

運載貨物種類增至逾百種 覆蓋「新三樣」 灣區定製「中歐班列」 廣東名品銷全球



灣區「中歐班列」外拓模式多樣化！繼新能源車出口實現中歐班列「雙運載」+「雙通道」模式之後，「東南亞—中國—歐洲」過境班列亦於近日首發。廣鐵集團相關部門負責人30日受訪表示，「定製化」班列頻創新突破，涵蓋新能源車班列、跨境電商班列、國際郵包班列、精品快速班列、國際冷鏈班列等。而搭載中歐班列的「廣東造」貨物品類亦從最初的10多種擴大到上百種，當中不少是灣區知名製造品牌的貨物，高科技產品佔比逐年提升，涵蓋新能源汽車、鋰電池、光伏產品等「新三樣」，助推大灣區鏈接世界「買賣全球」。

大公報記者 方俊明廣州報道

滿載過百台廣汽传祺品牌出口汽車的JSQ（商品車鐵路運輸專用車）中歐班列最近從廣州國際港站駛出，通過滿洲里口岸奔往俄羅斯莫斯科，成為「廣東製造」國產汽車出口新通道。廣州國際港站還通過集裝箱班列裝載商品車經霍爾果斯或滿洲里口岸運到俄羅斯，標誌着大灣區集裝箱中歐班列+JSQ中歐班列實現「雙運輸載具」+「雙口岸通道」模式常態開行。

去年發貨近百萬噸 開行量屢創新高

記者了解到，相對於海運和空運，中歐班列運輸價格是航空的約五分之一，運行時間是海運的四分之一左右，受自然環境影響小、穩定性高，對具有一定運量規模和時效性要求較高的產品，具有很強的吸引力。數據顯示，截至今年2月初，大灣區已常態化開行中歐班列逾3000趟；僅去年便開行突破900列，發送近10萬個標箱，單向貨物發送量超99萬噸，開行總數同比上漲逾34%，連續11年創下歷史新高。而大灣區中歐班列今年1月份貨物便發送8800個標箱，同比高出逾一倍。

大灣區「中歐班列」除了貨運站點不斷拓展，幾乎覆蓋亞歐大陸所有地理單元，陸續串聯起40餘個亞歐國家和地區之外，進出口貨物結構亦不斷優化，貨物品類已從最初的10多種擴大到上百種。鐵路部門表示，貨品從原來的服裝、化工品、礦產品，逐漸向新能源汽車、鋰電池、光伏產品等「新三樣」轉變。

「今年以來，廣州國際港「中歐班列」裝載的出口貨物中家電、電子產品等珠三角優質製造業產品佔比明顯增加，班列運營呈質增量穩態勢。」廣州車站海關監管科科長謝婉琳說。今年前4個月，廣州車站海關累計監管開行出口「精品班列」68列，約佔同期中歐班列開行總量的48%，跨境電商、國際郵包、國際冷鏈、精品快速等中歐「定製化」班列持續創新，成為聯繫粵港澳大灣區與共建「一帶一路」國家和地區陸上紐帶的「助推器」。

開行過境班列 助拓灣區集運樞紐

還值得關注的是，廣州東部公鐵聯運樞紐近日首發「越南—中國—歐洲」過境班列。該班列搭載越南工廠製造的塑料玩具，通過中越回程班列入境抵達廣州，經過休整辦理鐵路和海關手續後再通過中歐班列發往俄羅斯莫斯科，實現「東南亞—中國—歐洲」過境班列的新突破。

廣州交通投資集團有關負責人表示，「過境班列」的開行，提升了全程通關速度，境外貨物可在中國境內全線鐵路運輸，較傳統海運和公路轉中歐班列運輸方式可節約15天至20天的物流時間。而此舉也探索構建「中越班列+中歐班列」國際物流運輸體系，進一步拓展東南亞國家與歐洲大陸之間的溝通渠道，有助於粵港澳大灣區進一步打造成東南亞和歐洲之間的重要集散樞紐。



