

地方看点

# 海南超常规打造“自贸速度”

□ 本报记者 靖雯

日前,海南省委办公厅、省政府办公厅联合印发《关于进一步采取超常规举措确保完成全年经济目标的实施意见》,围绕促投资、扩消费、招商引资、推动园区发展、抓好“三农”工作及强化保障措施等六个领域提出43条超常规措施。千方百计将新冠肺炎疫情浪费的时间抢回来、损失补回来、影响的工期夺回来,推动经济平稳健康发展,为海南自贸港建设开好局。

## 非常规创造“自贸港速度”

在超常规推动投资举措上,《实施意见》明确提出,要抢抓“新基建”投资机遇。围绕新能源汽车充电设施、5G基站、国际海底光缆、大数据中心、人工智能、工业互联网、智慧园区、智慧口岸、城际高速铁路、城市轨道交通等十个领域,抓紧谋划生成一批重大项目。在超常规推动消费举措方面,海南将

加快落地离岛免税购物新政策,推动中免集团全年免税品销售额突破300亿元。聚焦“国内游客游海南”,采取“一企一策”的方式,支持在琼登记注册和经营结算的知名在线旅游代理商(OTA)整合本地住宿、餐饮、购物、景区等多方面旅游资源,打造高性价比的综合旅游优惠套餐。

海南还将做好自贸港投资政策解读准备,认真筹备海南自贸港投资政策说明会。对2020年实际在海南投资额达到5亿元(含)以上重点招商引资企业,年内新增贷款按照贷款市场报价利率的30%给予不超过1年的贴息。

在超常规推动产业园区发展举措上,海南推动向10个省重点园区下放管理权限,允许现有企业在环境容量许可的前提下扩大投资,将产业园区打造成为承接自贸港政策的重要平台。此外还将延长油气产业链条。加快陵水17-2气田建设,推动海南能源发展有限公司、中海油田服务有限公司在琼注册子公司。推动陕西延长石

油(集团)有限责任公司进驻海南。

海南省委书记刘赐贵表示,非常时期当有非常之举,《实施意见》着眼于在战疫背景下启动自贸港建设的紧迫性,突出在政策法规允许的范围内积极探索创新、敢于打破成规定式是在常态化疫情防控前提下加快复工复产、推动经济恢复性增长、创造自贸港速度的强有力手段。

## 真抓实干为自贸区建设聚力

中国政策科学研究会经济政策委员会副主任徐洪才认为,海南在细化落实各项措施之前首先需要进一步解放思想,大胆改革,大胆创新,大胆实践,全面提升海南整体国际形象,造就巨大的“磁场”效应,在全球范围内吸引“人、财、物、科技和信息”资源涌入,只有为我所用,才能真正实现超常规发展。

北京京商流通战略研究院院长赖阳对国际商报记者表示,这43条超常规举措紧密联系海南实际,兼顾了创新性和实操

性。比如,《实施意见》提出的“智慧海南”重大示范工程,是聚焦新基建,立足实际精准发力的新型投资增长点。在促消费方面,聚焦离岛免税购物和汽车销售两大重点领域,拉动消费市场回升,并充分利用“一码通”广泛覆盖消费群体的优势拓展消费渠道。尽管大部分超常规举措提出了工作要求和主要路径,但还是要密切跟进具体落实过程,省内各地区也应从自身实际出发,制定出切实可行的落实方案。

据海南省商务厅相关负责人介绍,该《实施意见》以一季度经济形势分析特别是增长缺口分析为基础预测全年经济走势,作为研提超常规举措的依据。举措具有针对性和实效性,既在环节和流程上做减法,又在增添动力、激发潜力上做加法 and 乘法。通过招商引资、加大宣传、强化激励等方式引进各方面要素资源,尽快贡献经济增量。同时,注意将“超常规”置于稳中求进的基调上审慎把握,做到超常不踩线、创新不违规。

