

在义乌，越南阿柔收获事业和家庭

本报记者 窦瀚洋

4月12日一早，浙江义乌义亭镇市口村，意娜工艺品有限公司的门口停着几辆货车，工人正往里装货。

车旁，老板娘阮红柔手拿客户的外贸订单，忙着清点货物。她抽空对工人嘱咐道：“师傅，重货在下、轻货在上，装柜要抓紧时间了，今天下午5点就要送到宁波舟山港……”

如果不仔细听，辨不出阮红柔口音里的“端倪”。“我是越南人，来中国9年了，现在是中国媳妇。”阮红柔捂着嘴，害羞地笑着。

在义乌，阮红柔与丈夫晏廷跃经营着一家外贸公司，客户主要来自越南，这几年生意蒸蒸日上，忙碌成了日常。“每天都很忙，但也很充实。”她告诉记者，自己一一大早就要核对装柜清单，还要带着越南客户去义乌国际商贸城“扫货”，晚上回到家又要确认海运单据。

一批批中国商品，就这样经由这对跨国夫妻之手，漂洋过海抵达越南，日复一日看似寻常的贸易场景，正是中越经贸蓬勃发展脉动的具象注脚。

阮红柔，大家都称她阿柔，来自越南隆安省达沥县。她与中国丈夫的千里姻缘，还要从一次电商平台上的购物经历说起。

“那时我在平台上卖香水，阿柔正好要采购，作为客服，我耐心地接待了她。两个人聊得很开心，一来二去便交换了联系方式，一直保持着联络。”谁成想，这段跨国贸易竟促成一段跨国缘分，回想起来，晏廷跃至今仍觉得“不可思议”。

2016年，双方确定了恋爱关系，各自前往对方国家旅游：阮红柔带着晏廷跃游遍胡志明市，晏廷跃带阿柔在上海、杭州和义乌游玩。这年，他们登记结婚，在越南和中国分别举办婚礼，婚后，阮红柔跟随晏廷跃定居义乌。

彼时，电商平台发展势头正猛，两人借着这阵“东风”，依托义乌国际商贸城丰富的货源优势，拓展电商生意。

从最初卖香水，到上新玩具、饰品配件



等商品，两口子的生意慢慢走上正轨，订单量从最初的每天几十单增长到几百单。“尤其是每年的‘双十一’，我们的生意跟着沾光，最多一天能卖出6万多元。”阮红柔说，义乌小商品城名扬海外，不少越南朋友找她采购，看到商机，夫妻俩顺势成立了外贸公司，专为越南客户提供采购服务。

“同等价位，中国商品质量更优。中国的供应链体系也很完善，能快速响应客户的多样需求，这可是其他国家做不到的竞争优势。”阮红柔介绍，小到饰品、一次性筷子等生活用品，大到原材料、机械设备等大宗商品，在义乌可以一站式采购210万种商品，“放眼全球，还没有哪个城市拥有这么大的市场和这么齐全的商品。”

夫妻俩的外贸公司每月通过海运向越南出口10个集装箱货物，同时还有5个集装箱货物依托“义乌—广西—越南”的卡车航班运输方式发往越南，货品涵盖日用百货、五金工具、玩具等品类。“和我们合作的除了30多名越南客户外，还新增了澳大利

亚、捷克等国的客户。”阮红柔说。

“中国和越南，一边是我的‘婆家’，一边是‘娘家’。”提及“婆家”和“娘家”的关系，阮红柔看在眼里，喜在心里，“近些年合作越来越密切，交流越来越多。”夫妻俩的生意随之水涨船高。“公司的仓库面积从100平方米扩展到300平方米，还是不够用。”她说，最近正筹划搬进义乌的物流园区，换个更大的仓储空间。

让阮红柔印象深刻的，除了日益繁忙的经贸往来，还有中国政府越来越高的办事效率。“办理居留证许可续签需要大量材料，现在可以在网上预约办理，到现场提交必要材料就能当场办好，在义乌生活真的便利了。”她点赞道。

