中心、奥体中心、文化艺术中心、国际网球中心、世界跆拳道中心等丰富的会展设施，全方位覆盖“会、展、节、赛、演”五大领域。

作为无锡首个综合性国际会议中心、世界物联网博览会永久会址，无锡国际会议中心集“会、展、节、赛、演、宴”多功能于一体。总建筑面积 12 万平米，拥有目前国内唯一超过一万平米的无柱式多功能会议厅、1216 座阶梯式大会堂及 60 余间大小会议室和 6000 平米中央大堂，是无锡规格最高、规模最大的会议中心。

协会一行与无锡市会展办、无锡优秀会展服务商代表等进行了交流座谈，无锡市会展办就会展项目申报、会展政策措施等做了详细介绍。与会人员围绕“场馆运营、载体建设、展会培育、资源共享”等方面进行了深入探讨，并提出了两地共同搭建平台，联动办展，加强企业间合作、推动会展业发展等建设性的建议。

季斌表示，无锡聚焦产业优势，坚持培育和发展特色产业推动会展业的蓬勃发展，值得常州会展企业认真学习借鉴，为常州会展业的发展提供了新的思路和方向。他希望两地以此次活动为契机，加强会展业的联动合作，开拓两地资源协调发展的新方式、新途径。

完善推进高质量共建“一带一路” 机制需要把握哪些重点

新华社北京 9 月 25 日电《中共中央关于进一步全面深化改革、推进中国式现代化的决定》提出：“完善推进高质量共建‘一带一路’机制。”这为我们推动共建“一带一路”实现更高质量、更高水平的新发展指明了方向。

10 多年来，共建“一带一路”取得丰硕成果，成为深受欢迎的国际公共产品和国际合作平台。目前，中国已经与 150 多个共建国家和 30 多个国际组织签署了 200 多份合作文件，相继开展了数千个务实合作项目，全方位推进政策沟通、设施联通、贸易畅通、资金融通、民心相通。共建“一带一路”坚持共商共建共享，从“大写意”进入“工笔画”阶段，从硬联通扩展到软联通，为世界经济增长注入了新动能，为全球发展开辟了新空

间，为国际经济合作打造了新平台。

当前，共建“一带一路”进入高质量发展的新阶段，要坚持目标导向、行动导向，扎实落实高质量共建“一带一路”八项行动，推动“一带一路”国际合作行稳致远。要着力抓好以下5项工作任务。

第一，构建“一带一路”立体互联互通网络。深化与重点共建国家在能源、交通、通信等领域基础设施合作，完善陆海天网一体化布局，深化设施联通。加强与共建国家发展战略和市场需求对接，充分考虑共建国家政府、地方和民众多方利益和关切，统筹打造铁路、港口、机场以及“丝路海运”、中欧班列、西部陆海新通道等标志性工程。深化三方和多方市场合作，实现优势互补、共同发展。落实好境外项目风险防控政策体系，保障项目和人员安全。

第二，推动“一带一路”科技创新。深入实施“一带一路”科技创新行动计划，共同培育创新增长动力，拓展数字经济、人工智能、生命科学、绿色能源、先进制造等领域合作空间。共同营造开放创新生态，促进知识、技术、人才等创新要素顺畅流动。共同完善全球科技治理，加强知识产权保护，反对知识封锁和人为扩大科技鸿沟。推动落实《全球人工智能治理倡议》，呼吁各国在人工智能治理中加强信息交流和技术合作，提升人工智能技术的安全性、可靠性、可控性、公平性。

第三，促进“一带一路”绿色发展。坚持建设绿色丝绸之路，对接联合国2030年可持续发展议程，高标准建设更多生态环境友好型项目，鼓励企业开展绿色基建、能源、交通等领域合作。积极商签投资合作备忘录，推动绿色低碳发展信息共享和能力建设，支持发展中国家绿色低碳转型。加大对“一带一路”绿色发展国际联盟的支持，建设光伏产业对话交流机制和绿色低碳专家网络。落实“一带一路”绿色投资原则，到2030年为伙伴国开展10万人次培训。

第四，开展“一带一路”务实合作。深化与共建国家在智慧城市、物联网、人工智能、大数据、云计算等领域的务实合作。支持共建国家发展数字经济，扩大“丝路电商”全球布局，夯实上合、中阿等电商合作机制，深化与东盟电商合作，推进“中非数字创新伙伴计划”。发挥好丝路基金的金融支持作用，聚焦环保、农业、绿色能源、卫生、教育、减贫等领域，高效组织“小而美、见效快、惠民生”项目实施，做优做强“菌草”、鲁

班工坊、“光明行”等品牌项目，推动更多接地气、聚人心的成果落地。

第五，完善“一带一路”国际合作机制。推动建设更多贸易畅通、投资合作、服务贸易等双边经贸合作机制，运筹好经贸联委会、贸易畅通工作组、投资合作工作组、中非合作论坛、“中国—中亚五国”经贸部长会、中国—海合会 6+1 经贸部长会等机制。推动与共建国家一道，打造开放、包容、均衡、普惠的区域经济合作框架。充分发挥已有的各类合作平台作用，推动建立适合共建国家需求特点的技术、标准和规则。继续举办“一带一路”国际合作高峰论坛。加强与共建国家在世界贸易组织框架下的合作，促进能源、税收、金融、减灾等领域多边合作平台建设，积极推进亚洲基础设施投资银行等新型多边治理机制建设。

来源：中国经济网

着力提升 RCEP 规则利用率

《区域全面经济伙伴关系协定》（RCEP）正式生效实施两年多以来，在贸易、投资、区域价值链等多个维度的红利初步释放。作为自贸协定的核心条款，RCEP 原产地规则旨在将 15 个成员国纳入统一规制框架下，以降低企业贸易成本。本文希望针对 RCEP 原产地规则利用率的现状及成因进行讨论。

