

中國產業鏈完整產品齊全 東南亞難以覓替代

深圳禮品展聚4500展商 30萬海內外買家血拚

為期4天的第33屆中國（深圳）國際禮品·工藝品·鐘錶及家庭用品展覽會（下稱「深圳禮品展」）昨日在深圳國際會展中心開幕，面積高達24萬平方米，吸引4,500多家企業、上萬的優質品牌和逾百萬展品，預計將吸引逾30萬人次專業觀眾。美國對中國商品加關稅仍是許多出口企業的關注焦點，惟香港文匯報記者在展會採訪了解到，由於中國產業鏈完整、產品品類齊全，海外買家很難在東南亞找到完全的替代，故此中國企業能將關稅成本轉嫁給美國消費者，有商戶仍然每月發20多個貨櫃到美國。

●圖、文：香港文匯報記者 李昌鴻 深圳報道

本屆深圳禮品展以「多場景、定製化、源頭化、綠色化」為核心，匯聚全球頂尖品牌、源頭工廠及創新企業，全面覆蓋禮業全營銷場景，涵蓋文創設計、消費電子、智能家電、繽紛食品、戶外休閒、IP授權及周邊、健康個護、品質家居、包裝印刷等30餘個熱門品類，精準適配積分兌換、商務禮贈、員工福利、企業定製、文旅周邊等多元化營銷場景需求。

小家電企每月逾20貨櫃赴美

受到美國高關稅的影響，內銷和出口多元化是今年中國出口企業的關注重點。從事小家電研發生產的深圳聯創有關負責人鄧先生對記者表示，公司的產品仍然正常出口，現在一個月有20多個貨櫃發往美國，主要是一些廚房小家電，價格從幾百元到2,000元人民幣不等。「作為生活必需品，美國客戶在其他地方很難找到完全的替代品，只得找我們購買，當然羊毛出在羊身上，你美國給中國商品加徵145%的關稅，我們還掙什麼錢？虧本的事我們才不會幹，肯定是由美國客戶承擔。」

鄧先生表示，公司在深圳龍崗從事小家電研發生產已有30多年，有近兩千名員工，目前出口30多個國家，佔公司收入的30%左右，其中美國是重要出口市場之一。他稱，不過，歐洲、東南亞和中東也是公司重要市場，而內銷更是公司收入主力。因此，美國關稅戰對公司業務影響不算很大。

從事行李箱和背包設計生產的江蘇洛克蘭經貿發展公司執行總經理李煒告訴記者，公司由美籍華人創辦，工廠設在浙江，目前公司拉桿箱銷量居美國亞馬遜第一。在關稅戰之前，公司一年有4,000多個貨櫃發往美國，一個貨櫃大約可以裝1,200個至1,500個行李箱，一個行李箱在美國銷售價格約100多美元，「現在高達145%的關稅太離譜了，公司暫停了發貨。幸好公司在美國還有5萬個行李箱存貨，但價格已經隨着市場上漲了百分之二十。」

高關稅令「美國老百姓倒霉」

「美國對中國商品徵收高關稅，最終損害的美國普通消費者。高關稅導致商品價格大漲，美國老百姓倒霉，美國民眾示威遊行反對政府高關稅，我們無非就是暫時生意沒法做。」李煒感嘆道。

他稱，除了美國市場外，公司現在加速拓展「一帶一路」沿線國家及地區的市場，如烏茲別克斯坦、哈薩克斯坦等，以及東南亞和中東等市場，分散美國市場的風險。

另一家從事高檔家居用品研發、設計和銷售的深圳家居用品公司OXE，有關負責人周先生表示，公司產品目前仍然正常銷售到美國，高關稅轉嫁給美國客戶，一個保溫杯價格為30多美元。而公司年收入近8,000萬元人民幣，美國市場約佔12%，是在亞馬遜平台上銷售。此外，公司還開拓歐洲市場，收入與美國相當，但公司70%是內銷。因此，關稅戰對公司影響不算大。

港科大研究：中國在全球供應鏈不可或缺

香港文匯報訊 隨着關稅戰升級，全球經濟受壓，為製造業帶來極大的不確定性。香港科技大學利豐供應鏈研究院最新發布的《中國製造業季度報告》指出，預料中國第二季製造業生產將放緩，採購經理人指數（PMI）預計跌破50榮枯線，進入收縮區間；第二季中國實際GDP增速料同比降至3.5%至4%。但報告指出，中國製造商已做好充分準備應對挑戰，並強調中國在全球供應鏈中扮演不可或缺的角色，難以輕易被取代。

「中國製造」轉「中國主導製造」

利豐供應鏈研究院研究主管兼報告首席作者錢慧敏表示，中美貿易戰升溫無可避免影響中國出口及製造業，但相信整體局面仍維持在可控水平。她指，自2018年貿易戰爆發以來，中國製造商積極開拓多元市場，以降低對美依賴，中資企業已發展成為海外製造業的主要全球投資者，策略性構建全球化供應鏈布局。