有一次，阿柔陪越南客户前往义乌国际商贸城采购，对方不慎将装有10余万元订货款和贵重物品的手提包遗落在出租车上。“报警后不出一小时，警察就帮忙找到了。”她说，这件事让客户对中国的治安和政府响应速度赞不绝口，回越南后还总会

茉莉香米，引来不少观众询价。

柯麦商务服务(北京)有限公司总经理张珊说：“中国是柬埔寨大米出口的重要市场，消费市场的潜力正不断释放，中国消费者对大米品质的要求越来越高，今年公司参加消博会，希望能向更多的中国消费者介绍并推广柬埔寨的茉莉香米，将健康、绿色的柬埔寨大米送到中国百姓的餐桌上。”马来西亚GPR食品公司展台飘来浓郁的黄油饼干香气，吸引了不少观众。“我们专注于黄油饼干生产已有20多年，希望更多中国消费者可以了解我们。”展台工作人员介绍，他们推出的纯牛油曲奇饼干备受市场青睐，此次参展带来了不少新产品，希望借消博会的平台收获新订单、打开新市场。

走进福建泉州市森地客体育用品有限公司，只见面料拉伸、抗皱等各类实验有序进行，技术团队正根据欧洲设计师需求优化服装样式。

从传统外贸代工企业起步，到创建自有品牌，再到成长为一家跨国体育用品工贸型集团公司，森地客产品已经销往全球60多个国家和地区，带动就业3000多人。

“坚持品牌发展战略，为我们开拓国际市场提供了充分的底气。”森地客集团董事长侯凤祺说。

分析国内外知名品牌特点、对标业内先进典型，森地客以骑行用品为突破口，目前旗下已有6个自有品牌，并与诸多国际运动品牌及销售商开展长期战略合作。

“从接到国际客户需求到改样发货，一般7天就能完成，最快只要3天。”侯凤祺说，森地客同时在欧洲、中东等地聘请研发、设计、销售团队，灵敏捕捉当地市场需求，进而实现快速反应，不断扩大市场占有率。

与此同时，森地客积极参与国际国内知名赛事，是首个登陆法国环法自行车赛的中国骑行装备品牌。

“我们将继续做深做细现有市场，抢抓全球体育、健康消费机遇，不断为全球骑行爱好者提供专业、科技、时尚的骑行装备。”侯凤祺说。

【链接·新品牌新机遇】从“产品出海”，到“品牌出海”，在全球竞争加剧与消费升级的背景下，越来越多企业深入了解目标市场的文化、消费习惯、需求以及目标受众对品牌的期望和偏好，制定清晰而有吸引力的品牌战略和定位，在目标市场脱颖而出。

海关数据显示，2024年，我国自主品牌出口占出口比重同比提升0.8个百分点，达到21.8%。国货潮牌在世界各地“圈粉”无数。



分享夸赞。

这也让阮红柔有了新想法，“我想把生活的点滴记录在互联网上，让各国的网友都能看到。”如今，阮红柔在短视频平台共积累了10多万粉丝。她的镜头，记录中国发展的鲜活图景，也展现越南的风土人情，不仅收获了粉丝的真挚祝福，也为密切中越商贸出份力。一些越南采购商看到视频寻求合作，一些中国企业通过平台咨询她赴越投资事宜。作为中国媳妇，她很乐见自己成为文化与商业中越间双向奔赴的一座小桥。

“听说习近平主席要访问越南，非常期待他到我的家乡做客。两国发展得好，我们的日子就更有奔头。”大家‘好’，小家’就好，希望中越人民的情谊越来越深。”阮红柔的眼睛笑成一弯眉。

