

# 大桥相连 湾区相融

# 港珠澳大桥5周岁 车畅人旺货通财通

开通以来迎客3600万,进出口逾7187亿元



港珠澳大桥“巨龙”横跨伶仃洋 羊城晚报记者 宋金岭 摄

羊城晚报记者 李旭 通讯员 宋倩

一桥飞架连三地,横空跨海跃伶仃。2018年10月23日,习近平总书记宣布港珠澳大桥正式开通。五年来,拱北海关所属港珠澳大桥海关立足职能,聚焦强监管、优服务、促改革、提效能,一体推进大桥口岸“硬联通”、监管“软联通”,力促港珠澳大桥发挥好三地经贸发展新引擎、政治文化交流新纽带和居民跨境出行新方式的作用,助力大湾区深度融合发展。

五年来,港珠澳大桥海关共监管进出境车辆750万辆次,监管进出境人员3600万人次。截至2023年9月底,经港珠澳大桥珠海公路口岸进出口总值达7187.5亿元。目前,大桥口岸进出口货物收发地已实现内地31个省(市、自治区)全覆盖,市场涉及国家(地区)从2018年的105个增加至230余个。

## “网红口岸” 跨境体验新模式

自港珠澳大桥开通以来,大桥口岸就以高科技内涵以及时尚外观成为热门打卡地,堪称“网红口岸”。今年10月18日早上8时,来自武汉的导游苏桂萍带着38名来自湖北的游客在标有“港珠澳大桥珠海公路口岸”的大厅门口完成“打卡”拍照,随后过关前往香港开启港澳深度游。每天早上出境高峰时段,像这样的港澳游旅行团挤满了大桥口岸出境大厅的平台。

“随着旅游市场再度火热起来,很多有意赴港澳旅游的游客都想借机一睹港珠澳大桥的风采。”苏桂萍介绍说,“我从事旅游行业十多年了,大桥口岸通关体验很好,它不像普通的陆路口岸那么拥挤,对于携带大件行李的团友更加友好。”

据介绍,在大桥口岸珠澳港旅检和随车人员查验厅的出境通道,海关与安检创新性采用“一机两屏”模式,海关监管前置,旅客行李物品只需一次过机查验,双方共享过机图像,实现海关查验与口岸安检“一次

过检”。两道关卡合二为一,将旅客出境查验等待时间缩短50%。

珠海市旅行社行业协会副会长潘彦谦说:“大桥口岸带热的不光是内地赴港澳游,现在珠海很多本地旅行社和香港的旅行社、社团、公司等建立了合作,越来越多香港居民利用周末或者公众假日通过大桥到粤西一带游玩。”据报道,大桥开通五年来,大桥口岸进出境港澳居民1980万人次,占比55%。今年8月,大桥口岸出入境的港澳居民近100万人次,是2019年同期的2.2倍。

“目前大桥口岸日均进出境旅客达5万人次,几乎成为了港澳旅游团的首选口岸。”港珠澳大桥海关旅检一科科长冯文俊介绍,“海关大力推进‘智慧海关’建设,在智能CT机、高低温探测仪器等智慧旅检监管设备帮助下,海关监管更加‘耳聪目明’。此外,我们还通过信息互换、视频共享、安保互助等手段,加强与港澳海关、联检单位、大桥管理部门应急处突合作,保障人流高峰时段旅客高效通关。”

## “两车北上” 深度融合更紧密

2023年1月1日、7月1日,“澳车北上”“港车北上”政策相继落地实施,为珠港、珠澳“双城生活”提供了更多便捷出行选择。

家住香港九龙城的关女士在香港的一家科技公司工作,每周五下班后她都会从学校接上两个儿子,经大桥口岸回到珠海和丈夫团聚,周日晚上再返回香港。“从2008年开始,我和老公每周轮流坐船从中港城往返珠海,2018年大桥开通后我们改为坐穿梭大巴,‘港车北上’实施后,我们第一时间就申请车辆备案,现在每周开车带上两个小朋友往返珠海和香港更方便了,再也不用担心晕船的问题。”关女士说。

这个中秋国庆假期,大桥口岸日均车流量连续五天刷新历史记录,出入境车辆总数居全国口岸首位。其中,“港车北上”“澳车北上”作为支持港澳与内地交通往来的新政策,发挥着巨大的推动作用。目前,海关已累计验放香港、澳门牌车超93万辆次。9月以来,口岸日均进出境车辆超1万辆次,其中10月2日单日通行量首次突破1.4万辆次,“港车北上”“澳车北上”单牌车日均通关量超5000辆次,高峰期周末及节假日日均通关量近7000辆次,约占经大桥口岸通关客车的六成。

据介绍,港车、澳车北上不限制配额,符合条件的车辆每次停留时间可达30天,全年在内地累计停留时间最多为180天。海关备案环节全程实现无纸化、网上办,同时对符合条件的入境香港、澳门私家车实行“免担保”政策,进一步降低申办成本。目前,已有超过4.3万辆港澳单牌车完成海关备案。