一、RCEP 成员规则利用率现状

1. 日韩对 RCEP 规则利用水平较高。RCEP 协定是首个连接了中日韩，尤其是中日、日韩市场的自贸协定，促进了三国市场的互联互通。这导致日韩企业对 RCEP 规则的利用集中于三国区域内贸易，且利用水平在短期内就达到较高水平。

（1）日本。日本财务省的数据显示，2022 年，日本在 RCEP 项下的享惠进口额达到 310.8 亿美元，成为日本享惠进口额最大的自贸协定，其中来自中国和韩国的享惠进口占比超过 96%。日本在 RCEP 项下的享惠进口货值接近日本在 CPTPP、日欧自贸协定、日美自贸协定下的总和。初步测算，2022 年日本企业从中国进口时的 RCEP 规则利用率为 57%，从韩国进口时的规则利用率为 38%。2023 年，日本从中国进口利用率升至 76%，从韩国进口利用率升至 68%。

（2）**韩国**。2022年，韩国对日本 RCEP 享惠出口额达 16.74 亿美元，进口享惠额为 27.16 亿美元；2023 年，韩国利用 RCEP 对日本享惠进出口总额升至 63.8 亿美元，同比增长约 14%。根据韩国关税厅公布数据，2022 年韩国对日本的 RCEP 出口利用率为 39.1%，进口利用率为 25.5%，并在 2023 年快速提升至 68.1% 和 37.0%。

2. 中国原产地规则利用率偏低。中国海关发布数据显示，2022 年，中国企业在 RCEP 项下享惠货值总额达 3006 亿元，2023 年上升至 3605.9 亿元，同比增长 20%。出口享惠货值从 2353 亿元升至 2700.7 亿元，同比增长约 15%；进口享惠货值从 653 亿元升至 905.2 亿元，同比增长约 40%。中改院课题组初步测算表明，2022 年，中国企业出口规则利用率为 3.56%；进口规则利用率为 1.03%；2023 年分别上升至 4.21% 和 1.16%；与日韩相比，这一利用率明显偏低。

3. 东盟国家原产地规则利用率普遍偏低。目前只有少部分东盟国家公布了 RCEP 规则利用率的相关数据。从已公布的数据看，东盟对 RCEP 协定的利用率总体低于中日韩，处于较低水平。

（1）**越南**。根据越南工商会数据，2022 年，越南 RCEP 出口规则利用率为 0.67%，低于 2022 年越南自贸协定平均出口利用率（33.6%）；2023 年，越南 RCEP 出口规则利用率上升到 1.26%，仍低于 2023 年越南自贸协定平均出口利用率（37.4%）。

（2）**泰国**。2022 年，泰国在 RCEP 项下的享惠出口额为 9.95 亿美元，出口利用率为 1.9%。2023 年，泰国 RCEP 项下的享惠出口额扩大至 14.04 亿美元，同比增加 41.2%，出口利用率上升至 2.7%。

（3）**马来西亚**。根据马来西亚投资、贸易及工业部调查统计，自 2022 年 4 月至 2024 年 2 月，该部核发 3307 张总货值为 11 亿林吉特（约 2.3 亿美元）的原产地证书，出口利用率仅为 0.07%。

二、RCEP 原产地规则的潜在红利

1. 中国 RCEP 规则利用率提升效应模拟。静态估算，在其他条件不变的情况下，若 2023 年中国 RCEP 区域内进出口的规则利用率能达到目前日韩水平的一半，享惠进出口总货值将达 3.94 万亿元，关税减免额达 790 亿元左右，分别较现有水平提升 9.9 倍和 11.3 倍；若中国的 RCEP 规则利用

率能够达到目前日韩水平，享惠进出口总货值将达 7.9 万亿元，关税减免额将达 1575 亿元，分别较现有水平提升 20.9 倍和 23.6 倍。

2. 马来西亚 RCEP 规则利用率提升效应模拟。在同等计算口径下，若 2022—2023 年马来西亚 RCEP 区域内出口的规则利用率能达到目前韩国对日本出口利用率的一半，则享惠出口额将达约 171.08 亿美元，较现有水平提升约 74.4 倍；若马来西亚出口的 RCEP 规则利用率能完全达到目前韩国对日本出口利用率，则享惠出口额将达约 342.16 亿美元，较现有水平提升约 148.8 倍。

三、提升 RCEP 规则利用率的务实行动

1. 充分发挥政府部门在 RCEP 全面实施中的主导作用。政府部门是自贸协定的倡导者和签订者，要在规则制度层面为 RCEP 协定的充分实施提供保障环境，确保 RCEP 协定的高利用率。

(1) 完善 RCEP 实施机制，强化规则利用的制度保障。RCEP 协议第十八章《机构条款》规定，RCEP 机构设置部长会议，决定 RCEP 的任何相关事项，在部长会议下设立联合委员会，考虑 RCEP 在实施过程中的具体事项。建议 RCEP 职能部门将规则利用率偏低这一事项提上议程，并在高层次会晤中予以讨论。

(2) 加强针对 RCEP 及其红利的宣传。建议政府联合媒体相关部门，组织各类活动广泛宣传 RCEP 协定的优势、潜在红利。通过实地调研等形式，深入了解不同国家企业在利用 RCEP 规则时面临的难题，并出台针对性的举措。

(3) 公布 RCEP 协定利用率的官方数据。目前，RCEP 成员中，只有韩国、日本、泰国、越南的海关部门公布了自贸协定利用率的相关数据。建议其他成员尽快公布利用率的相关数据。

