

温州“55条”新政 为外贸企业减负松绑

■ 胡丰盛 杨世朋



近日,55件罗丹真迹和十余件同期大师雕塑珍品原作抵浙江温州,亮相“鲸起穹宇——罗丹中国展”。这批总价值不菲的艺术品中,有22件通过温州海关监管,依托“保税仓储+区内联动展示”模式完成出区手续——企业仅需提供担保即可出区参展,无需提前缴税。“运营成本大幅降低了。”该批艺术品进口代理企业负责人感叹道。

这一案例,是温州跨境贸易便利化改革的一个缩影。

作为2026年跨境贸易便利化专项行动试点城市,温州因地制宜出台“温版55条”具体支持性举措,通过政策集成、创新集成、服务集成,破解进出口堵点痛点,帮企业降成本,让跨境贸易更顺畅。今年1月至5月,温州进出口总额达1203.9亿元,其中出口1075亿元。

大幅提升了企业全球市场响应能力。“温版”模式也在帮企业降低物流成本。温州市现代集团启用大型国际集货拼箱基地以来,作业量突破3200标箱,覆盖荷兰、坦桑尼亚、菲律宾等多个国家,惠及制造企业160余家,撬动外贸进出口额超12亿元。不久前,一位乐清电气客户的货物经基地拼箱发往红海区域,运输时效缩短约2天至3天,陆运段物流成本节省近20%。

综合保税区、跨境电商综试区等“两综一联一进”高能级开放平台,让温州这座海上丝绸之路的“千年商港”得以畅行天下。“温版55条”优化“新三样”出口申报和查验服务,实现危险货物报告“一地申报、全程通用”和“非侵入式查验、上门同装同查”,让“出厂即出海”成为现实。

能级升上来 货运快起来

针对轻工产品小批量、高时效的外贸进出口货物特点,温州在浙江率先开辟“TIR+GMS”国际公路运输出口新通道,开通至俄罗斯、白俄罗斯、乌兹别克斯坦、土库曼斯坦等国家的24条线路,持续织密国际通道网络。

其中,TIR(国际公路运输系统)线路通往俄罗斯及欧洲腹地,较传统铁路快20天,成本约为空运的1/3;GMS(大湄公河次

区域经济合作)线路约80小时直达越南。瑞安市高圣进出口有限公司通过TIR方式运输,出口至俄罗斯平均用时10天左右,该企业负责人表示:“选择TIR,企业资金回笼快、货物周转快,成本也大大降低。”

服务暖起来 市场打开来

“温版55条”还明确了一揽子对企业综合服务举措,护航企业融入全球供应链、抢占市场先机。

浙江伟明盛青能源新材料有限公司主要原材料高冰镍从印尼进口,于2024年项目投料试生产,当时温州港该类货物进口通道尚未打通,企业只能绕道江苏连云港。龙湾区政府获悉后,牵头联合温州海关、温州港集团开展攻坚,仅用半年时间实现高冰镍在温州港直接进口,打通了“印尼—温州”原材料进口新通道。今年上半年,该企业累计进口高冰镍2万多吨、共10船次,节省运费超300万元。

跨境贸易便利化,既在通关物流上做“减法”,也在市场机会上做“加法”。温州市贸促会创新“境外拓源+境内深耕+属地落地”展会联动机制,助企拓市场、拿订单。在2026浙江名品国际电池与储能技术(香港)展上,组织瑞浦兰钧、奔一新能源等11家优质企业参展,精准对接海外采购商。吉星汽车董事长林育介绍,企业依托展会平台精准撮合,顺利签下450台纯电商用车国内订单2.25亿元,并达成新能源商用车成套装备对非合作6000万元,进一步打通东南亚市场通道。

“枢纽+通道+网络”的整体布局,让温州更有信心和底气,以扩大高水平对外开放推动高质量发展,展现“世界的温州”别样精彩。

(转自中新网)

今世缘酒业获评“最具国潮品牌力公司”

本报讯 7月3日,由新财富杂志社主办的“中国资本市场发展论坛暨2026新财富杂志最佳上市公司、最佳港股公司颁奖典礼”在安徽滁州举行。会上,“新财富杂志最佳上市公司”各奖项榜单揭晓,今世缘酒业凭借深厚的品牌底蕴、稳健向好的财务表现以及优异的ESG实践,获评“最具国潮品牌力公司”。