随着越来越多的港澳车主完成港车、澳车北上备案,港澳人员往返广东探亲、旅游、开展商务活动更为便利。港珠澳大桥海关监管一科科长李康水介绍:“海关强化科技赋能,持续升级优化‘一站式’系统,对无异常且未布控的车辆,海关卡口验放时长不超过20秒。目前,大桥口岸客车通道单边最大验放量已由年初的500辆次/小时提升至800辆次/小时。”



港珠澳大桥珠海公路口岸货运通道 受访者供图



港珠澳大桥海关监管跨境小客车 受访者供图

## “大桥经济” 经贸新通道正崛起

10月17日,一辆装载着广东宝莱特医用科技股份有限公司出口的2000台电子血压计、脉搏血氧仪、病人监护仪等医用设备的粤港两地牌货车驶入港珠澳大桥珠海公路口岸,不到3分钟即办结出口手续、驶离口岸,这批货物接下来将通过香港机场,运往非洲市场。

广东宝莱特医用科技股份有限公司位于珠海高新区内,其产品出口欧美多个国家,由于航班时间等原因,货物经常选择凌晨通关,经大桥口岸前往香港机场搭乘国际航班。据该公司总经理周国军介绍,得益于港珠澳大桥海关“提前申报”等便利措施,叠加大桥24小时通关的优势,公司货物出口越发便捷高效。今年以来,该公司出口监护仪等医疗器械产品货值已超2000万美元。

回望过去五年,从2018年10月港珠澳大桥珠海公路口岸对港货运正式

开通,到2020年8月对澳货运通道开通;从2020年3月出口跨境电商业务试运行,到2023年3月跨境电商零售一般出口、B2B直接出口、出口海外仓三种出口模式全业态落地……在一系列政策利好的推动下,经大桥口岸进出口货业务保持快速增长趋势。据海关统计,大桥口岸进出口总值突破第一个1000亿元用时两年,突破第二个1000亿元用时7个月,今年9月底突破第七个1000亿元用时仅6个月,加速趋势明显。

“大桥口岸货运类别越来越丰富,包括飞机发动机、黄金首饰、集成电路、新能源汽车等,高价值、高技术、高附加值产品成为了大桥口岸主要进出口商品。进出货量稳步增长,近期货车已达到每天2000辆次。”港珠澳大桥海关监管四科科科员李颖科介绍,“大桥的开通对粤西地区的辐射带动作用尤为明显。五年来(2018年10月至

2023年9月),粤西地区(江门、湛江地区)企业经大桥口岸进出口货值412.6亿元,其中今年1-9月这一数据为83.9亿元,较去年同期增长了约28%。”

“过去五年,海关推动大桥口岸从基础设施‘硬联通’到规则机制对接‘软联通’不断迈进。我们积极推进通关便利化改革,大力推行‘两步申报’‘广东陆路快速通关模式’、粤港澳‘跨境一锁’‘绿色关锁’等便利措施;升级改造‘一站式’车辆放行系统,实现通关效能和通关体验‘双提升’。”港珠澳大桥海关刘彦君副关长介绍,下一步该关将持之以恒优化口岸营商环境,在创新监管模式、提升跨境贸易便利化水平、培育外贸发展新动能、加大科技装备系统应用等方面持续发力,积极推动港珠澳大桥经贸新通道建设,实现大桥物流“快进快出”“大进大出”和“优进优出”,更好服务外贸高质量发展。

# 广交世界 互利天下

聚焦第134届中国进出口商品交易会

广交会第二期首日到会境外采购商超12.9万人

# 参展商瞄准“一带一路”新蓝海

文/羊城晚报记者 黄婷 许张超 莫谨榕 沈钊 图/羊城晚报记者 梁喻 实习生 曾沂达

琳琅满目的展台前,巴基斯坦采购商举起一口炒锅询问产品性能;进口展上,泰国参展商的陶制产品亮点纷呈,桌面放着许多国内采购商的名片……10月23日,第134届中国商品进出口交易会(以下简称“广交会”)第二期在广州开展,参展商和采购商热情不减,共建“一带一路”国家的广泛参与仍是展会的一抹亮色。

广交会第二期整合打造“大家居”主题概念,吸引建材及家具、家庭用品、礼品及装饰品等板块的企业和客商齐聚琶洲。截至10月23日17时,境外采购商累计到会人数超12.9万人,比上届同期大幅增长。

记者从现场获悉,近年来,“大家居”传统企业纷纷瞄准共建“一带一路”国家这一新蓝海,而本届广交会与共建“一带一路”倡议的深度对接,也为这些企业带来了更为广阔的市场空间。



第134届广交会第二期,境外采购商在展厅内了解产品

## A 主动调整 拓展“一带一路”新兴市场

今年是共建“一带一路”倡议提出十周年,广交会在与中国共建“一带一路”国家的贸易往来中发挥着重要的桥梁作用。在刚刚落幕的广交会第一期,已有来自共建“一带一路”国家的391家企业近7万名采购商参展,较上届同期增长超65%。

