

面膜餅乾紫皮糖 跨境走進百姓家

萬國商埠通中俄 黑河電商賣好貨

在與俄羅斯隔江相望的黑河，街道乾淨整潔，歐式建築隨處可見。百年前黑河被稱為「萬國商埠」，德、日、美、法、朝的商客紛至沓來。如今，作為通商口岸的黑河敞開胸襟、擁抱世界。新冠疫情衝擊之下，口岸城市黑河在保持原有對俄經貿往來的同時，利用口岸優勢，發展跨境電商。紫皮糖、蜂蜜拉絲餅乾、「老奶奶面膜」……俄羅斯優質食品、日用雜貨得以通過電商渠道走入中國百姓家中；「中國製造」也得以銷往海外，在擴大對外開放的同時，構建起國內國際雙循環的新發展格局。

大公報記者 于海江



根據中國海關總署資料，2022年前5月，中俄貿易額增長28.9%，達到658.1億元（人民幣，下同）。中國出口俄羅斯額上漲7.2%，從俄羅斯出口中國貿易量上漲了46.5%。

在黑河，企業老總的名片上通常都有兩個地址：一個在黑河，另一個則是在俄羅斯的阿穆爾州——其首府布拉戈維申斯克與黑河隔河相望。6月，黑河利源達集團研發生產的新一批專用車在黑河海關裝車發貨，公司打入俄羅斯市場已有十幾年，根據高緯度地區的氣候、路況和客戶需求設計生產專用車。總經理霍慶芳說，疫情確實造成了一定的影響，因此「在穩定俄羅斯市場的同時，今年正在開拓國內市場，目前我們的專用車在東北及內蒙古都有銷售。」

疫情帶來的改變，也體現在留俄歸國青年劉雅樂的創業路上。2019年9月，黑龍江自貿區黑河片區揭牌，同年11月，畢業於俄羅斯聯邦南烏拉爾國立大學的劉雅樂回到家鄉創業。

直播「帶俄貨」圈粉百萬

疫情來襲，但中國消費者對於外貿商品的需求依然巨大。紫皮糖、無水冰淇淋（雪糕）、「老奶奶面膜」……乘着互聯網和短視頻的東風，越來越多俄羅斯零食和日用雜貨逐漸為中國消費者熟知，並通過電商渠道走進人們的生活。劉雅樂藉機做起直播生意，2020年，他在多個短視頻平台收穫粉絲近200萬，第二年又創辦了電商公司、傳媒公司，將俄羅斯商品網絡「帶貨」給中國消費者。

早上九點，記者在黑河市大黑河島國際商貿中心北二層看到，辦公室、展示廳、直播間內已進入工作狀態。中國（黑龍江）自由貿易試驗區黑河片區對外貿易與合作中心副主任戰予誠說：「因為是做電商，下午才是這裏開始工作的時間，在這裏，我們為入駐電商團隊提供二十四小時的服務保障。」

國貨「走出去」 跨國訂單增

黑河自貿片區於2020年初謀劃建設跨境電商直播產業集群，建成5500平米直播基地，設有電商直播產業區、電商企業孵化區、黑河電商直播研究室、跨境電商線下展示中心等直播電商引擎。戰予誠說，自直播基地成立以來，總銷售額已達3億元人民幣，總發貨單數超1300萬單。

「全球疫情持續，外貿深受影響，但在逆勢中求增長是創業青年必經的成長。」劉雅樂創業的3年是疫情持續的3年，如今的他已不滿足於僅僅將俄羅斯商品「引進來」，轉而思考如何令國產的優質商品「走出去」。今年6月，中俄黑龍江大橋正式通車，同月，劉雅樂將業務鋪展到海外社交媒體平台，在「618」促銷小試牛刀。主播姑娘們通過俄語直播銷售中國品牌服飾，一單單跨國業務在「雲端」不斷成交。



▶ 在位於黑河的智能倉儲基地，工作人員在查看進口商品。
新華社

跨境產業鏈 大豆變「金豆」

農業合作

經破瓣、軟化、壓坯、蒸炒、壓榨、提純等生產工藝，來自俄羅斯的有機大豆轉化成黃澄澄的「率賓府」牌有機豆油，它們將銷往長三角地區。

剩下的豆粕則作為有機飼料又出口歐美國家。境外有機種植，境內精深加工，境內外銷售，在黑龍江另一座中俄邊境城市東寧，黃豆串起了一條黃金產業鏈。

目前，東寧市企業在俄羅斯耕種土地面積已達近400萬畝，建成10萬畝以上的超大型綜合農場6家，中小型農場20家，微型家庭農場420家，開發種植區域遍佈俄羅斯6個州25個區，名副其實地成為對俄農業開發合作第一市。