上图为阮红柔一家合影。
吴峰宇摄(人民视觉)
数据来源：商务部
制图：汪哲平

近年来，随着《区域全面经济伙伴关系协定》(RCEP)的深入实施以及中马实现互免签证，双方经贸合作、人员交往日益紧密。海南多次组织代表团前往马来西亚考察、洽谈，并围绕农业、贸易、教育、商务服务等领域签署一系列合作协议。马来西亚通过参加消博会等，加大对中国市场的了解，促成更多合作。

“中国消费者对国外优质产品的接受度越来越高。”马来西亚国际商务促进协会相关负责人说，过去几年，马来西亚企业通过消博会，在中国市场取得了良好的销售业绩，品牌知名度也不断提升。“希望借助本届消博会，进一步扩大马来西亚产品在中国的市场份额，和中国伙伴携手做大共同发展的‘蛋糕’。”

外贸逆势增长，鸿富锦又尝好政策甜头

“公司在成都高新综合保税区B、C区均有生产，这项创新举措解决了公司在两个区域间物料调拨和仓库配套的问题，通关时间由原来的4.5小时缩短至25分钟内。”鸿富锦精密电子(成都)有限公司李银波经理算了一笔账，预计仅今年1—3月，就可以节约成本106万元。通关时间缩短，是因为海关创新探索的综合保税区“同企跨片”监管模式。

受益于四川自贸试验区和综合保税区的政策红利，今年以来，鸿富锦公司克服国际市场环境不利影响，实现外贸订单逆势增长，预计今年一季度进出口金额同比增长30%。

政策再加力、服务再提升。自四川自贸试验区成立以来，成都海关已累计推出55项自贸创新成果，其中2项在全国复制推广，3项入选全国自贸试验区“最佳实践案例”，7项通过海关总署备案，1项入选国家发展改革委成渝地区双城经济圈跨区域协作典型经验，25项在全省复制推广。

一项项制度创新，不断释放政策红利，稳定了产业链，畅通了供应链，持续优化营商环境，让企业出海发展增强竞争优势，推动外贸进出口降本增效、提质发展。

【链接·新举措新红利】推进国际贸易“单一窗口”创新，简化进出口流程；推进公铁联运等物流项目，促进区域贸易往来；扩大出口信用保险承保规模，增加中小微企业外贸企业信贷投放……今年以来，各地各部门围绕外贸企业关注的焦点、堵点、难点问题，继续出台一系列政策措施促进外贸稳定增长，提高企业竞争力。

当前，虽然外部环境变化带来的不利影响加深，但中国外贸仍有奋力突围的韧性和底气。只要我们坚定信心，以“新”应变，中国外贸航船一定能持续破浪前行。

(本报记者欧阳洁、李刚、窦皓、宋豪新、王伟健、付文)

信息服务台

上海市黄浦区的新能源车主王先生，顺利地投保了交强险和商车险。“去年投保时，因为上一年度出险较多，一度被拒保。今年通过平台投保，我自主选择一家大型保险公司后，很快就获得报价，一共3000多元。我觉得方便又实惠。”王先生说。

近年来，新能源汽车快速发展，市场占比不断提升。但由于种种原因，阶段性出现了少数新能源车投保难、保费贵等情况。为进一步提升新能源车险保障能力和服务水平，今年1月，金融监管总局、工业和信息化部、交通运输部、商务部发布《关于深化改革加强监管促进新能源车险高质量发展的指导意见》。在相关政策引领下，中国保险行业协会引导财险公司建立高赔付风险分担机制，上海保险交易所搭建“车险好投保”平台，于1月25日上线，推动愿保尽保。截至4月9日，平台累计注册用户56.2万人，承保41.2万辆新能源汽车，覆盖营运汽车和非营运汽车，提供保险保障3976亿元。

