

免費試用搶客 日用品館丁旺

多國高端美妝品蓄勢輸華

香港文匯報訊(記者 孔雯瓊 上海報道)內地大幅下調化妝品進口關稅至2.9%，利好外商美妝護膚產品輸華。進博會上，歐萊雅、露華濃、愛茉莉、聯合利華、LG生活健康等國際化妝品巨頭悉數到場，並掀起「搶客大戰」。特別是韓國展商，緊跟兩國回暖的經貿關係，不惜代價豪擲數十萬元(人民幣，下同)免費產品招攬人氣，這些都使服裝服飾及日用消費品展館成為「人氣王」。有外商接受香港文匯報記者採訪時稱，中國市場非常重要，特別是中國消費者對化妝品需求上漲，這使得在華機遇可以重點落在美妝、護膚等方面發力。



香港文匯報記者在歐萊雅展台看到，作為首批確認參展意向的化妝品集團之一，歐萊雅旗下21個品牌500餘件進口產品參展，其中還有一些創新科技產品，如AR美妝工具Modi-Face、化妝機械人等，都吸引不少顧客駐足。歐萊雅集團董事長兼首席執行官安翠表示，進博會不僅成為中國與世界貿易之窗口，更可以在中國消費升級的進程中提供更多選擇。展台上，歐萊雅表示，展出品中不少是正準備引入中國的新產品，其中還有價格超過千元的高端化妝品，正是看好中國市場消費能力。

展出新品試水溫

此外，來自美國、澳洲、新西蘭、英國、德國、日本等化妝品，也在現場通過護膚體驗、免費化妝等方式大舉招攬。香港文匯報記者了解到，進博會上展出的新品，還有「前哨」作用，看看買家觀摩反響，受歡迎程度高的，亦會加速入華落地速度。

值得一提的是，韓國化妝品集團在此次的進博會上花費頗多心思，無論精力乃至財力，都可謂不遺餘力。如愛茉莉旗下的HERA，每天送出200份正裝氣墊粉餅，LG生活健康則將旗下多個品牌的產品放在一個禮包內大方送出。有買家表示，HERA氣墊粉餅售價約350元一個，HERA一次就約送出價值7萬元的產品，而且還連送幾天，花費估計要數十萬元。

業者：珍惜兩國回暖關係

韓國貿易協會上海代表處部長朴善景接受香港文匯報記者採訪時稱，中國是韓國排名第一的貿易對象，目前韓國的出口市場中，中國佔比是25%，大於美國的12%。進博會給韓企提供了很好的契機，可深入開拓中國市場。另外，該會中國室組長沈允燮則表示，中國市場對韓國真的很重要，雖然此前有些貿易摩擦，還好已恢復往來，這是一個好現象，看看韓國企業——特別是韓國化妝品企業在進博會上的表現就知道了。

不少採購團稱，其實韓國企業，尤其是韓國化妝品商很珍惜兩國回暖的外交關係。淘美妝商會品牌經理耿乙飛表示，他來現場採購化妝品，的確更關注韓國化妝品，中韓不僅地理位置相近，而且潮流趨勢接近，產品較適合內地消費者，相信韓國商人肯定也知道在中國會有一個最佳的市場。



香港文匯報記者孔雯瓊攝



香港文匯報記者孔雯瓊攝



韓國化妝品企業將展台佈置成專櫃，並派員為參觀者介紹產品。香港文匯報記者孔雯瓊攝

經營環境改善 外商直言「想留下」



留住新來的外國客商，引路落戶中國的初創者，激勵深耕中國數十年的老朋友……首屆中國國際進口博覽會上，不少外資企業點讚中國營商環境的改善升級，期待「做得更好」。

專人跟進落戶進展

迪爾紹德是烏茲別克斯坦國家藥品醫療器械專業標準中心代表，他一到進博會展館就看見上海市食品藥品監督管理局SHFDA的標識，他說：「我們國家的藥草加工很有特色，希望能落戶上海，我了解該作哪些準備。」

與他對接的政府工作人員介紹，如在進博會上遇到有意進入上海的

外商，會及時跟蹤服務，落實專人，第一時間把辦理進展和結果反饋給參展商。

進博會上，有不少企業是首次來中國，他們都拿到了一本中英雙語的「滬」指南。所有涉工商註冊的事項都在這本《營商環境指南》，上海有備而來。指南中詳細列出，進博會現場就可以提供全方位諮詢保障服務。外商在上海開辦企業最快只需3個步驟、5天時間，透過「一窗通」服務平台就可以完成。

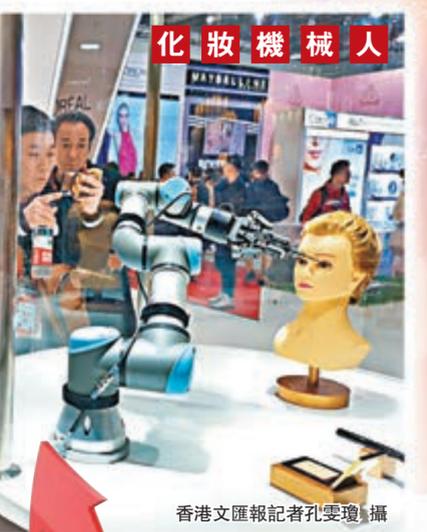
期待環境愈見規範

讓不少外商感到欣慰的是，中國正在加大對知識產權的保護力度，堅決依法懲處侵犯外商合法權益——特別是侵犯知識產權行為，引

入懲罰性賠償制度。

加拿大ALL IMPACT FOODS公司負責人弗蘭克說進博會上有政府諮詢服務，來到了知識產權保護與商事糾紛處理服務中心。兩年前，他代理的摩洛哥果汁品牌進入中國市場，註冊商標時發現被另一家美國公司捷足先登，但對方並未實際使用。工作人員根據情況給出清晰的解答，弗蘭克直言這對他很有幫助。