她續指，中國廠商同時轉向更具高附加值的生產環節，從海外市場的「直接供應商」，逐步轉型為其他製造鏈關鍵材料與零組件的重要供應者。「實質上，『中國製造』正在演進為『中國主導製造』，甚至是『中國主導製造、為中國而造』。」

本季對美出口料大幅下滑

報告顯示，美國對中國商品加徵145%額外關稅（部分商品豁免）後，製造業面臨重大挑戰。在此情況下，研究團隊預估此輪關稅措施加上全球經濟放緩，將對中國出口及製造業產出構成負面影響。尤其預計中國對美出口將出現顯著下滑，第二季整體出口可能會呈現雙位數跌幅。

報告進一步指出，中小企業預料將首當其衝受壓，因為相較於大型企業，這類公司通常對出口貿易的依存度更高。儘管報告認為中國政府可能會於未來數月內加大針對性政策支持力度，但相信仍需一段時間，方能展現相關措施的實質成效。



●深圳禮品展參展商展示逾百萬展品。



●從事行李箱和背包設計生產的洛克蘭公司李煒表示，公司現在加速拓展「一帶一路」沿線國家及地區的市場，分散美國市場的風險。

工藝美術大師教導 殘疾兒童展品受青睞

香港文匯報訊（記者 李昌鴻 深圳報道）在昨日的深圳禮品展上，記者在中國禮品展區看到，由景德鎮國家工藝美術大師曹愛勤與其他眾多美術設計大師作品一同前來參展，包括富有中國文化的陶瓷、工藝品和禮品等。其中，在曹愛勤帶領教導培養的深圳4位殘疾人員繪製的精美陶瓷等作品，受到不少觀眾的關注和青睞。

從繪畫展現中國文化

曹愛勤在接受記者採訪時表示，自己近幾年帶領深圳4位殘疾人員先學一些繪畫理論知識，掌握怎麼繪畫、設計圖案等，傳授繪畫技巧。在她不斷的熏陶下，這些殘疾人員身殘志堅。記者看到他們繪製的龍圖騰、中國地圖等，維妙維肖，具有很高的專業水平。

深圳市寶安區福利中心主任邱燦華表示，這些孩子在曹愛勤大師教導下能夠繪製如此專業精美的作品，超出了許多人的意外，也是對他們自身價值很好的認可。這些作品得到認可，也令他們十分高興和開心。「要知道，他們每一個人都有殘缺，手腳不便，要繪好畫是十分不容易的。」

曹愛勤是中國工藝美術大師、中國非遺研究員，所創作的「富春山居圖」、「江山永固」、



●曹愛勤（左一）與她教導的兩位殘疾人士展示設計作品。

香港文匯報記者李昌鴻 攝

「不忘初心，牢记使命」瓷板畫和「福娃」、「五子登科」青花門彩瓷花瓶獲得國家百鶴杯（金鼎獎）和中國工藝美術百花獎，所創作的「錦上添花」愛勤印記系列器具——粉彩鎏金茶具榮獲2024年第109屆美國巴拿馬太平洋萬國博覽會金獎。

中國禮物副理事長兼秘書長柏喬梁表示，中國禮物展區主要展示富有國家有特色和文化深厚的作品、工藝品和禮品，很多作品是作為國禮送給外國領導的。作為藝術大師和市場的橋樑，中國禮物是促進雙方合作，並且着力弘揚中國文化和推動中國文化走出去，傳播中華燦爛的文明。

港貿發局4日辦7盛事 雲集6000展商

香港文匯報訊（記者 殷考玲）香港盛事連連從未間斷，香港貿發局明天（27日）起將舉行7項涵蓋時尚生活產品及授權領域的商貿活動，合計雲集超過30個國家及地區、約6,000家展商，為買家帶來多款文化創意設計、功能性產品、可持續發展的產品和新物料，促進文化創意業界的協同效應。

明起會展亞博館陸續舉行

7項盛事之中，明天至下周三（30日）於會展舉行香港禮品及贈品展（禮品展）、香港時尚家品及家紡展（Home InStyle）和香港時裝展（Fashion InStyle），同期在亞洲國際博覽館將會舉行香港國際印刷及包裝展（印包展）和香港奢侈品包裝展；下周一（28日）至周三（30日）在會展舉行香港國際授權展（授權展）和亞洲授權展會議。焦點方面，第40屆禮品展匯聚各地創意品

牌產品，包括本地展商唯一冷熱水壺廠公司，今年踏入85周年，旗下品牌駱駝牌將帶來多款經典保溫產品。此外，國家歷史文化名城景德鎮的展館，會以年輕一代盛行的盲盒模式銷售產品，所得收入會用以培育新一代設計師和工匠。