作为国内资本市场极具影响力的价值发现平台,“新财富杂志最佳上市公司”评选由《新财富》联合光华—罗特曼信息和资本市场研究中心(北京大学光华管理学院、多伦多大学罗特曼管理学院联合共建)共同开展。评选依托科学的上市公司信息透明度指数,结合财务健康度、品牌影响力及国

内外ESG评级等指标,历经初筛、尽职调查及市场投票等环节,旨在挖掘中国诚信经营与可持续发展的标杆企业。此次入选,标志着今世缘酒业在品牌价值、公司治理及长期竞争力等方面获得资本市场的高度认可。

近年来,今世缘酒业深耕“缘动力文化”内涵,持续推进智造升级与绿色生产,在保持业绩稳健增长的同时,积极履行社会责任,展现新时代白酒企业的责任与担当。

面向未来,今世缘酒业将坚持以价值创造为本源,以新质生产力为航标,持续深化治理改革,智造升级与责任践行,并以此为契机,进一步放大“国潮”品牌势能,助力中国白酒文化走向更广阔的舞台,在高质量发展的时代浪潮中锚定坐标,勇毅前行。

■ 赵鸿宇 朱斯哲

老工业基地把工厂“搬”上“云端”

在位于河北省邯郸市成安县的河北伯昂汽车销售服务有限公司展厅内,几名销售人员分别站在不同型号的重型货车前,面对手机镜头,向直播间网友熟练讲解车辆的承载性能与底盘配置,并实时解答屏幕上弹出的各种咨询。

“前些年,卡车销售全靠业务员线下跑,客户基本局限在邯郸及周边,公司卡年销量不到700台。”伯昂汽车销售总监武然说,现在通过网络直播,卡车销售半径扩大到了全国,2025年卡车销量突破1300台,超七成订单来自“云端”。

伯昂汽车董事长张英哲说,销量的增长让公司获得了合作伙伴授予的车厢自主加工权,他们能够直接根据直播间里各地卡车

司机的个性化需求进行定制生产,公司也从单一的商贸销售向“生产+销售+金融”一体化转型升级。

伯昂汽车的转型,是重工业城市河北邯郸推动传统产业拥抱数字经济的一个缩影。近年来,邯郸大力推进“一品一播”电商直播模式,在此基础上,当地将电商触角向生产制造端延伸,引导企业大力开展车间实景直播,把镜头对准生产线、装配车间和发货仓库,用真实的场景吸引人观看与咨询。

然而,部分工业品直播不同于日常消费品,面临着较高的专业门槛。

“外聘的主播往往不懂生产工艺,难以解答复杂的技术参数;而懂行的技术人员又缺



乏出境与运营经验。”邯郸市工信局二级调研员任高发说,为此,邯郸市联合相关职业院校,对企业负责人、工程师、销售员等开展实操培训。2026年以来,已累计培训3万多人次,成功将3000多名懂产品、懂工艺的“内行人”培养为专业主播。

同时,邯郸还积极外引“智囊团”,面对面破解直播实操难题。邯郸市工信局产业集群推进科科长刘川说,为进一步提升直播效果,当地邀请行业直播专家深入企业“把脉问诊”,逐一解答账号定位、短视频制作、流量获取等难题,帮助初试“云端”的企业少走弯路。

随着直播在工厂车间稳步铺开,线上流量不仅为企业带来订单增长,还让不少企业

从“凭经验生产”转向了“按需求定制”。比如,邯郸市润田泵业有限公司的工作人员在与终端客户的直播互动中,敏锐捕捉到各地市场对水泵的不同需求,开始加大研发力度,近期连续推出8个系列的新产品,单个水泵均价从2000元提升至4000元,推动企业从单纯的生产制造向研发设计与品牌营销转型。

立足国内市场的同时,邯郸市积极引导工业企业试水跨境电商,拓展出海新通道。同时,依托传统外贸基础,进一步利用部分企业自建与租赁的海外仓资源,聘请外籍人员开展实景直播。据悉,2026年1月至4月,邯郸跨境电商贸易额实现73%的增长。

(转自新华网)

湖南蓝山:“小箱包”拎出“大产业”

■ 刘扬 颜超莉 李京超

走进蓝山经济开发区的湖南雅科达特种装具有限公司(以下简称雅科达),生产设备运行的声音和新建车间施工的声音交织。雅科达行政经理雷德胜介绍,公司正在新建电脑缝制车间,以提高产能满足订单生产需求。

作为主要从事背包、雨罩、睡袋等户外装备产品生产的雅科达,雅科达在蓝山县本厂有6条生产线以及县外3个外发生产基地,月均生产能力约10万件。从沿海地区转移到蓝山县,雷德胜说,企业看重的是区位、交通、成本等优势,感受到的是政策、办事、服务等温度,“企业到这儿可以生产,员工到这儿可以生活”。