## 中国将继续促进国际经贸合作

(上接1版)

郭卫民表示,中国倡导多边主义,发展全球自由贸易和投资,反对单边主义,反对贸易保护主义,中国作为全球产业链不可或缺的重要一极,将展现出更高的效率、更好的服务、更优的营商环境,继续促进国际经贸合作。

郭卫民提到,在不久前召开的二十国集团领导人特别峰会上,习近平主席表示,中国将坚定不移扩大改革开放,放宽市场准入,持续优化营商环境,积极扩大进口,扩大对外投资,为世界经济稳定作出贡献。可以相信,不论遇到多大的困难,中国对外开放的政策不会改变,中国坚持和平发展、合作共赢的理念不会改变,中国积极推动构建人类命运共同体的努力不会改变。

## 抗疫需要全球通力合作

虽然当前中国疫情防控阻击战取得了重大战略成果,但全球疫情尚在蔓延。郭卫民直言,不少国家还在开展抗击疫情的艰苦斗争,中国对此感同身受,愿与国际社会一道,携起手来,共同努力,争取早日战胜疫情。

“中国向有关国家提供抗疫援助是真诚的。”郭卫民强调,在疫情最严重的时候,很多国家对中国施以援手,中国至今铭记在心。当疫情在其他国家蔓延时,中国也向这些国家用各种方式提供力所能及的帮助,包括提供物资、分享抗疫防治的经验、派出医疗队等,都是希望这些国家能尽早地控制疫情,挽救更多的生命,也使国际社会尽早地恢复正常秩序。这些做法体现了人道主义精神,体现了一个大国责任担当,也体现了中华民族同舟共济、守望相助的优秀传统。

然而,在这个过程中,部分国家和政客或出于国内政治需要,试图转移视线、推卸责任,或出于意识形态的偏见,指责中国,造谣抹黑。郭卫民直言,这样的图谋是不能得逞的。中国政府和有关方面已经对此作了有力的澄清、驳斥和回应。同时,许多国际权威机构,包括世卫组织和一些权威专家也都纷纷站出来表达了反对意见。

至于医疗物资出口质量问题,郭卫民表示,中国有关部门已经进行了调查、澄清,也采取了相关措施。对出口医疗物资的质量出现一些质疑,其原因是多方面的。有些是中外产品质量标准不同,有些是使用习惯上存在差异,有些是操作不当等。中国出口了大量的医疗物资,存在问题的只是极少数,中国政府对此零容忍,有关部门已采取了严格措施,以确保医疗物资质量,规范出口秩序。

最后,郭卫民指出,中国将继续尽己所能,为有需要的国家提供支持和援助,推动抗击疫情的国际合作。中国始终坚持开放合作、互利共赢;将坚持并用自己的实际行动表明中国是世界和平的建设者,是全球发展的贡献者,是国际秩序的维护者。中国愿同世界各国一起构建人类卫生健康共同体,共同构建人类命运共同体。

商闻热点

□ 本报记者 吴力

当前新冠肺炎疫情严重冲击世界经济,“两头在外”的加工贸易在供给侧和需求侧面临“双向挤压”,受疫情的影响更为明显。数据显示,今年前4个月中国加工贸易进出口额同比下降8.4%,降幅远高于同期中国外贸进出口4.9%的总体降幅。加工贸易如何寻找发展新路?