不少外資企業期待，政府對企業的服務能越來越具有針對性。SGS通標標準技術服務有限公司總裁杜佳斌十分認同營商環境沒有最好只有更好，「我們對中國在進博會上提出的幾大對外開放舉措特別期待，相信營商環境會越來越規範。」



香港文匯報記者孔雯瓊攝

參展企業談 中國消費升級

強生(中國)總裁謝冰：中國消費者趨理性

隨着生活水平提升，中國民眾消費層次也在提高，這正好讓我們有機會對接相應需求。強生引入中國市場的日本醫學美容品牌「Dr. Ci:Labo」受到消費者熱捧，僅18個月線上線下銷售額便高達8億元人民幣。

當前中國消費者行為更趨理性，從盲目追求品牌逐漸轉向注重產品質量和生活品質，這正是消費升級的一個主要方向。而在消費者越來越「精緻」的同時，相關企業也要一同成長，更敏銳地洞察其需求。

AeroMobil總工程師西蒙·本德利：參展收穫極佳機遇

我們在進博會的展館極受歡迎。這款飛行汽車減少了飛機與汽車換乘的麻煩，路程中花費的時間更少，目前正處於申請許可的流程中，希望在2021年能夠把「會飛的汽車」真正交付到中國消費者手中。

展出至今，我們已經收穫了大量投資、購買以及上下游供應鏈合作的意向，來參加進口博覽會真是一次極佳的機遇。

薩普托乳業中國總經理楊春言：高質產品適合中國

今年5月，薩普托集團完成了對澳洲邁高乳業的收購，後者擁有在中國電商渠道堪稱「網紅」的德運乳製品品牌。此次參與進博會，希望將集團旗下大洋路等更多品牌介紹給中國消費者。

薩普托以北美、南美和澳洲為原奶收購和生產基地，向全球供應高質量的全產業鏈乳製品。這些用料考究、工藝先進、口味獨特的產品，非常適合持續升級的中國消費市場。

來源：綜合新華社及中新社

貿戰暫未影響進出口 學者：未來未可盲目樂觀

香港文匯報訊(記者 馬琳 北京報道)內地進出口繼續保持增長態勢。海關總署昨日公佈的數據顯示，10月當月，內地出口比去年同期(下同)增長20.1%，進口增長26.3%，均大幅超過前值。前10個月，內地

進出口總值為25.05萬億元(人民幣，下同)，增長11.3%，貿易順差收窄5%。其中，中美貿易總值增長7.4%，貿易順差擴大11.5%。外貿領域專家向香港文匯報指出，10月進出口增速走高，有進出口貿易行

為前移、匯率貶值的因素，也顯示出中央穩外貿的多項措施正在起作用。不過，隨着全球經濟放緩以及貿易摩擦影響逐步顯現，明年出口料將面臨下行壓力。

對美貿易順差擴大逾一成

據海關總署統計，今年10月份，內地進出口總值2.75萬億元，增長22.9%。其中，出口1.49萬億元，增長20.1%，前值為1.7%；進口1.26萬億元，增長26.3%，前值為17.4%；貿易順差2,336.3億元，收窄5%。

按國別來看，前10個月，中國對歐盟、美國、東盟和日本等主要市場進出口均增長，對「一帶一路」沿線國家進出口增速高於整體。其中，中美貿易總值為3.44萬億元，增長7.4%，佔外貿總值的13.7%。對美國出口2.56萬億元，增長8.7%；自美國進口8,733.8億元，增長3.7%；對美貿易順差1.69萬億元，擴大11.5%。

從產品類別看，前10個月，機電產品出口增長9.3%，佔出口總值的58.6%；7大類勞動密集型產品出口有增有降，合計出口2.56萬億元，增長0.6%，佔出口總值的19.2%。其中服裝、鞋類、箱包三大類勞動密集型產品出口出現下降；紡織品、傢具、塑料製品、玩具四大類產品出口保持了增長。進口方面，原油、天然氣等商品進口量增加，大豆進口量減少，大宗商品進口均價漲跌互現。

專家料能實現穩外貿目標

中國商務部研究院國際市場研究所所長白明向香港文匯報指出，「10月進出口保持高位增長，顯示出中央穩外貿的多項措施正在起作用，包括推動貿易便利化、提高出口退稅率、開拓多元市場等。當然，也有貿易戰背景下出口以及人民幣走弱等因素的影響。整體看，今年穩外貿的發展目標能夠實現。」

華寶信託分析師聶文表示，中國10月進出口數據超預期，一方面是出口搶單因素，另一方面是人民幣走勢對美國關稅有一定對沖。此外，從歷史情況看四季度有聖誕節效應，所以儘管近期全球PMI和貿易都有所下滑，中國進出口仍表現強勁，「這也說明中國處於全球產業鏈比較重要的環節，好多都是唯一供應商，年內外貿預計能保持強勁，出口增速約在10%。」

歐美訂單減 明年出口或承壓

對於明年的外貿走勢，分析師們普遍認為不能盲目樂觀。中泰宏觀分析師梁中華指出，隨着貿易摩擦影響體現，以及全球經濟貿易的降溫，未來中國出口仍面臨較大壓力。

白明則表示，素有外貿晴雨表之稱的廣交會剛剛閉幕，來自美國、歐盟的訂單均有所減少，加之今年的高基數因素，可以預見，明年的出口將承壓。

內地一年來進出口走勢