雅科达的落户发展历程是蓝山县打造皮具箱包玩具、轻纺制鞋“一主一特”产业集

群的缩影。地处湘粤交界的蓝山县立足“向南向海向外”发展理念,以4万蓝山人在外从事皮具行业为基础,抢抓沿海产业转移的契机,累计落地“一主一特”相关企业170余家,形成1亿件玩具、500万个拉杆箱、1000万双鞋子、1000万个皮包的年产能。

“围墙内的事政府办,围墙外的事政府办。”为了让企业过得快、留得住、发展好,蓝山县打出了“组合拳”——出台《蓝山县支持“一主一特”产业电子商务、辅料市场产业链配套发展的若干政策措施》等政策,对企业用地、融资、用工等给予相应帮助和支持;实行“一枚印章管审批”,推出“项目开工一件事”集成服务,提供“一个项目、一个工作群、一张清单、一个方案、一个服务小组”的全流程定制化服务;建成创品国际

智慧物流园,引导35家物流企业入驻,并开通3条直达粤港澳大湾区的货运专线,完善物流配套体系等。

蓝山经开区党工委副书记梁邦义表示,当地将持续深耕“一主一特”产业,通过产业链招商,以商招商等方式补链、强链,推动产业集聚发展,坚持“不叫不到,有事必到”的服务理念,全力解决企业急难愁盼问题,助力产业做大做强。

从无到有、从“制造”到“智造”,从“代工贴牌”到“创设品牌”,蓝山县“一主一特”产业的焕新升级正在发生。

在湘威运动用品有限公司(以下简称湘威)的数字化车间,16套数字化设备精准地将原材料裁剪成制鞋配件,AGV机器人(自动导引运输车)在各个车间穿梭完成原

材料、配件、成品的搬运、码放等工作。该公司财务总监张娟娟介绍,作为代工企业,湘威大力推进智能化升级,提高生产质效,同时推出了棒球运动品牌,开拓新的市场。

乘着湘非经贸合作的东风,雅科达的背包销往了万里之外的非洲大陆;随着户外运动的持续升温,雅科达产品在户外圈里的人气也越来越响……

当下,蓝山县正加快构建从原辅料供应、产品研发到智能制造、品牌营销、电商销售、现代物流的完整产业生态;推动企业进行智能化改造升级,助力龙头企业培育核心技术、创设自主品牌;持续办好国际皮具箱包博览会,持续放大“蓝山皮具”品牌效应,全力打造“中国皮具箱包创新之都”。

(转自新华网)

一届更赚钱的世界杯 为何争议这么大

■ 宿亮

2026年美加墨世界杯正在进行。作为历史上首次扩军至48支球队的世界杯,本届赛事商业收入和现场观赛人数均刷新纪录。然而,在赛事升温的同时,围绕高票价、动态定价、签证限制以及国际游客增长不及预期等争议也不断发酵。

一边是国际足联赚得盆满钵满,一边是不少普通球迷感叹“世界杯越来越看不起”;一边是商业价值不断攀升,一边是赛事公共属性受到质疑。世界杯给举办国究竟带来了什么?全球赛事经济又出现了哪些值得关注的新变化?

世界杯门票为何越来越贵

与历届世界杯相比,本届世界杯最大的变化之一是首次大规模采用动态定价机制。

所谓动态定价,就是票价不再固定,而是随着需求实时浮动。需求越旺,价格越高,热门比赛甚至一天之内多次调价。

英国《卫报》援引知情人士的话报道称,国际足联美国办公室工作人员曾建议放弃动态定价,但最终被管理层否决,因为赛事被视为“一生一次”的商业机会,国际足联管理层希望最大化票务收入。

美国国会议员也致信国际足联,批评动态定价缺乏透明度。据公开信息披露,截至今年5月,104场比赛中约90场票价上涨,平均涨幅超过34%,部分场次价格翻倍,决赛门票一度接近1.1万美元。

不少美国媒体认为,这种模式更像美国演唱会市场的商业逻辑,不符合世界杯“让更多球迷走进球场”的传统理念。美国哥伦比亚广播公司、《今日美国》等媒体均评论说,高票价正把普通球迷挡在球场之外。

从经济学角度看,动态定价提高了票务收益,但弱化了世界杯作为全球公共体育盛会的普惠属性。在越来越多球迷看来,世界杯正从全民共享的足球节日,变成高消费人群才能负担的现场体验。