2. 充分发挥企业作为 RCEP 规则使用主体的作用。作为自贸协定的使用主体，企业是 RCEP 红利的最终享受者和最终创造者。企业要清晰了解 RCEP 的相关规定，并据此调整自身经营策略。

(1) 学习 RCEP 协定条款，了解其红利。目前，区域内企业对 RCEP 协定知晓程度较低。2022 年马来西亚制造商联合会（FMM）的企业调查问卷显示，只有 9% 的受访制造业企业利用了 RCEP 规则。马来西亚中华总商会社会经济研究中心调查显示，有约 30% 的受访企业不甚了解 RCEP。商

务部国际贸易经济合作研究院的企业问卷数据显示，2023 年受访企业中，使用原产地区域累积规则的企业比例仅为 8.8%。

（2）加快提升企业利用 RCEP 规则的能力。建议商协会等有关部门开展实地调研，跟踪具体企业的实际障碍和需求，了解相关产业的生存现状，有针对性地引导和支持重点行业的企业利用优惠政策。

3. 充分发挥智库在促进 RCEP 发展中的智力支持作用。智库和学界有义务对 RCEP 协定的全面实施建言献策。例如，配合政府和企业，对 RCEP 规则利用率的真实情况进行评估，并就 RCEP 中长期发展策略提供智力支持。

（1）大力开展 RCEP 实施进度与效应评估等相关研究。建议以规则利用率为重点，利用现有数据，机制化开展 RCEP 实施进展评估，研究并建言如何有效提升 RCEP 规则利用率。

（2）开展企业利用 RCEP 协定的问卷调查。建议针对企业 RCEP 规则利用率偏低的现状，设计科学的企业问卷调查，了解企业使用 RCEP 时面临的难题，为各方提供重要的智力参考。

（3）发挥智库作用，加强 RCEP 能力培训。建议联合开展机制化的 RCEP 能力培训，提升企业使用 RCEP 规则的能力等。

作者系中国（海南）改革发展研究院院长

来源：中国贸易报

聚焦：涨破 7！人民币汇率重回 6 区间 外贸企业如何应对？

在一系列重磅政策发布的影响下，人民币对美元汇率应声走强。

今日截至 8 时 15 分，反映国际投资者预期的离岸人民币对美元汇率最高点已涨破 7，触及 6.9942，日内涨 134 基点，重新返回 6 区间，为去年 5 月以来首次。

在岸人民币对美元汇率同样表现不俗，外汇交易中心数据显示，今日，人民币兑美元中间价报 7.0202，调升 308 个基点，创 2023 年 5 月 22 日以来新高。前一交易日中间价报 7.0510，在岸人民币 16:30 收盘价报 7.0385，夜盘收报 7.0318。

人民币为何大涨？

仲量联行大中华区首席经济学家庞溟此前表示，美联储降息后，伴随着美联储降息步伐的开始和多次降息预期的升温，预计发达经济体将陆续跟随美国开启货币政策调整周期，强美元态势有望扭转，中美利差有望收窄，人民币在合理均衡水平上保持基本稳定的势能更足。

目前，除日本央行之外，主要经济体的货币政策都进入了降息周期，美元升值的动能减弱，美元指数整体回落，8月以来美元指数下跌了3%，目前在101左右徘徊。

信银资本分析，本轮升值可能不在于美元的被动影响，同时国内基本面同样没有数据验证经济边际改善，反而短期仍存较大下行压力。

考虑到中美利差角度虽然8月全月利差倒挂相比7月有所收窄，支持人民币走强，但8月最后一周利差相对保持稳定。信银资本判断，核心原因人民币升值的主因只能归结到结汇预期的快速上升。

潘功胜：人民币汇率有比较稳定的坚实基础

9月24日上午，国新办举行新闻发布会，发布多项重磅措施，包括近日将下调存款准备金率0.5个百分点、下调政策利率7天逆回购操作利率0.2个百分点、引导银行下调存量房贷利率等等。

发布会上，中国人民银行行长潘功胜在回答“美联储降息对中国货币政策和外汇市场的影响”有关提问时表示，9月18日美联储降息50个基点，是过去几年美联储始终处于加息周期中的首次降息。随着降息的靴子落地，美元指数回落，人民币贬值压力缓解。

对于近期汇率的波动，潘功胜强调，汇率是货币之间的一种比价关系，它的影响因素是非常多元的，比如经济增长、货币政策、金融市场、地缘政治、突发风险事件等，这些都会对汇率产生影响。从外部的情况看，受各国经济走势分化、美国大选等地缘政治变化、国际金融市场波动等影响，外部环境和美元走势的不确定性依然存在。从中国国内的形势看，他表示，人民币汇率还是有比较稳定的坚实基础：

一是从宏观层面来说，经济回稳向好态势将进一步巩固和增强。这次人民银行出台比较强的货币政策，将有助于支持实体经济，促进居民消费和提振市场信心。

二是国际收支保持基本平稳。上半年经常账户顺差与 GDP 之比是 1.1%，应该说处在一个比较合理的区间。

三是人民银行、外汇局非常重视外汇市场建设。市场的参与者更加成熟，交易行为也更加理性，市场的韧性显著增强。今年上半年，进出口企业套期保值比例已经达到 27%，货物贸易中用人民币进行跨境结算的比例占 30%，这两个数是不重复的，如果加在一起，相当于有 50%的企业在外贸出口上，受到汇率风险的影响是比较小的。

