

何立峰出席跨境贸易便利化专项行动部署会并讲话

加力培育壮大外贸发展新动能

● 新华社北京4月24日电

跨境贸易便利化专项行动4月24日在京启动，中共中央政治局委员、国务院副总理何立峰出席专项行动部署会并讲话。他强调，要深入贯彻落实中央经济工作会议精神和国务院工作部

署，充分认识跨境贸易便利化的重要意义，坚定不移扩大对外开放，以开放合作赢得发展主动，建设更高水平开放型经济新体制。

何立峰指出，要抓好专项行动的组织实施，在取得阶段工作成效基础上，将成熟的举措和经验做法尽快在

全国复制推广。要直面近期美对我加征关税的新形势，坚持目标导向和问题导向，聚焦广大企业需求，加大政策供给，解决实际问题，加力培育壮大外贸发展新动能，以更优口岸营商环境激发活力、应对外部冲击、稳定增长。要深化国际交流，做好规则衔接、机制

对接，便利经贸合作、人员往来，扩大“朋友圈”。要加快推进智慧海关建设合作，深入实施“智关强国”行动，更好服务发展大局。

专项行动将在全国25个城市开展。海关总署等有关部门、上海市等有关省市负责同志作交流发言。

国家知识产权局局长申长雨表示

今年将积极稳妥发展知识产权金融

● 本报记者 董添

4月24日，国家知识产权局局长申长雨在国新办举行的新闻发布会上表示，国家知识产权局今年将积极稳妥发展知识产权金融。会同金融监管总局在重点地区开展知识产权金融生态综合试点，持续推进知识产权金融服务入园惠企，统筹推进知识产权质押融资、证券化、保险等工作，助力解决中小企业融资的难题。

申长雨还介绍，今年还将探索推动人工智能、大数据、量子技术等重点产业领域按需审查。

中国成人工智能专利最大拥有国

在介绍国家知识产权局今年相关重点工作的初步安排时，申长雨表示，在知识产权运用方面，一是深入实施专利转化运用专项行动。持续盘活高校和科研机构存量专利，做优增量专利，夯实专利转化的质量基础，推动更多专利技术从实验室走向产业链。二是完善知识产权支撑关键核心技术攻关工作机制。面向国家战略科技力量，加大知识产权专员派驻力度，加强知识产权数据资源供给，深入开展专利导航和分析预警，助力提高研发效率。三是积极稳妥发展知识产权金融。会同金融监管总局在重点地区开展知识产权金融生态综合试点，持续推进知识产权金融服务入园惠企，统筹推进知识产权质押融资、证券化、保险等工作，助力解决中小企业融资的难题。四是积极推进商标品牌建设。推进实施商标品牌价值提升行动，加强对品牌经济的支撑。推动专利商标协同发展，培育更多依靠专利技术成长起来的国货潮牌，更好满足人民群众对美好生活的向往。

申长雨介绍，目前，我国人工智能领域呈现良好的发展势头。世界知识产权组织报告显示，中国已经成为全球人工智能专利的最大拥有国，在全



贵州首条无人驾驶公交车线路试运营

4月24日，无人驾驶公交车在贵阳市花溪大学城公交车站附近行驶。

目前，贵州首条无人驾驶公交车线路正在紧张试运营中，并将于近期在贵阳市花溪大学城区域开通运营。目前该条线路全程预计约5公里，设有4个站点，通车后为市民的日常出行提供了更多选择，有效缓解城市交通压力。

新华社图文

球的占比达到60%。

加强民企知识产权保护

对于促进民营经济发展，申长雨表示，国家知识产权局切实加强民营企业知识产权保护工作，为民营企业高质量发展提供有力支撑。

一是主动服务民营企业获权需求。在整体提高知识产权审查质量和效率的基础上，2024年各国家级知识产权保护中心和快速维权中心累计受理专利预审请求34.5万件，其中七成以上的请求由民营企业提交，有效满

足了民营企业在知识产权方面快速获权、快速确权的需要。二是高效推动纠纷解决。全国知识产权部门全年办理涉民营企业专利侵权案件3.7万件，结案周期平均在15天以内；各级知识产权纠纷调解组织全年服务民营企业15.7万家，涉民营企业的纠纷化解渠道更加多元。三是持续做优惠企服务。在全国34个城市开展知识产权公共服务标准化建设试点，积极探索便利化服务举措。四是指导促进资源对接。实施专利产业化促进中小企业成长计划，近1.7万家民营企业参与其中，按需匹配惠企政策，助力企业加速成长。