火爆赛事为何带不动消费

对世界杯举办国而言,真正值得关注的并不仅是门票收入,而是赛事能否带来持续数月乃至数年的旅游和消费热潮。按照传统经验,大型国际赛事的举办会带动酒店、餐饮、交通、零售等服务消费。然而,本届世界杯却出现一个值得关注的新现象:国际游客增长低于预期。

一方面,高票价抬高了观赛成本;另

一方面,美国签证审批周期较长,部分国家游客入境受限,“劝退”了不少打算赴美观赛的国际球迷。

据美国媒体报道,一些国家的球迷因签证迟迟未获批准,最终未能来到世界杯现场。国际足联此前曾呼吁简化签证程序,但美国仍主要沿用常规入境管理政策,与历届部分东道主推出赛事专门入境安排形成对比。与此同时,部分比赛出现了“门票卖不动、价格降不下来”的现象。原因在于所谓的动态定价在需求下降时并未及时调整,而是维持高价销售,部分比赛上座率因此不及预期。

换句话说,赛事本身仍具有巨大吸引力,但高票价、签证政策以及跨境出行成本,正在削弱世界杯对全球消费的拉动作用。这也使举办大型国际赛事“以赛促消费、以赛促旅游”的经济逻辑面临新挑战。

世界杯赚的钱究竟去哪儿了

世界杯一直被认为具有明显的“乘数效应”。过去,人们更关注一届世界杯能够带来多少游客、创造多少就业、拉动多少消费。如今,人们开始关注另一个问题:赛事创造的财富究竟流向何方。

近年来,大型国际体育赛事营收越来越呈现“头部集中”趋势。赛事版权、赞助、数字平台、数据服务等收入快速增长,而普通消费者观赛成本却越来越高。数字平台、流媒体和人工智能等新技术不断提升赛事商业价值,也推动赛事运营模式更趋于资本密集型。

一些经济学者认为,未来国际体育赛事竞技场上的较量不仅是竞技水平,还有商业模式。赛事收入持续增长并不意味着举办国一定能获得相应收益,也不意味着普通消费者能共享赛事红利。

对于举办国而言,真正重要的不是世界杯期间创造了多少短期收入,而是能否留下长期资产,包括完善城市基础设施、提升国际形象、培育体育产业以及增强旅游吸引力。如果缺乏长期效应,仅依赖赛事期间的消费热潮,那么世界杯经济带来的繁荣很可能只是一次性的“烟花效应”。

世界杯是一场足球盛宴,更是一面观察全球消费、旅游、资本和公共治理变化的镜子。当国际大型体育赛事越来越赚钱,如何保持其公共属性,并让更多人真正分享到体育发展的红利,或将成为举办国必须作答的考题。(转自新华网)

AI工友上岗,智慧车间提效降本

■ 陶叶 杨深深

7月的广东惠州热浪袭人,多家企业的生产车间里更是一派火热景象。

记者在德赛西威西南智能工厂二期生产车间看到,生产线上采用最新一代复合机器人替代人工作业,整条流水线仅需两名装配作业人员值守。

原本分散的多道工序也打通,实现“一件产品流到底”的连续生产。

“原本需要4天才能完成的生产流程,我们有了‘AI工友’后,现在全程仅需4小时,库存周转率也得到显著提升。”德赛西威相关负责人黄宸炎说。

黄宸炎介绍,该工厂布局了智能立库、智能AGV(自动导引运输车)、空中物流、智能料塔等完备的智能化硬件设施,在自研的智能管理系统统一调度下,可精准完成单元货物自动存取、物料按需配送等全流程作业,实现生产与物流环节的全链路协同。

在不远处的TCL惠州TV工厂,一台自动插线设备正在完成电视机信号与功能端口对接,实现产品音画质自动检查。“对接对精度要求高,以前需要至少两个工人来协作配合。现在有了3D视觉与AI技术,能够实现无人作业和AI自主决策,大幅提升了装配效率与品质。”TCL实业大显示制造管理平台资深工程师雷登介绍,这台自动插线设备自去年应用以来,合格率达到99.8%以上。

组装完成的电视机整机被运到“黑灯工厂”里调试和质检。“‘黑灯工厂’里功能和性能测试、外观检测等全部由AI自主完成。”雷登说。

“惠州强化企业科技创新主体地位,构建‘头部强、腰部壮、尾部活’的大中小科技型企业矩阵和梯度协同创新生态。”

(转自新华网)