◀ 東寧銀河貿易有限責任公司在俄羅斯種植大豆。
受訪者供圖

多措並舉 助企加速通關

「先通後繳」關稅保函
● 憑銀行提供的「關稅保函」海關稅款擔保服務，企業在貨物通關時可享「先通關後徵稅」便利

機械車輛自行入出區
● 貨物無需二次裝卸即可裝卸，省去額外裝卸費、運費，解決出入區成本高、通關慢難題

進口貨物「船邊直提」
● 在不觸發海關查驗前提下，免去進口貨物在港區內堆存與多次裝卸環節，允許企業在進口貨物抵港後直接提離港口

簡化檢疫證書簽發
● 可減少企業業務辦理成本

大公報記者于海江整理



▲ 工作人員在黑河自貿片區跨境電商直播基地直播銷售俄羅斯特色零食。
大公報記者于海江攝

▲ 中俄黑龍江大橋於2022年6月正式通車，兩國雙邊貿易將更上一層樓。

打造金招牌 抱團闖市場

產業集群

七月的黑河，夏意漸濃。走在街頭，電子滾屏、宣傳彩旗、產品包裝隨處可見「極境寒養」四個字。成立三年來，「極境寒養」已成為黑河市農產品抱團闖市場的名片和「金招牌」。

2019年8月，黑河市委市政府發布覆蓋全市域、全品類、全產業鏈的農產品區域公用品牌——「極境寒養」，授權黑河綠農集團全權運營。為實現品牌標準化，黑河綠農集團組織編撰並實施了《「極境寒養」安全產品標準》，規定了農產品從

生產、加工、包裝、儲藏、運輸、銷售全產業鏈的通用規範和要求。截至2022年6月，授權使用企業78家，「極境寒養」品牌產品達200餘種。

記者走進「極境寒養」展示中心，琳琅滿目的大豆、火山礦泉、藥食、漢麻、俄原產地五大系列產品擺滿櫃檯，展廳中間更有來自大灣區的特色美食。黑河綠農集團工作人員說：「近年來「極境寒養」不斷發展，與南方企業合作，讓東北的產品走出去，讓南方的產品走進來。」

黑河冬季的冷，成就了農作物的獨特性，病蟲害少，品質檔次高。「極境寒養」四個字取意「極境黑河寒養至味」，形容極致環境和冷寒氣候孕育出的康養產品。截至2022年6月，已有會員企業500餘家，對全域3000萬畝耕地及3000餘家涉農企業進行全產業鏈整合，形成產業集群。



▲ 黑河自貿片區跨境電商直播基地全力為入駐團隊提供服務。
大公報記者于海江攝



▲ 黑河陸續發放價值千萬元的普惠消費券，市民踴躍消費。
大公報攝

千萬消費券 拉動內循環

一搶而空

「我搶到了政府優惠券，今天用餐價格是200元，現在我只需要付100元就可以，非常實惠。」黑河市民潘柱說。近期，黑河陸續發放1000萬元普惠消費券，採取優惠直補、消費立減方式，覆蓋百貨、商超、餐飲等傳統零售業、服務業商戶。實現了快速拉動消費，打通實體消費循環的目標。

普惠消費券分三期發放，首批發放400萬元，第二批發放400萬元，第三批發放200萬元。消費券發放後，黑河各大超市門前、加油站排起了小長隊。在各行業中，餐飲市場最先回暖，越來越多的市民走出家門，到餐廳享受美食。首發當日，60萬元餐飲消費券僅用時1分26秒就被一搶而空，第二天更是以25秒的速度搶光40萬元餐飲消費券。

當地的火鍋店老闆王先生說，「現在店裏的生意非常火爆，客流量明顯增加，出現用餐時間排位、等位現象，給我們餐飲企業經營增加了很大的信心。」

記者在黑河商務局了解到，普惠消費券對當地餐飲、旅遊、汽車銷售行業拉動明顯。剛剛喜提新車的黑河市民馬先生說：「用優惠券購車，直減6000元，加上國家政策購置稅減半，這台新車相當於是裸車的價格提回家。」