潘功胜表示，中国人民银行在汇率政策上的立场是清晰的，也是透明的。第一，坚持市场在汇率形成中的决定性作用，保持汇率弹性。第二，要强化预期引导，防止外汇市场形成单边一致性预期并自我实现，防范汇率超调风险，保持人民币汇率在合理均衡水平上的基本稳定。

外贸企业如何应对？

中银证券认为，此轮人民币汇率上升对出口竞争力影响微弱。中银证券首席经济学家管涛提示，出口企业还是要注意汇率对财务状况的影响。8 月份滞后 3 个月和滞后 5 个月环比的即期汇率均值均结束了此前连续多个月的下跌态势，分别上涨 1.1%、0.7%。这意味着，如果出口企业没有进行汇率风险对冲，会遭受近期人民币汇率反弹带来的汇兑损失，人民币转为升值对出口收款账期较短的企业影响更甚。

潘功胜提醒，在人民币汇率双向浮动的背景下，参与者也要理性看待汇率波动，增强风险中性理念，不要“赌汇率方向”“赌单边走势”，企业要聚焦主业，金融机构要坚持服务好实体经济。

对于人民币后续走势，工银国际首席经济学家程实认为，据其测算，人民币已然步入温和升值的通道，未来 12 个月人民币对美元的中枢区间预计将在 6.8-6.9 之间波动。

他指出，今年以来，中国贸易顺差态势良好，前 8 个月贸易顺差达 6084.9 亿美元，同比增长 11.2%，促使外汇储备稳步上升，外汇储备的变化往往与人民币升值呈正相关。与此同时，随着美联储 9 月降息“靴子”落地，美国国债利率下行也将温和推动人民币走强。

来源：综合整理自澎湃新闻、上海证券报、中新经纬、界面新闻、财联社

出口连续 17 个月同比正增长 我国家电出海显韧性蓄后劲

海关总署最新数据显示，我国家电品类的出口表现让人眼前一亮：今年前 7 个月，包括电扇、洗衣机、吸尘器、微波炉、液晶电视在内的家电累计出口 4091.9 亿元，同比增长 18.1%，高出全国出口整体增速 11.4 个百分点。从 2023 年 3 月至 2024 年 7 月，我国家电出口已连续 17 个月同比正增长。

当前我国家电产品出口有什么优势和趋势？家电企业在产品出口、品牌出海的同时，还面临什么问题？

产业链优势明显

近年来，我国家电产品以其高性价比和新技术应用受到国际市场认可。海关总署统计分析司司长吕大良介绍，我国广大外贸经营主体积极适应市场需求，不断推进产品创新迭代、优化升级，加上海外需求改善、政策红利释放、通关效率提升，推动了以家电、手机为代表的消费电子产品等出口呈现连续增长态势。

我国拥有全球产业门类最齐全、产业体系最完整的制造业。中国家用电器协会有关负责人表示，成熟完善的供应链体系是我国家电产业最重要的竞争优势。产业链的集群效应满足了企业从设计开发到生产采购等环节的一站式需求。

为了应对劳动力成本增加和原材料价格上涨的挑战，近年来，我国家电企业逐步走出过去的代工模式，在积极转型升级的同时，重视加大研发投入以提升产品附加值，转向自主创牌的新模式，并构建起强大的海外销售渠道，在全球产业格局中站稳了脚跟，也夯实了优势。出口贸易额的持续增长印证了这一点。

加速全球化布局

从资本出海到品牌出海，从布局欧美市场到转向中东、亚非拉市场，我国家电企业出海逻辑也在发生深刻变化。以海尔、海信、美的等为代表的家电企业，在全球范围内积极布局，建立研发中心、制造基地和销售网络，打造全球化高端品牌。

作为最早一批出海的中国企业，海尔智家始终坚持出口创牌，经过多

年海外建设，已在全球布局 10 个研发中心、35 个工业园、143 个制造中心，拥有海尔、卡萨帝等七大全球化高端品牌，不仅实现了稳健的收入增长，还在多个国家实现市场引领。8 月 14 日，海尔智家在泰国春武里空调工业园举行奠基仪式，意味着海尔智家在全球“三位一体”的本土化布局再提速。

海尔智家相关负责人表示，近年来，海尔在高端节能绿色产品的研发、技术升级方面持续投入，不断上市高端节能类产品，在海外受到广泛认可。在出海过程中，不同国家和地区有着不同的文化和消费习惯，家电企业立足用户需求进行产品研发，才能赢得市场认可。

同为最早一批走出国门的中国家电企业，海信也积极布局海外市场。8 月 8 日，海信埃及电视工厂项目举行签约仪式。海信国际营销公司中东非区总经理欧扬介绍，该项目预计明年投产，除满足埃及本地需求外，还将出口至阿盟、北非和东非等 21 个国家和地区，并逐步扩大至西非、欧盟和美洲。目前，海信在全球设有 34 个工业园区和生产基地、26 个研发中心，形成了研产销供服一体化的全球化布局。

此外，格力、美的、TCL 等家电企业也正加快海外建厂步伐。格力电器在拉美地区建有海外生产基地，产品在中东、欧洲、东南亚等市场实现持续增长；美的海外品牌已形成东芝、美的、Comfee3 个全品类品牌以及开利、Eureka 等 13 个细分品类专业品牌。

通过在海外建立生产基地，我国家电企业实现了产业能力的国际扩散，增强了区域市场竞争力。张剑锋认为，我国家电企业出海或已迭代至以“产能本地化、经营本土化、品牌跨文化、供应链安全化”为核心的价值出海阶段，产品独特性和差异化塑造或成未来发展方向。