“平台服务对象主要是在常规渠道遇到投保困难的新能源汽车客户。客户可自主选择保险公司投保交强险、商车险。”中国保险行业协会有关负责人说，投保人、被保险人、车主均为自然人的个人客户，可通过“车险好投保”微信服务号、支付宝生活号投保。投保人、被保险人、车主其中一方为法人的法人客户，可访问相关网页登记投保需求并选择保险公司，相关公司将主动联系客户提供线下承保服务。

据了解，有10家大中型财险公司首批接入平台，包括人保财险、平安财险、太保财险、国寿财险等。第二批22家公司于2月28日接入平台，包括紫金财险、大家财险、鼎和财险及比亚迪财险等。新能源汽车客户投保完成后，由出单的保险公司提供承保理赔服务。

“有了这个平台，不愁上不了车险，可以安心选购心仪的小众车型。”近期有购车计划的河南郑州市民侯先生说。此外，有消费者表示，通过该平台投保，有效避免了“捆绑销售”等情况，降低了新能源汽车投保成本。

也有消费者表示，在平台上选择一家公司进行投保，但订单长时间处于“处理中”状态；在平台投保时，由于相关证照不在手边未能成功。业内人士表示，平台开通了“4001699899”人工客服电话，并设置了智能客服以及常见问题、操作指引等，引导客户自助操作。消费者遇到问题时，可通过客服电话咨询。此外，消费者也可拨打保险公司客服电话，反映在平台投保时遇到的问题。

上海保险交易所有关负责人说，财险公司依照市场化法治化原则，自愿参与高赔付风险分担机制接入平台。“不得通过‘玻璃门’制造障碍变相拒保。”这位负责人说。

如何保障“车险好投保”平台平稳有序运行？中国保险行业协会有关负责人说，在参与机制上，平台不对保险中介机构和保险公司的销售渠道开放，确保由客户自主选择保险公司及产品类型；在市场秩序上，强化车险“报行合一”监管政策落实，加强日常管控，杜绝出现捆绑销售、虚假宣传、虚报理赔等扰乱市场和损害消费者权益等问题。中国保险行业协会将对“车险好投保”平台运行过程进行自律监督，对发现的问题进行严肃通报。

意见提出，研究在高赔付风险分担机制内优化新能源车车险自主定价系数的浮动范围和规则。中国人民大学中国保险研究所所长魏丽表示，这为提升机制内保险定价灵活性预留了空间，有利于机制的可持续发展 and 优化。

一季度国家铁路发送货物9.7亿吨 日均装车17.9万车，同比增长4.2%

本报北京4月13日电（记者李心萍）记者从中国国家铁路集团有限公司获悉：今年一季度，国家铁路累计发送货物9.7亿吨，同比增长3.1%，日均装车17.9万车，同比增长4.2%。

大宗货物“公转铁”成效明显。大力发展物流总包服务，主动融入企业供应链，与大型发电、钢铁、煤炭生产企业进行产、运、需深度衔接，精心制定全程物流解决方案，减少中间环节，降低全程物流成本，积极推动电煤、矿石等大宗货物“公转铁”运输。针对疆煤外运实施64个“公转铁”项目，一季度疆煤外运完成2201万吨。针对晋南地区8家钢铁企业的原材料和产成品运输需求，组织北京、太原、郑州、济南、上海局集团公司制定物流总包服务方案，促进域内大宗货物“公转铁”运输。

货运班列开行强劲增长。一季度累计开行跨铁路局集团公司货运班列1.26万列、日均装车5000车，同比分别增长135%、154%，较好地服务了国内大循环和全国统一大市场建设。在京津冀、长三角、粤港澳大湾区、成渝等主要经济区域间开好快捷物流示范班列，实行“客车化”开行和网上订舱，确保运输时限，助力区域经济交流互动和畅通国内大循环。精心组织跨境货物运输，中欧班列保持稳定运行，中亚班列累计开行3582列，同比增长25.5%，中老铁路累计发送跨境货物151.3万吨，同比增长10%。

