2026年10月30日 星期五
E-mail:tougao_cfs365@126.com
首都食品安全



京津冀区域前三季度进出口值达4万亿元

本报讯 鹿杨 近日，北京海关披露今年前三季度京津冀区域进出口数据。据悉，今年前三季度京津冀区域进出口值达4万亿元，同比增长14%，占全国进出口总值的10%。其中，出口值1.22万亿元、增长14.2%，进口值2.78万亿元、增长13.9%。

据介绍，今年以来，京津冀区域外贸持续向好，月度进出口值连续9个月同比增长，前三季度进出口值、出口值、进口值皆创历史同期新高。“特别是三季度外贸表现亮眼。”北京海关相关负责人表示，数据显示，三季度京津冀区域外贸进出口值达1.43万亿元、增长10.5%，出口值4578.8亿元、增长19.4%，规模皆创季度新高。其中，9月份进出口值4888亿元、增长9.2%，出口值1598.1亿元、增长19.7%，规模皆创月度新高。

分区域来看，前三季度，北京进出口值2.78万亿元、增长15.7%，占京津冀区域进出口值的69.5%，拉动京津冀区域进出口值增速10.7个百分点，对前三季度京津冀区域进出口值增长的贡献率达76.5%。

民营企业进出口值也迎来新的突破。前三季度，京津冀区域民营企业进出口值1.12万亿元，历史同期首次迈上万亿元台阶，增长21.6%，占京津冀区域进出口值的27.9%。其中，出口值6116.6亿元，连续跨越5000亿、6000亿两个台阶，增长24.2%。同期，京津冀区域国有企业进出口值2.15万亿元、增长15.9%，占京津冀区域进出口值的53.6%；外商投资企业进出口值7327.2亿元，占京津冀区域进出口值的18.3%。

分产品类别来看，京津冀区域前三季度出口中，机电产品占比提升，汽车、集成电路出口值大幅增长。具体来看，前三季度，京津冀区域出口机电产品7155.1亿元、增长17.6%，占同期京津冀区域出口值的58.4%，占比较去年同期提高1.7个百分点。其中，汽车出口值886.3亿元、增长39.9%，集成电路616.8亿元、增长89%，锂离子蓄电池216.4亿元、增长130%。同期，京津冀区域成品油、劳密产品、农产品出口值分别增长15%、6.7%、14.3%。

北京深化“信用代证”改革 推行京津冀晋跨区域互认

本报讯 徐慧瑶 北京“信用代证”改革进一步深化。市经济和信息化局等六部门近日联合印发通知，明确专项信用报告可替代45个领域的有无违法违规记录证明，并在京津冀晋实行跨区域互认，为企业办事、跨省经营提供便利。

据悉，专项信用报告替代的45个领域清单涵盖发展改革、科技、公安、民政、社会保障、生态环境、市场监管、税务、法院执行等，涉及市、区相关部门及有关中央垂直管理单位、司法机关。数据以行政处罚为主，部分领域还纳入行政强制执行信息和严重失信主体名单。

北京市自2023年起实施“信用代证”改革，依托市公共信用信息服务平台汇集的各领域违法违规信息，形成专项信用报告，替代多部门单独出具的证明。此次通知明确，报告覆盖行政处罚、严重失信主体名单、行政强制执行信息。信用主体可根据办事需要，自主选择时间跨度和涉及领域，报告所载信息时间范围不超过5年。

适用对象覆盖多类信用主体。除在北京市登记注册的企业、个体工商户、农民专业合作社等经营主体，以及律师事务所等依法设立的专业服务机构外，还包括北京市登记注册的社会团体、基金会、社会服务机构，在京村民委员会、居民委员会，以及在北京市登记的事业单位。

对于已注销、被吊销营业执照或处于破产清算程序，但在2020年1月1日之后仍有存续记录的信用主体，可通过市、区两级综合性政务服务中心，申请获取特定时段的专项信用报告。

从政务办理到商务合作，专项信用报告将有更多用武之地。通知鼓励北京市各级行政机关在市场准入、行政审批、政府采购、政策支持、资格审查等公共管理事项中，使用专项信用报告替代有无违法违规记录证明材料；鼓励金融机构及各类企业在上市、再融资、并购重组、融资授信、招标投标等活动中采信报告内容。同时，支持第三方专业机构在认证评估、尽职调查、公证服务等业务中广泛应用。

获取报告可选择线上、线下两种方式。信用主体通过“信用中国（北京）”网站和公众号、“京通”App、北京市企业融资综合信用服务平台网站和小程序，可实现“即申请即下载”；也可持申请材料到市、区两级综合性政务服务中心申请领取。

跨省开证明“多头找、来回跑”的难题也有了解决路径。京津冀晋推行“注册地一键查询、四地通用”，信用主体经本地政务服务平台一次认证，即可获取四地互认版专项信用报告，供四地行政机关使用。四地还将健全异议修复与协同处置机制，落实“注册地受理、发生地核查”闭环流程。

信用主体对报告信息有异议的，可通过“信用中国（北京）”网站、“京通”App或市、区两级综合性政务服务中心提交异议申诉。相关事项将按流程限时核查处置，不实、有误信息及时更正。对于已按规定完成信用修复的失信信息，报告将统一标注“已修复”，客观真实反映信用主体当前信用状态。