广交会第二期延续了这种态势。记者23日在第二期现场看到,众多来自共建“一带一路”国家的采购商步履不停,对建材、家居产品表现出浓厚的兴趣和强烈的“扫货”热情。

来自埃及的Selim Cagiran兴奋地向记者介绍,本届广交会是他的第一次以采购商身份参加,展会第二期他看准的产品是擦窗机器人,“今天上午我们已经与中国企业达成了一笔接近30万美元的订单,晚上双方约好一起庆祝”。

大批来自共建“一带一路”国家的采购商涌向广交会,也为国内参展商

明确了产品展示方向。“本届广交会一期的时候,我们提前调研了客商情况,了解到有大量共建‘一带一路’国家采购商参会,就主动调整了参展产品的结构。”沈阳康葆达科技有限公司相关负责人告诉记者,公司本期展出的主要产品是餐厨用具,对于这类产品,欧美已是趋于饱和的红海市场,而共建“一带一路”国家则是一个新兴的蓝海市场。

“刚刚开展就有客户现场签下订单,先付了2.5万美元的定金。”广州玖荣包装制品有限公司副总经理禹谦向记者介绍了开展第一天的成果。作为与全球50多个国家和地区建立贸易关系的食品包装企业,该公司希望借助中欧班列运输等物流形式,将产品推向更广阔的市场。“我们期待开拓中东市场,中东客户对这一块产品也有着一定的需求,期望在这届广交会能拿到更多的订单。”禹谦说。

## C 双向奔赴 针对当地市场 精细化运营

共建“一带一路”国家客商对广交会的深度参与,也让不少参展企业普遍看好这一新兴市场的潜力,制定了清晰而长远的计划。

广东久量股份有限公司董事长助理马少星表示,公司在2018年已进入非洲、中东等区域的共建“一带一路”国家,如今还计划强化对当地客户的精细化运营,进一步深化与客商的合作程度,并将结合对当地产品需求的实地调研对产品线进行优化调整,“有些客户到这边来了,我们可能就会邀请对方到企业来面对面交流,到生产线上进行一对一洽谈”。

“当共建‘一带一路’的市场打开了之后,你会发现这个领域有很大的潜力。”湖南华联瓷业股份有限公司也持续“押宝”这个新兴市场。该公司副总经理张平说,华联瓷业通过与印度尼西亚当地排名前三的某家企业进行合作,正式打开了近2.8亿人口的印尼市场,“它应该会是未来我们的一个主力市场”。

张平表示:“我们今年的重点是在印尼市场,明年可能会布局俄罗斯市场,通过与当地企业合作打造‘窗口’,一步步拓展共建‘一带一路’国家的市场。”

共建“一带一路”国家也在与中国市场实现“双向奔赴”。记者注意到,在本届广交会二期展会上,共有来自韩国、土耳其、埃及、马来西亚、越南等17个共建“一带一路”国家的110家企业参展,占比约54%,重点展示各国家居、餐厨、建材等特色产品。

“我第一次参加广交会大概是在15年前。”泰国陶瓷制造企业Korat Sangsuwan Pottery的首席执行官Boonyarid Phayuhaphaisal告诉记者,与十多年前相比,如今广交会上展出的产品更加丰富且令人瞩目,泰国当地对中国的出口也呈现增长趋势,像陶瓷制造类的产品每年保持在5%至10%的增长,因此想通过广交会进一步拓宽中国市场。

## B 加快融入 从制造到品牌全链条布局

借助共建“一带一路”的东风,广交会不仅是许多传统企业探索相关市场“牛刀小试”的练兵场,更是一些企业展现出海成果、加强产品和品牌本土化融入的重要一站。

浙江苏泊尔股份有限公司作为中国最大的炊具制造商,产品销往欧美、东南亚等全球50多个国家和地区。该公司国际营销总监翁林生告诉记者,苏泊尔在共建“一带一路”国家已有产品和制造布局。“早在2008年,我们就在越南设立生产基地,能够快速辐射当地市场,同时设立营销中心来进行品牌运营;而在俄罗斯,我们的电压力锅、电饭煲等都很受欢迎。”

谈及开拓共建“一带一路”国家的目的,翁林生坦言:“苏泊尔在海外市场更多做的是ODM(原始设计制造,由购买方贴牌)的定制业务,未来希望能在自主品牌之路上有更好的发展,加上现在欧美市场竞争激烈,布局这些新兴市场能够加快我们在海外的自主品牌布局。”他还介绍称,共建“一带一路”国家中,不同国家的餐饮文化差异较大,他们会结合不同市场的需求,开发更适应当地餐饮文化的炊具产品。

许多参展商也表示,贸易的便利和畅通让我国与共建“一带一路”伙伴产业链和供应链合作更加紧密。广东省宝鼎不锈钢制品有限公司负责人沙文贤告诉记者,中欧班列的通行为其产品开辟了更加多元的出海通道,一年多前,公司开始利用中欧班列将出口产品运输到俄罗斯等国家,中欧班列运行的稳定性和时效性更有利于他们开拓当地市场。



第134届广交会第二期昨日开展,人气依旧火爆