推广知识产权普惠金融，健全知识产权质押融资风险分担机制和质物处置机制，全年专利商标质押融资惠及4万多家民营企业。五是助力提升国际竞争力。完善海外知识产权风险预警机制，及时提供纠纷应对指导服务，全年累计为民营企业提供专业指导800多次，帮助民营企业节约应对成本4亿多元。

下一步，国家知识产权局将继续加大对民营企业知识产权保护的力度，加强与民营企业的常态化沟通，及时帮助解决发展过程中遇到的知识产权问题，更好促进民营经济高质量发展。

商务部新闻发言人回答本报记者提问时表示

广交会吸引超19万名境外采购商到会

● 本报记者 熊彦莎

4月24日，商务部新闻发言人何亚东在例行新闻发布会上就第137届广交会第二期情况回答中国证券报记者提问时表示，第137届广交会第二期已于23日开展，以“品质家居”为主题，设家庭用品、礼品及装饰品、建材及家具三大板块15个展区。与会境外采购商保持增长。

截至24日中午，已有来自全球218个国家和地区的195851名境外采购商

到会。在第二期境内外参展企业中，拥有国家级高新技术、专精特新小巨人、制造业单项冠军等称号的企业超2400家，比上届同期增加100家。第二期展览题材涵盖“大家居”全产业链，同时注重突出不同板块的专业性。

近日，促进内外贸一体化发展部际工作机制会暨全国外贸优品中华行推进会召开，部分地区陆续举办外贸优品中华行活动。何亚东说，外贸优品中华行广东站、江苏站上周成功举办。商务部组建的外贸优品巡回采购团在

江苏站开展首场采购活动，80多家大型商超、电商平台、批零企业现场采购。通过采购活动，外贸企业拓宽了新销路，采购企业找到了好货源。近期，福建、湖北、湖南都将举办外贸优品中华行活动。“下一步，我们将持续壮大巡回采购团力量，深入外贸大省、消费大省举办专场采购对接活动，加大对外贸企业拓内销的支持力度，让更多外贸优品走进千家万户。”何亚东说。

此外，何亚东表示，按照“外贸优品中华行”总体安排，商务部发挥电商

的渠道优势，以及全球最大网络零售市场的规模优势，全力助力外贸拓内销。

何亚东介绍，今年以来产业电商平台已开展超200场外贸产业带对接。截至23日，9家电商平台已开放入驻绿色通道，6家电商平台建立内销专区，对接超6000家次外贸企业，超600家次入驻。各级商务主管部门提供内销“直通车”，积极联动协会、平台，开展巡回采购、专场招商。商务部将支持平台、行业、地方形成拓内销合力。

“下一步，商务部将支持平台、行业、地方形成拓内销合力，为稳外贸、扩消费作出电商贡献。”何亚东说。

新版市场准入负面清单再度“瘦身”

（上接A01版）依据《国务院关于调整完善工业产品生产许可证管理目录的决定》，将重要工业产品许可证管理范围从10大类调整为14大类27种，更好保障生产安全。

强化试点建设 加快升级迭代

谈及新业态新领域的市场准入管理，上述负责人认为，新业态新领域往往处在快速发展期，创新主体多元、技术迭代迅速，发展路径多变，难以用行政审批的传统准入方式进行管理，同时企业又容易遇到要素保障、标准制定、市场监管、场景开放等方面的制度供给短板，难以进入市场，需要探索更具柔性和韧性的准入管理模式，开展体系性准入机制设计，全面优化市场准入环境。

“下一步，我们将继续加大改革创新力度，从两个方面把优化新业态新领域市场准入环境的部署要求落到实处。”该负责人称，一方面，强化重点突破，完善监管模式。聚焦重要领域、重点行业，充分挖掘场景开放创新需求，谋划推出具有引领性、示范性、带动性的超级场景，加快形成“技术突破—场景验证—产业应用—创新生态”正向循环，推动新兴产业新模式新动能发展。

另一方面，强化试点建设，加快升级迭代。围绕战略性新兴产业、未来产业重点领域和重大生产力布局，选择重点地区开展放宽市场准入试点，分批制定和推出新的放宽市场准入特别措施。推动试点相对成熟的已有特别措施增点扩面、体系迭代，适时上升为全国层面制度性成果，推动市场准入负面清单

事项进一步精简优化。

开展准入壁垒清理整治行动

业内人士认为，此次负面清单修订有利于为民营企业营造更好的市场环境、创造更加有利的发展条件，持续为民营企业减负、增效、赋能。

对此，国家发展改革委经济体制与管理研究所民营经济研究室副主任李红娟介绍，例如，进一步压减清单事项，有序放宽民企准入条件和领域；又如，在准入的审批环节上，进一步加强市场准入的规范化、便利化；此外，坚持“非禁即入”原则，持续深入破除各级各类市场准入壁垒。这些都为民营企业在更广阔的领域营造稳定、公平、透明、可预期的发展环境，让更多企业敢闯、敢