2026京津冀跨境电商产业高质量发展峰会举办

本报讯 近日，由天津市商务局指导，天津滨海职业学院主办，天津市跨境电子商务协会、华宠展览（天津）有限公司承办的“2026京津冀跨境电商产业高质量发展峰会暨第四届北方宠物跨境电商论坛”在国家会展中心举办。本次活动紧扣宠物经济蓝海与跨境电商高速发展的时代脉搏，聚焦AI智能、跨界融合、合规出海及产教协同等核心议题。活动特邀天津滨海职业学院的相关领导、专业教师及跨境电商专业学生到场参与。

活动伊始，天津市商务局二级巡视员梁楠发表致辞。他介绍，天津跨境电商产业发展势头强劲，全市跨境电商进出口规模由2020年60亿元增长至2025年650亿元，六年增幅超10倍；活动召开前夕，亚马逊全球集货仓落地天津东疆综合保税区，打通“产业带工厂—天津仓—天津港—全球消费者”完整出海链路。梁楠解读了天津宠物食品、轻工等特色产业带集聚优势与综保区政策红利，提出天津智能宠物产业增速超60%，宠物经济已成为区域外贸全新增长极。他期待院校持续深化产教融合，夯实跨境电商人才根基，为产业高质量发展提供人才支撑。

天津滨海职业学院副校长刘永新在致辞中指出，产业高速发展离不开人才“软基建”配套。学校将以本次峰会为纽带，推动“平台+枢纽+产业带”产业闭环与“人才链+服务链”协同联动，促进政策红利、平台资源、产业需求精准对接。她介绍了学校跨境电商专业办学实践：立足天津“三区叠加”区位优势，构建“职业教育+园区”特色办学模式，联合行业龙头共建亚马逊精英班、Shopee实战营、TikTok工作室，推动专业入企业、业务进课堂，持续向区域产业输送适配度高、稳定性强的高素质技术技能人才。

当前京津冀跨境电商正从规模扩张阶段转向质量提升新阶段，辐射北方的跨境商品集散枢纽正在渤海湾加速成型。本次活动汇聚京津冀跨境电商行业及宠物产业资源，搭建交流合作与资源共享平台，助力京津冀企业从业人员掌握跨境运营、财税合规、海外仓管理等实战技能，打通产业端人才培育"最后一公里"，以产业人才一体化赋能产业链协同，共同推进京津冀协同发展走深走实，助力区域经济高质量发展。通过嘉宾们的精彩分享，与会企业收获了切实可行的出海指南与增长策略，而跨境电商专业的学生们也借此契机，实现了课堂理论与行业前沿的无缝对接，对未来的职业规划有了更加清晰的认知。

探索京津冀品牌协同机制

近日，北京就《推进京津冀协同创新联合体建设指引（征求意见稿）》公开征求意见。此前，京津冀民政协同专题工作组第一次会议召开，京津冀协同发展战略正在加紧落实。京津冀协同发展作为区域协调发展的一项重要战略，已构建起具有示范意义的区域协调发展模式。

区域品牌是衡量区域核心竞争力的重要标志，也是区域经济发展到一定阶段的必然产物，其价值的重要性愈发凸显。区域品牌可以有效集聚各类生产要素，为区域经济创新发展提供必要的基础性保障；同时，规范区域内企业间的竞争与运营，实现有序发展。以品牌为纽带整合经济要素，可充分发挥区域品牌的强大集聚效应，协调不同地区优势，促进产业链深度合作、实现价值链整体增值。

对于京津冀地区而言，区域品牌一体化的融合建设有助于高效配置生产要素，减少重复竞争导致的资源浪费。通过高协同性的京津冀品牌建设，可以树立区域对外具有高质量、高信誉的代表性形象，提升区域整体竞争力。这一区域的品牌定位于复合型、战略型，强调政府主导，更多发挥着辅助、服务于区域治理等作用。

在这方面，长江三角洲区域一体化发展的经验值得借鉴。“江苏精品”“上海品牌”“浙江制造”“皖美品牌”等通过交流合作和互认机制，探索建立跨区域品牌培育、创建、推广和保护的协同机制，有效促进了长三角品牌经济的高质量发展。

一些深层次挑战同样存在。目前，京津冀地区的产业同构现象依然有待完善，天津与河北的数字产业协同不足、人力资源配置失衡、基础设施建设存在差距、数字贸易发展相对滞后；北京对周边地区产生的“虹吸效应”也进一步加剧了区域发展的不均衡。一系列问题的背后，既与顶层设计协同性不足、利益共享机制不够完善、区域管理思维相对滞后等因素有关，也与区域发展难以从整合资源创建品牌的角度审视思考等原因分不开。

未来如何破题？一方面，京津冀地区可加强顶层设计，将区域品牌建设纳入总体发展规划，并以政策驱动强化品牌价值。政府部门在制定区域产业政策时，应为产业品牌培育、企业品牌建设和产品品牌成长提供全方位保障，实行区域产业品牌特色化战略，加大对符合京津冀地区经济发展定位的企业和品牌的培育力度。可运用品牌思维进行战略沟通，推动协同政策从事务性合作深度转向价值性共创。

另一方面，借鉴相关经验，通过政府牵头，制定统一的区域性认证政策与评价体系。突破行政区划界限，实现京津冀区域内部的相互交流和有效互补，通过价值观导向提升品牌公信力和协同性。形成统一的协同执行机制，在兼顾京津冀三地及其他相关方利益的同时，有效约束各方行为，推动品牌建设顺利进行。

此外，企业作为区域产业品牌建设的微观基础和核心载体，积极利用区域产业品牌营造的生态势能，在跨区域布局与营销中主动融入并共建“北京研发—天津转化—河北应用”等创新生态故事，实现企业个体与区域的互利共赢。 **（李志军）**

责编：陈钊琦 版式：陈思宇