大灣區「中歐班列」，陸續串聯起40餘個亞歐國家和地區。圖為「越南—中國—歐洲」過境班列近日開行。大公報記者方俊明攝

定製「中歐班列」 灣區不斷創新

新能源車班列

具有裝載能力強、適裝車型多、運輸效率高等特點；相較於海運，新能源車班列環境穩定、線路平穩，不易對車輛造成損傷和腐蝕，而且班次和停靠站點多，助力中國車企「走出去」

▲滿載過百台出口汽車的中歐班列最近從廣州國際港站駛往俄羅斯。

跨境電商班列

實現「跨境電商+中歐班列」深度融合，企業通過中歐班列跨境電商監管中心及集拼中心實現貨物安檢、查驗、報關等「一站式」服務；貨物涵蓋生活家居、日用百貨、電子產品等

國際郵包班列

該運郵服務覆蓋大型外貿企業、中小企業、小微賣家乃至個人用戶；一個40尺集裝箱可裝3萬件輕小郵件或數百上千件大型鐵路包裹，可囊括牙刷、漱口杯、水彩筆、面膜等各類物品

▼灣區「中歐班列」貨物品類從10多種擴增至上百種，圖為廣州國際港。

精品快速班列

具有運行時間更短、全程控制可追溯等特點，如從灣區搭乘精品班列抵俄羅斯較普通班列可快6到7天；為電子產品等高價值品類、高端精密類貨物提供高時效性、高穩定性的物流通道

國際冷鏈班列

具有運輸冷鏈裝載性能好、保鮮程度高等優勢，最大限度地提高生鮮物品的到岸性價比；部分冷鏈班列精品線路將運行時間縮短至2到3天，在裝車、掛運、放行等環節享有「優先」

兒童節訂單大增 增城加開「玩具專列」

【大公報訊】記者方俊明廣州報道：一列裝載着積木、玩偶等兒童玩具的中歐班列近日從廣州增城西站啟程，通過阿拉山口口岸，駛往歐洲。廣州交投國際班列運營管理有限公司班列業務負責人李思強表示，臨近「六一」國際兒童節，近兩個月玩具出口訂單明顯增長，廣州增城西站連日來已開行好幾趟「玩具專列」。而灣區「班列+產業」目前正加速融合，攜手拓展海外市場，亦為粵港澳大灣區深度參與「一帶一路」建設注入動能。

數據顯示，今年前4個月，增城海關監管國際班列出口的玩具貨值達7627萬元（人

民幣，下同），同比增長1.7倍。為保障應節商品便捷通關，增城海關發揮「大灣區號」中歐班列物流優勢，開設中歐班列報關專用窗口，提供「7×24小時」通關查驗服務，保證班列貨物即到即查。同時，依託「國際貿易單一窗口」，加強與鐵路部門、承運人、貨代等多方的信息共享和電子數據傳輸交換，提高全鏈條運作效率。

「增城西站「中歐班列」目前貨物涉及服裝、玩具、家用電器、日用百貨等，貨源種類不斷向多樣化發展。今年前4個月，增城西站開行「中歐班列」130列，出口貨值39億元，同比分別增長11%、37%。」增城海

關關長劉榮水表示，該關將完善構建高效順暢班列通關體系，推動「班列+產業」融合發展，為高質量共建「一帶一路」添動力。

「廣東作為「世界工廠」最大的優勢在於「有貨」，無論通過哪種方式，這些貨物始終是要從廣東發運的。通過汽運或者內貿鐵路運送到別的城市再搭上中歐班列，肯定不如在廣東通過中歐班列發運來得直接。」貨代公司廣州大順發國際物流有限公司總經理吳國表示，「班列+產業」將推動「廣貨廣出」，不僅拓展出口「廣貨」品類，亦為廣東企業降低資金風險，完善了物流鏈條。

中國貿促會：維持「雙向奔赴」 續推外企「地方行」

【大公報訊】記者任芳頡北京報道：「今年以來已有特斯拉等20多家跨國公司和外國商協會主要負責人受中國貿促會邀請訪華，我們還組織了外資企業海南行等活動並召開10多場外資企業座談會。」