提升核心竞争力

我国家电出口增长的同时，也面临复杂严峻的外部考验。比如，海路运输和铁路运输的高运价给整个家电行业带来不小的成本压力，国际地缘政治复杂多变也带来诸多不确定性。

有家电企业相关负责人坦言，公司业务一定程度上依赖海外市场，一旦出口目的地国家和地区的贸易政策出现重大调整，或发生经济形势急剧下滑等不可预见事件，均可能直接影响产品需求，从而对公司出口业务的稳健运营带来潜在风险。

在全球经济周期不断变化过程中，支撑我国家电出口高速增长的因素

正在改变。中国家用电器协会相关负责人表示，家电出海目前面临的问题主要是短期效益和长期战略的平衡。市场环境的差异、文化障碍和人才匮乏、市场竞争日趋激烈、资金压力以及供应链和物流问题都可能对出口业务造成影响。

虽然家电产品出口面临诸多挑战，但家电产业的全球化进程是长期且不可逆转的。曾经，对于家电企业而言，缺乏全流程质量追溯能力是行业普遍痛点之一。尤其在当前市场环境下，市场竞争已经从单家企业之间的竞争，逐步过渡到整个供应链的竞争，提高供应链竞争水平迫在眉睫。

海信视像科技制造中心副总经理袁海东介绍，通过搭建数据采集与分析系统，海信实现了对原材料和生产质量的全流程追溯，供货周期缩短 20% 以上，大大提升了工作效率。

有专家指出，在海外重塑本国供应链的压力下，我国家电企业正加速构建海外本土化的制造及供应能力，依托中国在家电产业价值链上的优势，构建更强的核心竞争力。（本文来源：经济日报 作者：证券日报记者 刘 钊）

来源：证券日报

绿色税收席卷全球，企业如何应对

近年来，绿色税收政策在全球范围内得到了广泛的应用，成为各国推动经济社会发展绿色转型、实现可持续发展目标的重要政策工具。9月13日，安永在2024年服贸会上发布了题为《加强绿色税制建设 践行可持续发展》的报告，以具体的案例分析，展示了绿色税收政策在实际操作中的有效性和挑战。

报告指出，根据安永发布的第八版《绿色税收跟踪报告》，全球66个国家或地区在可持续性政策激励、碳定价制度和环境税收政策以及免税措施方面有了新的进展。这些国家或地区的GDP总和占全球GDP的90%以上。这表明绿色税收已经成为国际社会应对气候变化的重要经济工具。

报告对企业可持续发展提出了意见与建议。主要包括以下几个方面：一是充分了解绿色税收政策动向。二是建立健全绿色税收管理机制。三是加强各部门协同合作。四是制定兼顾减排和降本节能减排方案。五是提高绿色税收信息透明度。六是优化供应链与商业模式以适应可持续发展。

特别是针对欧盟碳边境调节机制法案（CBAM，下称“碳关税”），企业应从多个方面采取行动以应对挑战。

在内部管理方面，企业需要建立或优化碳排放管理和报告系统，加强数据管理能力，确保披露的碳排放数据符合国际规则。同时，企业应重视测算产品的碳排放量，并采取措施优化生产过程，减少能耗和碳排放。在供应链协作方面，企业应与供应链中的其他企业协同合作，确保整个供应链的碳排放得到有效管理。这包括评估和优化供应链，选择环保友好的原材料和供应商，建立可追溯的供应链体系，并在供应链中营造绿色发展生态。

国际合作与标准接轨也至关重要。企业应与国际伙伴合作，确保碳排放核算与国际标准接轨，积极配合提供产品的碳排放数据及其他必要信息，以确保在欧盟市场的合规性。同时，企业需时刻关注碳关税政策的最新动向，加强政策研究，把握绿色转型趋势。

行业合作与知识共享是应对碳关税挑战的另一重要方面。企业应与同行业企业、供应商、行业协会及研究机构建立合作网络，通过行业论坛、研讨会和工作坊分享碳关税相关的经验和知识，合作开展研究项目，共同开发解决方案。

在技术创新与产品优化方面，企业应持续进行技术创新，提升产品环保性能，选择更环保的生产技术和设备，提高产品的技术含量和市场竞争力，并探索应用低碳技术和提高能效的解决方案。品牌建设与市场策略同样不容忽视。企业应致力于提升产品的附加值和品牌认知，营造绿色的历史发展生态，支撑良好的企业形象，通过环保认证满足欧盟市场对环保产品的需求。最后，企业需要从战略高度重视碳关税，积极融入绿色发展大趋势，实现高质量发展。

通过这些全面的措施，企业可以在遵守国际规则的同时，保持并增强其在国际市场上的地位，有效应对碳关税带来的挑战。

来源：中国贸易新闻网

RCEP 助企抢抓对印尼生效红利

一、案例简介

常州某企业主营化工原料，出口越南、印尼、印度等国，由于目的国

市场主要属于东盟成员国，我国与东盟签订了《中国-东盟》自贸协定、《区域全面经济伙伴关系协定》（RCEP），通过我会举办的自贸协定（FTA）业务培训和专题讲座，企业开始关注和了解各类 FTA，并积极主动地为进口商申办相关 FTA 原产地证，帮助海外客户减免关税，海外订单不断增加，市场得到稳固。

二、案例分析

RCEP 对印尼生效后，业务人员了解到公司出口印尼的化工原料二甲基甲酰胺（HS 编码 292419），在中国-东盟 FTA 项下的关税始终保持为 5%，而在 RCEP 项下的基准税率为 5%，但逐年降税 10%，直至第十年降为零关税。公司积极为客户申办了 RCEP 项下原产地证书，截至目前享惠货值累计约 69 万美元，为印尼客户节约关税约 8500 美元。由于 RCEP 对印尼生效带来的关税减让，印尼客户的订单量呈逐年增长态势。