干、敢投，在新赛道上跑出加速度。

着眼于优化营商环境，郭丽岩建议，应健全与市场准入制度相配套的监管体系。加快构建以信用为基础的新型监管机制，做到市场准入管理措施放开与相应事中事后监管政策同步优化、同步落实，切实维护市场公平公正秩序，建立健全破除市场准入壁垒的长效机制。

国家发展改革委、商务部、市场监管总局在公布《清单（2025年版）》的同时，还将开展市场准入壁垒清理整治行动。上述负责人说，本次清理整治的重点是，以地方性法规、规章、规范性文件、其他政策性文件等形式设立和实行的违反市场准入制度要求的各类规定文件，以及各级政府违规设置市场准入壁垒的各类做法情形。

沪深北交易所发布劳动节休市安排

● 本报记者 黄一灵 黄灵灵

4月24日，沪深北交易所分别发布关于2025年劳动节休市安排的公告。根据公告，2025年劳动节休市安排

为：5月1日（星期四）至5月5日（星期一）休市，5月6日（星期二）起照常开市，4月27日（星期日）为周末休市。另外，有关清算事宜将根据中国证券登记结算有限责任公司的安排进行。

外贸企业出口转内销破局

（上接A01版）手工布料等热销外贸产品吸引了不少消费者驻足购买。“以前我们这种手工布料是专供沃尔玛的，许多外国消费者喜欢买回去做布娃娃等手工，这是我们第一次在国内展销，没想到销售情况还挺好。”中国中纺销售人员告诉记者。

在出口转内销商品快速落地线下渠道的同时，线上渠道也快速铺开。

珠海金稻电器60%以上的产品用于外销，公司推出的卷直发器、蒸脸仪、美容仪产品在亚马逊等平台广受欢迎。受美国所谓“对等关税”政策影响，公司产品严重积压，亟须开拓国内市场。京东美容电器业务负责人陈珂带队，联合吹卷组核心采购申艳，紧急赶赴珠海，与金稻团队深入沟通转型策略。

“我们不仅提供了包销支持政策，还整合站内流量、营销资源及渠道优势，助力金稻快速打通内销通路，实现品牌焕新。”陈珂告诉记者，“从京东的角度来讲，我们除了推出规模达2000亿元的扶持项目外，还通过成本优化与效率提升、平台优势与渠道协同，帮助外贸企业打通内销通道。”

在义乌国际商贸城经营体育礼品的陈老板，站在堆满NBA球队马克杯、球星手办的仓库前有些茫然无措。“最近，NBA季后赛激战正酣，但美国30多个采购商有近一半暂停订货。”陈老板告诉记者，本想通过内销消化库存商品，但组建内销团队意味着每年将新增几十万元的人力成本，直播电商的流量投放成本更是让他望而却步。

百度搜索垂类市场负责人王莎莎对记者表示，针对这一难题，百度旗下的爱采购发起“破浪计划”，首站便选在义乌国际商贸城。在爱采购“破浪计划”展位完成商家认证后，陈老板通过爱采购后台AI商品助手，仅用1分钟便将12款NBA周边商品同步上架至平台，当天下午就接到了来自成都采购商的询盘。

对接内销渠道，除了B2B，还有B2C。

“美团闪购成立了出口转内销专项工作组，协调全国闪电仓、便利店、品牌商达成供应链合作联盟。”美团助外贸专班小组成员马孜告诉记者，“以便利店、新型闪电仓为代表的本地零售基础设施，持续将外贸商品转入千万本地居民家中。”

4月24日，商务部新闻发言人何亚东表示，截至4月23日，9家电商平台已开放入驻绿色通道，6家电商平台建立内销专区，对接超6000家次外贸企业，超600家次入驻。各级商务主管部门提供内销“直通车”，积极联动协会、平台，开展巡回采购、专场招商。商务部将支持平台、行业、地方形成拓内销合力。

加快商业模式转型

记者调研发现，对于外贸企业而言，最大的挑战并不是内销渠道的对接，而是商业模式的转型。

不少外贸企业告诉记者，从出口转向内销，供应链与生产模式的调整给他们带来了非常大的挑战。

“国外铺货一般是一个集装箱起步，一个订单的量就很大，而国内的单子普遍比较分散，特点是小批量、多批次，这就需要我们对于生产线进行柔性化调整，增加了管理难度。这也对我们的库存周转率提出了更高的要求。”江苏华腾国内事业部总监穆龙生告诉记者。