第十二届中国加工贸易产品博览会于5月13日-16日举行了首场线上展。从5月19日发布的成绩单来看,600家参展加工贸易企业收获颇丰,借助加博会平台加速开拓内销市场,实现公司整体业务转型升级。

## 企业成交成果丰硕

“线上加博会举办期间,店铺的浏览量猛增,意向成交额达460万元。”东莞皓奇乐文化产业有限公司副总经理殷荣忠兴奋地向国际商报记者介绍了成交成果。殷荣忠说,公司为参展做好了准备,

参展品类近300个,还携汤姆猫和杰瑞鼠、蝙蝠侠、宾尼兔、史酷比等超过10个品牌IP参展。在线上加博会启动仪式举行期间,皓奇乐趁着热度现场直播两小时,收到了极高的关注度。整场线上加博会下来,企业将线下订货会搬到了线上,不少采购商和消费者通过观看直播下单。

与皓奇乐将线下订货会搬到线上不同,广东派迪茵体育股份有限公司通过线上引流从而推动线下大幅成交。该公司在参加线上加博会期间,每天都有新分销商签约,4天累计增加了8家分销商,带动线上订单超过70万元。“70万元订单均转为线下沟通采购,成效相当不错。”

通过参加线上加博会收获颇丰的企业比比皆是。5月19日,加博会组委会秘书处发布本场线上加博会成绩单:展会4天吸引超2600万批发从业者“云观展”,百万买家纷纷涌入工厂“线上店”,本场线上加博会合作方1688平台日均交易实现翻番。在加博会举办城市东莞,线上展带动本地成交商家数暴涨48%,日均交易增

长接近100%;在数码3C产地深圳,有商家创下交易额比展会开幕前猛增22倍的纪录,线上3天几乎完成整月销量。

加博会组委会秘书处相关负责人向国际商报记者表示,参展的加工贸易企业通过线上直播进一步展示了品牌形象,可喜的成交额为企业渡过难关,实现转型升级提供了强大动力,达到了帮助企业积极应对疫情影响、开拓内销市场的目的。

## 加速开拓内销市场

“受中美贸易摩擦和疫情影响,我们的出口严重受阻。”回顾这一两年来的变化和变化,殷荣忠也感到有些应接不暇。

皓奇乐是一家玩具领域的加工贸易企业,为了应对变局,去年下半年就加快布局内销市场,但由于年初中国发生疫情,该项工作一度暂停。“线上加博会的举办为公司开拓内销市场带来了新的契机。”

为帮助加工贸易企业应对全球金融危机带来的挑战,开拓内销市场,加博会的前

身广东外商投资企业产品(内销)博览会于2009年创办,并且在2012年完成更名和升级。作为全国唯一以推动加工贸易创新发展为主题的国家级展会,加博会在推动全国加工贸易企业转型升级、创建品牌、拓展内销市场等方面发挥了积极的作用。

5月13日-16日,加博会10多年来首次搬到线上展出。以上线加博会作为跳板加速开拓内销市场也是众多加工贸易企业的选择。据加博会组委会秘书处透露,今年9月,第二场加博会将采取“线上+线下”的模式来举办。

“我们期待着参加9月份的线上线下加博会。”东莞市子非鱼服饰有限公司董事长兼设计总监徐爱东告诉国际商报记者,本次是公司第6次参加加博会,线上参展发布了70多款新品,取得了不错的效果,对企业品牌的提升和内销渠道的拓展很有帮助。9月份加博会将在线上和线下同时展出,不仅给企业带来更大发展空间,企业还可以通过更加充分地运用加博会平台开拓国内市场。

# 奋力夺取战疫保供和脱贫攻坚双胜利

(上接1版)

随着疫情防控形势持续向好,各地经济社会运行秩序加快恢复。4月8日,武汉“解封”,全国战疫取得阶段性重要成果。但“解封”不等于“解防”。市场建设司干部们敏锐地意识到,武汉复苏也将带来人员大规模流动和消费集中释放,保供稳价形势依然严峻,容不得丝毫松懈。

司主要负责人坚持冲锋在前,每日与武汉前方保持密切联系,带队赴北京新发地市场实地调研,针对3月底4月初部分地区出现的集中囤购粮油现象,先后2次协调中粮集团增加湖北、北京等地粮油供给,指导当地地加强信息舆论引导,消解居民恐慌情绪。在司领导带领下,办公室和供应链发展处的干部们紧盯市场风吹草动,查金祥主任带领办公室人员坚持每日对接武汉前方小组,肖荣臣处长带领全处人员每日进行分析数据,编辑简报至深夜,连续一个多月吃住办公室。