近年来，在各级政府与相关部门的引导下，借助于常州市贸促会 FTA 优惠政策的专题培训，我市外贸企业运用自贸协定优惠政策的积极性和享惠能力不断提高，特别是在 RCEP 对印尼生效后，通过灵活选择运用中国-东盟自贸协定和 RCEP，帮助海外客户最大程度享受关税优惠。

三、案例提示

RCEP 对印尼生效后，该国在中国-东盟自贸协定的基础上，新增给予中国 700 多个税号产品零关税待遇，包括部分汽车零部件、摩托车、电视、服装鞋靴、塑料制品等，其中一部分产品自 2023 年 1 月 2 日起立即实现零关税，其他产品则在一定过渡期内逐步降为零关税。建议企业积极关注我国最新自贸协定政策与变化，及时通过“FTA 智慧应用公共服务平台”（<https://fta.ccpitjs.org>）或者中国贸促会原产地网上签证系统（<https://declare.ecoccpit.net>）查询各 FTA 税率，择优选择适用 FTA，获得最优关税优惠，提升企业海外市场竞争力。

来源：常州市贸促会 涉外商事部

美国国际贸易委员会作出晶体硅光伏电池 第二次双反日落复审产业损害终裁

2024 年 9 月 12 日，美国国际贸易委员会投票对进口自中国的晶体硅

光伏电池（无论是否组装入模块）作出第二次反倾销和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。本案涉及美国海关编码 8501.71.0000、8501.72.1000、8501.72.2000、8501.72.3000、8501.72.9000、8501.80.1000、8501.80.2000、8501.80.3000、8501.80.9000、8507.20.8010、8507.20.8031、8507.20.8041、8507.20.8061、8507.20.8091、8541.42.0010 和 8541.43.0010 项下产品。

（编译自：美国国际贸易委员会官网）

哥伦比亚对华无色浮法玻璃板作出反倾销初裁

2024 年 9 月 6 日，哥伦比亚在其官方公报发布 2024 年 9 月 5 日第 267 号公告，对原产于中国的无色浮法玻璃板作出反倾销初裁，初步裁定继续反倾销调查，暂不征收临时反倾销税。涉案产品的哥伦比亚税号为 7005.29.10.00 和 7005.29.90.00。公告自发布之日起生效。

（编译自：哥伦比亚贸工旅游部官网）

巴西对涉华彩涂板发起反倾销调查

2024 年 9 月 19 日，巴西发展、工业、贸易和服务部外贸秘书处发布 2024 年第 48 号公告称，应巴西国内企业 Companhia Siderúrgica Nacional 于 2024 年 6 月 7 日提交的申请，对原产于中国和印度的彩涂板发起反倾销调查。涉案产品为碳钢扁平轧制产品，每一层的单面或双面涂漆，每一边相等或不等，有或无涂层低碳钢基材，或涂塑；卷材或片材，带或不带保护膜或装饰膜，市场上通称为彩涂板。涉及南共市税号为 7210.70.10、7210.70.20、7212.40.10、7212.40.21 和 7212.40.29。本案倾销调查期为 2023 年 4 月至 2024 年 3 月，损害调查期为 2019 年 4 月至 2024 年 3 月。公告自发布之日起生效。

（编译自：巴西官方公报网）

印尼对进口线性低密度聚乙烯启动保障措施调查

2024年9月11日，WTO保障措施委员会发布印尼代表团向其提交的保障措施通报。2024年9月9日，应印尼生产商申请，印度尼西亚保障措施委员会（KPPI）对进口线性低密度聚乙烯启动保障措施调查。涉案产品为 α -烯烃单体含量不超过5%的非液态/糊状聚乙烯，涉及印尼税号3901.10.92项下的产品。

利益相关方应于立案之日起15日内分别以电子版和纸质版进行应诉登记。预计听证会将于2024年11月5日星期二上午10点~12点举行，参加听证会的利益相关方应于2024年11月1日前提交书面案件评述意见及证据材料。

调查机关（印尼保障措施委员会）联系方式：

THE INDONESIAN SAFEGUARDS COMMITTEE

Komite Pengamanan Perdagangan Indonesia (KPPI)

地址：Jl. M.I. Ridwan Rais No.5, Building I, 5th floor, Jakarta 10110

电话/传真：（62-21）385 7758

邮箱：kppi@kemendag.go.id

（编译自：世贸组织官网）

土耳其对进口聚酯短纤作出保障措施日落复审终裁

2024年9月20日，土耳其贸易部发布第2024/9号公告，对进口聚酯短纤作出保障措施第一次日落复审肯定性终裁，建议继续对涉案产品征收为期三年的保障措施税，具体如下：2024年9月23日~2025年9月22日为0.048美元/千克、2025年9月23日~2026年9月22日为0.044美元/千克、2026年9月23日~2027年9月22日为0.040美元/千克。措施实施以土耳其总统相关征税令为准。涉案产品的土耳其税号为5503.20.00.00.00。

（编译自：土耳其官方公报）

印度尼西亚对进口防水油布启动保障措施调查

2024 年 9 月 23 日，WTO 保障措施委员会发布印尼代表团向其提交的保障措施通报。2024 年 9 月 18 日，应印尼国内生产商申请，印尼保障措施委员会（KPPI）对进口防水油布启动保障措施调查。涉案产品由塑料和合成纤维（包括聚丙烯、聚乙烯和低密度聚乙烯）制成，涉案产品的印尼税号为 ex.3921.90.90、ex.3926.90.99 和 ex.6306.12.00。