铁路物流服务质量持续提升。铁路95306“单制”功能和海运订舱系统正式上线运行，与航运企业扩大合作，已联合开发铁水联运产品9个。一季度累计发送铁水联运集装箱货物395.1万标箱，同比增长19.4%。

聚焦智慧物流、智慧出行及相关新型基础设施 智慧交通标准化试点项目推出

本报北京4月13日电（记者韩鑫）近日，交通运输部联合国家市场监督管理总局公布首批国家级服务业标准化试点(智慧交通专项)项目名单，共25个试点项目入选。试点项目聚焦智慧物流、智慧出行及相关新型基础设施三大方向，以建立健全智慧交通标准体系、持续推动应用标准验证与先进标准研制、提升标准化基础能力、强化标准实施应用等为目标。

在智慧物流方向，重点围绕以标准助力技术创新，推动交通物流降本提质增效，设立邮政快递数字化处理中心、货物自动配送、智能航运、内河枢纽智慧通航、港口无人集卡、电动船舶、国际海运区块链电子提单服务等试点项目。

在智慧出行方向，重点关注以标准助力模式创新，保障交通出行服务高效便捷，设立公路水路一体化出行、综合客运枢纽数智治理、高速公路和普通国省干线公路智慧出行、城市轨道交通和公交智慧出行等试点项目。

在新型基础设施方向，着力加快构建交通运输新基建标准体系，引导基础设施数字化转型升级，设立智慧公路、智慧城轨、桥隧智能运维与灾害防控、低空飞行服务保障等试点项目。

（上接第一版）
如今，越南中原传奇集团正谋划与海南澄迈、万宁等地升级合作，推广特色咖啡车，打造咖啡联名品牌，探索建立国际化罗布斯塔豆咖啡标准体系。

近年来，中越经贸合作稳定发展，自2004年起，中国成为越南第一大贸易伙伴，自2016年起，越南成为中国在东盟第一大贸易伙伴。中越双边贸易额连续四年突破2000亿美元。

越南驻华大使范清平说，2025年对越中关系具有特殊意义，两国迎来建交75周年，今年也是越中人文交流年，希望加强与中国的全面合作，拓展传统合作领域，不断开辟符合两国利益的新合作领域。

看到展台前观众不断，一家马来西亚

布局“网上展厅”，力天玩具出口用上新模式

益智积木、遥控车、动漫公仔……在浙江义乌市力天玩具有限公司的线上展厅，各类商品琳琅满目，境外采购商可以随时点击下单。

力天玩具销售的塑料儿童玩具多达30万款，合作厂家2000多家，产品出口到欧洲、南美、中东、东南亚等地的100多个国家和地区。

“前几年，公司转型做起了全球批发的线上生意，在义乌国际商贸城的贸易服务平台上建起了自己的独立站和线上展厅。”力天玩具公司总经理陈美君介绍。

2023年10月，义乌国际商贸城推出人工智能产品，为企业展示商品提供了新帮手。陈美君只需录制一段中文视频，便能一键生成多语种版本，投放到各大跨境电商平台。

“外商看到视频后，能精准找到我的店铺，开拓市场、发展客户更方便了。”陈美君说。

如今，义乌国际商贸城建成“品牌出海集合店”，汇聚了70多家义乌市场头部企业品牌，展陈的小商品多达2000余款。

“‘品牌出海集合店’是义乌市场升级版的‘海外展厅’，帮助我们以更灵活高效的方式实现‘店开全球’。”陈美君认为，“义乌品牌”正形成合力，面向全球消费者，共享渠道和流量。

【链接·新业态新模式】外贸新业态新模式正成为拉动我国外贸增长的重要力量。抢抓国际贸易数字化等发展新机遇，通过不断健全通关、财税、外汇等政策支持体系以及跨境支付、物流等基础设施，在政策和企业的“双向奔赴”中，中国外贸别开生面。

2025年以来，从全国外贸工作会议，到多个省份的动员会、推进会，拓展跨境电