在持续加强市场监测和确保应急调运能力的基础上,市场建设司将及时预警市场风险作为指导各地做好保供稳价工作的重要手段。继前期提醒指导湖北省、武汉市做好社区严控期间团购配送等工作后,针对武汉“解封”前后的市场形势和可能面临的苗头性问题,分别向湖北省、武汉市商务部门致函,提出11条工作建议,指导其加强“解封”后供需形势研判,重点关注人员返汉、复工复产带来的恢复性、补偿性消费需求,预

判可能短缺的生活物资品种和数量,有针对性地提高库存和补货能力,确保各类商品供应充足、价格稳定。

## 力解卖难,答好收官之年首道考题

3月6日,习近平总书记在决战决胜脱贫攻坚座谈会上强调,要切实解决扶贫农产品滞销问题,组织好产销对接,开展消费扶贫行动,利用互联网拓宽销售渠道,多渠道解决农产品卖难问题。

总书记的明确指示,进一步增强了市场建设司干部们打赢脱贫攻坚战的信心和决心,也使大家深感军情紧急、责重如山。

自战疫之初,大家就高度警惕疫情可能造成的次生灾害,在及时协调解决局部地区鸡蛋积压和南疆、海南、四川、广西等地蔬菜水果滞销问题的过程中,系统分析疫情防控期间卖难问题的特征原因,把脉问诊,对症下药。推动将蔬菜等农产品纳入生活必需品应急运输保障范围,享受“三不一优先”政策,建立起部门协作、央地联动、政企同心的农产品滞销应对机制。

决战决胜脱贫攻坚座谈会召开后,全司同志牢固树立“没有卖难就是最大成绩”的理念,坚持防范和化解同步抓两手抓,集中力量攻坚克难。在总结前阶段工作的基础上,会同国务院扶贫办联合召开“切实做好贫困地区农产品卖难应对工作助力决战脱贫攻坚”视频会议,印发《关

于切实做好扶贫农产品滞销应对工作的通知》,优先安排贫困地区,尤其是尚未摘帽和有返贫风险的国家级贫困县的滞销农产品销售。按照“摸底、匹配、动员、对接、帮扶、跟进”产销对接六步工作法,指导各地多措并举解决扶贫农产品滞销问题。自1月底以来,李鹏、王妍妍、魏子力三位处长分别带领本处人员接力工作,持续致力于卖难滞销问题的解决,通过搭建的信息平台,累计收集发布全国农产品卖难信息5300多条,线上线下撮合累计销售卖难农产品10.4万吨,其中贫困地区农产品3.4万吨,各地农产品卖难问题明显减少。

农产品批发市场是我国农产品流通的主渠道。为尽快推进批发市场复商复市,会同财政部印发《关于疫情防控期间进一步做好农互联完善农产品供应链体系的紧急通知》,充分发挥财政资金的作用,有序组织农产品流通企业开工营业;根据疫情防控情况,指导各地加强农产品市场的卫生管理和消毒防控,保障农产品流通各环节正常经营,加快恢复正常产销秩序。

“目前,全国农产品批发市场、经销商户已经全面复市开业,蔬菜、肉类、水果等交易基本恢复正常,为重要生活物资供应和市场平稳运行提供了有力保障。”王妍妍介绍。与2月初相比,重点跟踪联系的全国50家大型农产品批发市场,自3月中旬起,日均交易量增幅超过50%;4