（编译自：世贸组织官网）

美国作出环氧树脂反补贴初裁

2024 年 9 月 10 日，美国商务部发布公告，对进口自中国大陆、印度、韩国和中国台湾地区的环氧树脂作出反补贴初裁，因中国企业未参与应诉，初步裁定江苏三木集团有限公司、山东蓝星东大化工有限责任公司和中国大陆其他生产商/出口商的税率均为 108.64%，印度生产商/出口商的税率为 1.55%—113.83%，韩国生产商/出口商的税率为 0.74%（微量）—0.89%（微量）、中国台湾地区生产商/出口商的税率为 1.32%—3.32%。美国商务部预计将于 2025 年 1 月 21 日作出反补贴终裁。本案涉及美国海关编码 3907.30.0000 项下产品。

（编译自：美国商务部官网）

澳大利亚对涉华焊缝管作出双反豁免调查终裁

2024 年 8 月 28 日，澳大利亚反倾销委员会发布第 2024/055 号公告称，澳大利亚工业与科学部长通过了澳大利亚反倾销委员会对进口自中国大陆、韩国、马来西亚以及台湾地区的焊缝管作出的反倾销豁免调查终裁建议、对中国大陆的焊缝管作出的反补贴豁免调查终裁建议，决定不豁免以下产品的反倾销税和反补贴税：350 级 60 毫米 x 120 毫米 x 10 毫米厚的钢

制矩形管，长度 11.9 米。涉及澳大利亚海关编码 7306.61.00.22 和 7306.61.00.25 项下的产品。

（编译自：澳大利亚反倾销委员会）

巴基斯坦对华漆刷长丝作出反倾销终裁

2024 年 9 月 3 日，巴基斯坦国家关税委员会发布第 ADC63 号案件的最新公告，对原产于或进口自中国的漆刷长丝作出反倾销肯定性终裁，裁定涉案产品存在倾销，且该倾销对巴基斯坦国内产业的建立构成了实质性阻碍，因此决定对涉案产品征收 34.15% 反倾销税，措施自 2024 年 6 月 13 日起生效，有效期为五年。措施不包括仅用于巴基斯坦出口产品原料的漆刷长丝和涉及国外捐款援助项目及其他豁免关税项目所需的漆刷长丝。本案涉及巴基斯坦税号 5404.1900、5404.9000 和 5406.0000 项下的产品。

（编译自：巴基斯坦国家关税委员会官网）

欧盟对华自行车发起第三次反倾销日落复审调查

2024 年 8 月 29 日，欧盟委员会发布公告称，应欧盟自行车生产商协会于 2024 年 5 月 24 日提交的申请，对原产于中国的自行车发起第三次反倾销日落复审调查，审查若取消现行反倾销措施，涉案产品的倾销和对欧盟国内产业构成的损害是否将继续或再度发生。涉案产品的欧盟 CN 编码为 8712 00 30 和 ex 8712 00 70（TARIC 编码为 8712 00 70 91、8712 00 70 92 和 8712 00 70 99）。本次日落复审倾销调查期为 2023 年 7 月 1 日至 2024 年 6 月 30 日，产业损害分析期为 2021 年 1 月 1 日至倾销调查期结束。

（编译自：欧盟委员会官网）

欧盟对华玻璃纤维长丝发起双反期中复审调查

2024 年 8 月 30 日，欧盟委员会发布公告称，应 Glass Fibre Europe 于 2024 年 6 月 3 日提出的申请，对原产于中国的玻璃纤维长丝进行反倾销和

反补贴期中复审调查。涉案产品的欧盟 CN 编码为 7019 11 00、ex 7019 12 00、7019 14 00 和 7019 15 00（欧盟 TARIC 编码为 7019 12 00 22、7019 12 00 25、7019 12 00 26、7019 12 00 39）。本案调查期为 2023 年 7 月 1 日到 2024 年 6 月 30 日。

（编译自：欧盟委员会网站）

印度尼西亚终止对进口人造长丝纱线保障措施调查

2024 年 9 月 2 日，WTO 保障措施委员会发布印尼代表团向其提交的保障措施通报。鉴于印尼国内产业不生产涉案产品或类似涉案产品，印尼保障措施委员会（KPPI）决定自 2024 年 8 月 30 日起终止对进口人造长丝纱线（Artificial Filament Yarn）的保障措施调查，不实施保障措施。涉案产品的印尼税号为 5403.10.00、5403.31.10、5403.31.90、5403.32.90 和 5403.41.90。

（编译自：世贸组织官网）

2025 巴黎国际服装服饰采购展览会

一、展会概况

展出时间：2025 年 2 月 10-12 日

展出地点：巴黎勒布尔歇会展中心

二、展会简介

欧洲市场订单效果显著的专业服装展不多，主办方与法兰克福展览公司合作，充分利用 Texworld 的品牌优势、及大量的到会采购商、自 2007 年起与 Texworld 同期同馆举办。

为适应纺织品服装市场的变化和 demand，自 2011 年 9 月起打造“巴黎国际服装服饰采购展（Apparel Sourcing PARIS）”国际性专业贸易展览平台、每年举办 2 届，原“中国纺织品服装贸易 展览会（巴黎）”以中国展团的形式继续保留。“巴黎国际服装采购展”升级为一个大型国际专业纺织品服装接单展！