家品展新展館迎銀髮市場

在香港特區政府創新科技署資助下，今屆香港時家品及家紡展將增設樂齡科技生活館，展出超過10家本地企業的樂齡科技產品和創新方案，如智能流動廁所和智能拐杖等，展館並設有同理心體驗館，讓業界人士體驗長者需要，把握銀髮市場機遇。

香港時裝展推出由香港特區政府文創產業發展處資助的全新展區NEXT@Fashion InStyle，匯聚環球逾60家物料供應商，並邀請了五位本地設計師採用創新物料設計產品，

有關成品將在展會亮相。

授權展設區展「香港新力量」

今屆香港國際授權展網羅逾600個品牌及知識產權（IP），除國際知名品牌，並展示逾90個本地人氣品牌，包括癩嘍、Plastic Thing（為食妹）及柴犬工房等。今年授權展首次設立「香港授權新力量」展區，展出來自多間大學的學生共15個創新授權項目，涵蓋環保、文化保育及社會發展等議題，並透過多媒體的應用如AR及VR技術等探索IP。

另外，香港貿發局與華港國際展覽公司合辦的印包展迎來第20屆，網羅各種印刷和包裝方案。其中展商莞莞市多普生物基創新環保公司，帶來支持客製化設計且防油防滲漏的包裝紙筒。香港奢侈品包裝展亦網羅首次參展的禾麥（亞洲）公司，帶來呈現出蛇年的動感和孔雀開屏效果的賀年禮品套裝和禮品盒。



●從事小家電的聯創現在一個月還有20多個貨櫃發往美國，關稅由客戶承擔。



●OXE許多設計新穎的產品吸引了許多海內外客戶諮詢與合作。

深圳首推「跨境電商保」促出口

香港文匯報訊（記者 李昌鴻 深圳報道）中國首單「跨境電商保」保證保險由深圳財險業6家機構近日共同簽發，標誌着保險創新服務跨境電商深圳試點正式啟動。

「跨境電商保」為深圳市跨境電商陽光化企業提供跨境電商境內採購應付賬款保險保障，有力支持跨境電商境內採買、疏通資金鏈條、開拓全球市場。這是深圳保險業服務實體經濟、支持貿易新業態高質量發展的最新實踐。去年，深圳市出口總額2.81萬億元（人民幣，下同），連續32年居內地城市首位。而跨境電商作為貫通國內國際雙循環的重要引擎，在深圳擁有超過12萬家貿易型企業，約佔全國總數的一半，進出口總額達3,720億元，佔全國總量14%，成為拉動深圳出口的新動能，對深圳外貿貢獻顯著。

全國首推 深圳率先試點

隨着跨境電商外貿作用的進一步發揮和企業自身發展需求的擴大，傳統跨境電商企業境內採買的現款交易模式制約了跨境電商行業的發展，導致跨境電商企業「有單不能接」。同時全球貿易不確定不穩定因素增多，現款採購使外貿交易面臨的流動性風險增大，導致跨境電商企業「有單不敢接」。為切實解決跨境電商境內採買痛點，在監管部門和地方政府的指導支持下，深圳保險業研發「跨境電商保」保險產品，並在深圳率先試點。

據介紹，「跨境電商保」創新性採用保證保險精準服務深圳跨境電商企業，是為深圳跨境電商境內採買量身打造的「1+6+X」保險解決方案。其中，「1」即一個專屬產品，以深圳地區跨境電商為投保人，依託真實貿易場景，開發期限短、費率低、保障靈活的專屬保證保險產品，承保跨境電商對外應付賬款風險，為跨境電商境內採購提供信用支持。

「6」指由深圳轄內6家保險機構，按市場化、法治化原則組成共保體，加強信息共享、提升承保能力、分散業務風險。6家深圳保險機構為人保財險、平安財險、國壽財險、太保財險、太平財險、大家財險。

量身打造「1+6+X」方案

「X」代表相關政策賦能。深圳市政府及各區積極出台政策，將「跨境電商保」納入穩外貿政策體系中，為投保企業政策賦能，通過加強供需對接、數據共享、宣傳推動等機制，便利投保理賠服務，提高企業投保積極性，提升政策覆蓋面。

「跨境電商保」是深圳保險業積極探索、先行先試的創新舉措，對於規範和促進跨境電商發展、貫通國內國際雙循環有重要意義。除購增信有利於跨境電商企業提升採購能力和市場競爭力、釋放發展潛力、增強海外市場開拓力，為外貿發展提供重要支撐；投資資質篩選有利於引導跨境電商企業規範經營、合法報稅，反哺跨境電商陽光化建設和行業健康發展；保障支付有利於跨境電商上游企業提升融資能力，縮短回款賬期，改善國內貿易生態；「三管齊下」，共同促進國內國際貿易雙循環。