中國國際貿易促進委員會（簡稱：中國貿促會）新聞發言人趙萍30日表示，外企和中國市場是「雙向奔赴」的合作共贏關係，外企普遍看好中國市場機遇和供應鏈優勢。中國貿促會將多措並舉繼續做好服務外資企業工作，繼續組織開展外資企業「地方行」等，還將密切跟蹤美國對華加徵301關稅後進展，採取一切必要措施捍衛中國企業合法權益。

助尋供應鏈夥伴 鼓勵外企落戶

趙萍介紹，中國貿促會將多措並舉，繼續做好服務外資企業工作。進一步健全與外資企業和在華外國商協會的常態化溝通機制，搭建高能級政商對話平台，針對性舉辦商環境座談會、政企對話會，

加大政策宣介力度；繼續組織開展外資企業「地方行」活動，並通過鏈博會等平台為外資企業找到更多供應鏈合作夥伴，助力更多高質量外資項目落地；密切關注外商投資苗頭性、傾向性問題，加強「小切口」調研，為有關部門決策提供參考。

中國貿促會調研顯示，81.6%的外資企業預測上半年出口向好或持平，65.1%的受

訪企業新增訂單較上季度增長或持平。具體而言，一是外需改善帶動出口提速。二是優勢產品支撐外貿增長。三是新質生產力助推外資企業發展。趙萍介紹，船舶、智能製造等企業的技術和商業模式創新加速、產品設計和製造品質提升取得新進展，近30%的受訪企業感受到新質生產力的發展為出口增添新動能。

「對近期美方肆意提高對華301關稅的錯誤行徑，中國貿促會代表中國工商界第一時間發聲，對此表示堅決反對。」趙萍舉例稱，特斯拉僅用5年時間，其中國產量佔其全球產量的比重便達到50%；通用電氣醫療，中國完善的高端醫療器械製造體系覆蓋了其生產經營所涉及的所有關鍵環節，極大補充了企業全球供應鏈的不足。中國美國商會發布最新一期報告顯示，一半以上美國企業把中國作為首選投資目的地，90%以上的美國企業表示願意繼續在中國發展，77%的美國企業表示沒有離開中國市場的打算。



▲上月貴陽國際車展上，市民正在參觀特斯拉Cybertruck越野旅行車。

文旅部籌辦「非遺購物節」 壯大國潮消費

【大公報訊】記者馬靜北京報道：每年6月的第二個周六是中國「文化和自然遺產日」，今年是6月8日。文化和旅游部非物質文化遺產司副司長胡雁30日在新聞發布會介紹，今年，各省（區、市）在6月8日後將舉辦12614項非遺宣傳展示活動，其中線下活動9642項。文化和旅游部將廣泛發動各地舉辦「非遺購物節」，聚焦培育國貨「潮品」等新的消費增長點，推動文旅消費恢復和高質量發展。

據悉，今年「文化和自然遺產日」非遺宣傳展示活動主題為「保護傳承非遺 鑄造歷史文脈 譜寫時代華章」。「文化和自然遺產日」非遺宣傳展示重點活動包括氣象萬千——中國非遺保護實踐主題展、雲遊非遺、影像展、「非遺裏的美好生活」攝影作品徵集展示活動等。

其中，氣象萬千——中國非遺保護實踐主題展由中國非物質文化遺產館主辦，將於6月7日開展，展期一年，共展出國家級非遺代表性項目、列入教科文組織非遺名錄、名冊項目100餘項，600多件（套）展品，涵蓋非遺的十大門類。通過「文字+圖片+實物實景+多媒體互動」多角度立體展示形式，呈現非遺守正創新、繼古開今的時代風貌。

中國演出行業協會秘書長潘燕表示，短視頻、直播平台有了更加豐富多樣的非遺內容和非遺人群。目前已有1557個國家級非遺代表性項目中，有超過99%的項目都擁有了持續在運營的新媒體賬號和內容。新媒體成為各地非遺內容的新「傳播場」。