全新的 Apparel Sourcing Paris（APP Paris）定位于时尚采购，参展商

〔 展会推介 〕

由中国企业延伸为全球企业，是在设计和品牌方面寻求国际合作的不二之选。

2024 春季巴黎展整体展出规模超过 4 万 m²，成为春季档有史以来最大规模的展出。共有来自中国、土耳其、印度、韩国、巴基斯坦、孟加拉、埃塞俄比亚以及中国香港、中国台湾在内的 25 个国家及地区的 1269 家纺织服装企业参展。其中，883 家中国纺织服装企业积极奔赴巴黎参展，占总参展商数的 70%；面辅料企业 483 家，服装服饰企业 400 家，企业重复参展率近 50%。展会共迎来近 8000 名专业观众，其中包含 DFS 免税集团、家乐福集团、巴黎迪斯尼、Jacadi、NafNaf、Diesel、George、Godske、Guess、H&M.....众多欧洲知名买家云集，展会影响力辐射全球，尤其是引起了大量欧洲买家的关注。

三、展品范围

男式服装：各种男士服装及服饰，外套、夹克、套装、正装、牛仔装、运动装、休闲装、针织服装、T 恤衫、裤子、内衣、睡衣、家庭装、泳装、沙滩装等

女式服装：各种女士服装及饰物，包括成衣、上衣、民族服装、晚礼服、婚纱、牛仔装、裘皮装、针织服装、青年装、羽绒服、沐浴产品、浴装、内衣等

儿童服装：各类童装及饰物、辅件、儿童玩具、儿童用品、益智产品等

服装饰品：饰品、礼服包、袜子、帽子、抱枕、阳伞、灯饰、香水、化妆品、熏香、模特、熨斗等

服装辅料：纱线、棉纱、毛线纱等纺织原材料；纽扣、拉链、花边等辅料

其 他：皮革制品、裘皮服装、箱包等

2025 巴西国际建筑建材展

一、展会概况

展览日期：2025 年 4 月 8-11 日

展出地点：巴西圣保罗会展中心

举办周期：一年一届

二、展会介绍

巴西国际建筑展由励展展览集团巴西公司举办，目的是增加国际展览商家和买家的参与度，促进资源的流动，进一步促进巴西和世界的交流和联系。巴西的五金建材市场规模巨大，增长较快，并且对外依存度有上升趋势。展会激励着成千上万的观众，是土建施工与建筑市场的标杆展会。展会是拉丁美洲唯一专注于建筑施工行业的一站式盛会，也展现了建筑、装修、门窗、卫浴、石材、陶瓷等行业的最新产品和技术，每家展商都积极展示他们最新推出的技术和令人印象深刻的新产品，以此来展示自己的实力。参展公司涵盖了建筑、装饰、制冷、通风、油漆制造等所有民用领域。该展会被证实是国际市场建筑领域最新产品和技术展示地，更突显了巴西作为南美市场门户的重要性。展会每年国际参加者的增加，在一定程度上反映了巴西在国际市场上的巨大潜力。

三、展品范围

1. 户外园艺用品：户外及花园家具、户外园艺灯具、园艺五金工具、园艺用品及配件、遮阳棚、木制板、烧烤用具、种植用品、植物花卉、割草设备、人工草坪、运动场地、泳池设备等；

2. 门窗玻璃：门框、窗框、铝材、玻璃、窗帘等；

3. 室内外装修：大理石、岩石、花岗石、瓷砖、地板、壁纸、陶瓷涂层、涂料、木质地砖、家具木皮、隔间板、天花板、木地板、地毯、家具、屋顶覆盖物、金属质墙壁、防水产品及系统、隔热隔音板等；

4. 五金工具：切割工具、手动工具、电动工具、小型加工机械、日用五金、建筑五金、装饰五金、铁丝网、建筑架、电钻、紧固件、筛网、维修工具、泵阀类及各类配件等；

5. 主体工程和其他：防盗系统、安全楼梯、建筑施工管理设备及软件、楼宇外围户网及护板、建筑机械、水泥、沥青等。

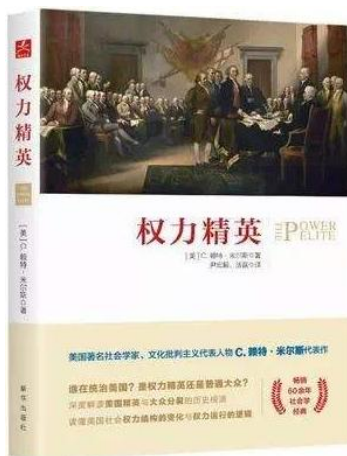
欲进一步了解有关境内外展会详情，请随时咨询我们。

联系方式如下：

联系人：朱静、毛熙嘉

联系电话：86180795、88110165

《权力精英》 赖特·米尔斯



这本书就围绕着“权力精英”讨论了谁在统治着我们的社会，以及看不见的“权力之手”是运作的。米尔斯犀利地揭示了围绕政治、经济、军事三大领域形成的“权力三角形”，批判了社会权力的集中。他对社会的批判影响了无数后来者，本书也成为当之无愧的“里程碑式的权力论著”。

推荐人：张一帆

《沙丘》 弗兰克·赫伯特

人类每次正视自己的渺小，都是自身的一次巨大进步。

哥白尼提出了“日心说”，我们才知道这个世界并不是宇宙的中心。

哈勃用望远镜揭开了河外星系的神秘面纱，我们才知道宇宙中还有千亿个银河系。

“自由号”发现了黑洞的存在，我们才知道也许宇宙之外还有宇宙，我们只是永恒中一颗微小的沙粒。

一切会思考的机器都被摧毁后，宇宙的焦点重回人类之间的争夺。行星厄拉科斯——人类梦寐以求、竞相抢夺的“香料”的唯一产地，在这里上演着权术与背叛、恐惧与仇恨、希望与梦想的太空歌剧。人们常常用另一个名字称呼这颗干旱的星球——沙丘。

家破人亡、颠沛流离的少年保罗在这里抗争着他的宿命。在命运面前，他是如此的渺小，却又如此的强大……

推荐人：白喆杨