几年前，刚刚开始布局内销时，新三板公司聚亿新材也一度面临上述挑战。“2021年，我们入驻京东喜后，依靠平台提供的大数据支持，结合人群、场景定位做C2M方式生产，能提前一个月排产、销售，在很大程度上解决了供应链与生产模式调整所带来的问题。目前喜喜已成为公司在国内销售增长最快的渠道。”聚亿新材品牌运营总监胡郁梦告诉记者。

聚亿新材80%的产品用于出口，其中30%出口美国。面对近期出现的产能闲置、库存高企压力，聚亿新材计划将部分空闲产能转到“大后方”京喜上来。“今年2月至3月，我们帮

聚亿新材设计的库存清理方案效果很好，出了几万单。最近，我们也正跟公司讨论相关措施，帮企业渡过难关。”京喜自营采购人员林铭辉对记者表示。

渠道打通了，商品还要卖出去才行，而国内外消费者不同的消费习惯和产品偏好，也对不少外贸企业构成了很大挑战。

在西单大悦城外贸优品中华行展销会上，记者发现罐头展区门可罗雀。“相比欧美国家，国内消费者对罐头的接受度不高，比如有些消费者就觉得罐头的保质期比较长。实际上，经过真空高温杀菌，罐头可以在很大程度上保持食材新鲜度。所以，打开出口转内销的通道，离不开市场培育。”中粮集团销售人员告诉记者。

对此，张凯杰告诉记者，为提高消费者对金枪鱼罐头的接受度，公司一是加大了健康宣传推广力度；二是针对国内消费者口味进行了改良，推出了辣味、黑松露、田园什锦等口味；三是在包装上设计了透明盖，让消费者能清楚地看到罐头里面的鱼肉；四是设计了四罐装组合，后续还会推出软包装系列。

多位接受记者采访的外贸企业负责人反映，出口商品通常是根据海外客户的需求定制的。转内销后，需根据国内消费者的偏好在规格、包装、功能、外观等方面进行相应调整。另外，转到线上销售后，国内消费者对退换货、客服响应速度的要求更高，需要外贸企业尽快适应和完善售后体系。

建立长效机制

受访专家表示，针对出口转内销的堵点，有关各方都在想办法找对策，这不是权宜之计，而应该作为长期战略，从顶层设计上进行构建。

比如，国内环保餐饮具龙头企业富岭股份的产品以外销为主，其中美国是最大的出口市场。2018年，在中美贸易摩擦爆发后，公司生产的塑料吸管、杯盖和纸杯等产品被额外加征25%的关税。面对这种状况，公司一方面加快规划全球产能布局，另一方面持续开拓国内市场，并作为长期战略贯彻执行。

“2024年，我们的境内销售占比已达29%，客户主要是头部连锁餐饮企业和连锁茶饮企业。”富岭股份董秘潘梅红告诉记者，“虽然国内市场还需要持续培育，但潜力也非常大。我们将继续加大国内大中型连锁餐饮、茶饮和咖啡品牌企业的开拓力度，继续加大投资，实现国内外双轮驱动发展。”

穆龙生坦言，国内商超待出口转内销企业的态度参差不齐，像永辉超市这样的企业还不多。“建议相关部门建立长效机制，加强沟通对接。比如，很多外贸企业在给国外品牌做代工的过程中积累了丰富的丰富经验，如果能够跟国产龙头品牌对接，可以丰富国内龙头品牌的产品，外贸企业也能够拿到更多订单。”穆龙生说。

中国企业资本联盟副理事长柏文喜也对记者表示，建议通过搭建对接平台、提供信息服务、加强培训指导，建立出口转内销的长效机制。“比如，政府和行业协会应继续搭建外贸企业与国内采购商、零售商、电商等对接平台，促进交流合作。定期组织举办各类展会、洽谈会，为企业提供更多市场机会。”

柏文喜还建议，通过财政税收、金融支持、消费券补贴等政策，进一步扶持外贸企业。“可以继续加大对出口转内销企业的财政补贴力度，如设立专项扶持资金，用于支持企业开拓国内市场、品牌建设等。同时，给予符合条件的出口转内销企业税收优惠，以减轻企业负担。”

工信部信息通信经济专家委员会委员和林告诉记者，应该从促消费的角度来支持出口转内销，避免大量外贸商品涌入国内市场后造成价格“踩踏”。例如，以旧换新政策要积极支持出口转内销产品，通过增加居民收入、增强社会保障等措施，持续释放消费潜力，这才是解决问题的根本之道。