月下旬以来,增幅超过了70%。

## 为鄂带货,支持湖北恢复发展

作为农业大省,农产品滞销是“解封”后湖北面临的突出问题。据报道,湖北多地出现“猪压栏、禽压棚、鱼压塘、菜压田”等农产品滞销的情况。

“我们不但要为湖北送好货,也要为湖北多带货。”多年从事产销促进工作的于跃道出了心声。

非常时期,须有非常之举。司领导带领责任处室多次研究湖北农产品卖难应对,专门制定《湖北农产品卖难应对工作方案》。

在横向,会同财政部共同动员上海、江苏、浙江、广东等湖北农产品主销区商务、财政主管部门,加大湖北地区农产品采购力度,对春茶、小龙虾、香菇等重点滞销卖难产品安排采购指标任务。

在纵向,组织湖北省商务厅及时收集滞销卖难信息,协调5家全国性行业协会、80余家会员企业定向采购湖北特色农产品。

在线上,组织阿里、京东、拼多多等15家电商企业为销售湖北特色农产品开设专区专栏,举办特色活动,提供免费流量、现金补贴等促销优惠。

在线下,支持南京众彩、重庆双福、广州江南果菜等20多家大型农产品批发市场为湖北农产品开辟绿色通道,减免有关费用。引导物美、

永辉等大型连锁超市设立湖北特色农产品专区专柜。协调中粮集团等央企提前启动湖北出口茶叶的原料采购工作,新增900吨采购额度。

4月22日,市场建设司会同湖北省商务厅举办2020全国农产品产销对接扶贫行(湖北站)暨首届线上产销对接会,100多种湖北农特产品为拓宽营销渠道积极走到“线上”,与全国农产品流通企业扶贫联合体的78家成员单位以及多家优质供应链企业实现线上“云对接”。“这次活动搭建了一个‘买湖北、卖全国’的线上销售平台,以此来推动全国农产品流通企业与湖北生产企业签订长期的销售合作协议,形成长期稳定的农商关系,把湖北优质绿色农产品源源不断推向全国。”司主要负责人在总结活动成效时谈到。截至目前,各相关省份、单位已累计采购湖北农产品超过2万吨,湖北农产品卖难问题得到明显缓解。

## 沙场点兵,轮战轮练就商务精英

市场建设司党支部坚持将保供战场和脱贫攻坚战场当作检验干部试金石,作为锻炼队伍的最好平台。战疫之初,司主要负责人就强调打破处室分工,全员投入保供,让每名干部都在战疫工作中得到磨炼和提高。随着疫情形势和承担任务的不断变化,司领导分阶段向各处室安排专项任务,给处长压担子。处长结合专项任务,组织本处室或跨处室人

员成立工作小专班,带领年轻干部研判形势、推进工作,在实践中增长经验和本领。

如司领导安排李鹏处长带领本处人员成立应急调运专班,从原发展规划处、基础设施处、区域协调处、汽车流通处等多个处室抽调人员充实专班力量,集中优势兵力建立重点批发市场日常监测和应急调运机制。在推进城市保供工作的过程中,先由王妍妍处长集合5个处室的部分同志成立小专班,起草文件,每日联系监测;再由查金祥主任接续而上,制定工作方案和武汉、北京应急预案;后期肖荣臣处长带领本处人员后队变前队,进一步加强各重点城市的市场监测和联系指导。卖难应对工作也在多个处室之间接力进行、无缝衔接。

通过前后承担不同任务,许多同志在这场疫情防控战中得到了多方面的锻炼。目前,全国生活必需品市场供应总体充足,价格平稳,农产品卖难问题得到有效缓解,这一系列成果来之不易。但市场建设司的干部们也清醒地认识到,现在还远未到喘口气、歇一歇的时候。2020年即将过半,做好“六稳”工作、落实“六保”任务还有不少硬仗要打、难关要攻,脱贫攻坚倒计时尤需争分夺秒。全司干部将继续保持战时状态和冲锋姿态,在疫情防控常态化前提下巩固保供战果,狠抓工作落实,按时保质完成党中央和部党组交办的各项任务。

(商务部市场建设司)