

中国外贸步入优进优出发展轨道

■ 中国贸促会研究院国际贸易研究部主任 赵萍

日前,国家统计局和海关总署都公布了2016年上半年进出口数据,我国货物贸易进出口持续下降,进出口总值11.13万亿元人民币,比去年同期下降3.3%。其中,出口6.4万亿元,下降2.1%;进口4.73万亿元,下降4.7%。中国外贸出口先导指数继续回落0.4个百分点。在数字背后,如何看待我国的外贸增长形势?笔者认为,可从以下方面加以分析:

对外贸易的积极因素逐渐增加

外贸向好因素依然存在。一是外贸增长的积极因素逐步累积,对外贸易增长动能仍然明显。虽然上半年进出口总额同比下降了3.3%,但降幅比一季度收窄3.6个百分点。而且6月份当月,我国外贸出口总值增长了1.3%,外贸形势向好的迹象逐步显现。二是“一带一路”对外贸的带动作用显著,特别是对“一带一路”沿线发展中国家出口增长较快。上半年,虽然我国对美国出口下降4.6%、对东盟出口下降2.9%,但是对巴基斯坦、俄罗斯、孟加拉国、印度等国出口货值分别增长22.5%、16.6%、9%、7.8%。

此外,我国对欧盟出口货值也增长了1.3%。三是外贸企业活力增加,民营企业出口增长较快。上半年,我国民营企业进出口4.31万亿元,增长5.1%,占外贸总值的38.7%。

我国外贸的市场份额存在继续扩大的可能。世界经济尚未找到新的强劲增长点,大宗商品价格保持低位,贸易保护主义有所抬头,将对全球贸易产生不利影响。2016年4月7日,世界贸易组织(WTO)发布报告,再次下调2016年全球贸易增速预期至2.8%。2015年,在我国外贸出现双降的背景下,出口市场份额却进一步上升,达到13.8%,是我国在全球份额当中提升最快的一年。2016年,世界各国对全球贸易的担忧加剧,中国的对外贸易却存在明显的向好因素,外贸结构调整和转型升级取得新进展,特别是随着外贸稳增长的各项政策逐步落实到位,我国出口的国际市场份额还有可能进一步扩大。

外贸低增长或负增长仍将持续

我国外贸下行压力仍然较大。

今年下半年,我国外贸进出口仍将持续微增长甚至负增长态势。主要原因在于:一方面,我国外贸体量较大,持续30年的高速增长时代已经基本结束。截至目前,我国货物贸易总额连续3年位居世界第一,服务贸易总额稳居世界第二位。要进一步保持较高增长速度,难度明显高于以往。而且,当前我国经济发展已进入速度换挡、结构优化、动力转换的新常态,外贸在继续做大总量的同时,结构性问题上升为主要矛盾。另一方面,外贸的需求侧在国外,难以从国内直接调控,国际市场需求不足将持续较长时间。2016年下半年,世界经济面临的重大问题尚未找到新的强劲增长点,经济复苏步伐将继续放缓,货币政策以及政治风险催生不确定性。其中,美国经济复苏放缓的概率较大,英国脱欧等政治层面的动荡不断,欧元区经济将更加脆弱。新兴经济体,除了中国和印度以外,其他国经济除增长乏力。从短期看,我国外贸低增长甚至负增长的局面难有根本改变。

外贸正在积蓄新的发展动能

虽然从短期看,我国外贸增长的形势仍然严峻。但自去年以来,国务院共出台7个支持外贸的专题文件力促稳增长,政策重点指向优化贸易方式结构、支持企业培育出口品牌和培育外贸新的增长点。外贸的供给侧在国内,我国外贸领域的供给侧改革通过去产能、去库存、去杠杆、降成本、补短板,创新外贸体制机制,继续坚持扩大对外开放,鼓励发展对外贸易,将会逐步破解制约外贸发展的深层次矛盾,增加外贸新供给,培育外贸新动力。中国具备跨国化经营能力的企业群体将会日益壮大,出口产品技术含量也将不断提高,民营企业活力逐步释放,外贸发展能力也会逐步增强。特别是跨境电子商务、市场采购贸易、外贸综合服务企业等外贸新型商业模式蓬勃发展,外贸对国内外市场需求变化的适应性和灵活性明显增强。因此,从长远看,我国外贸新的竞争优势正在积累,外贸将开始步入“优进优出”的发展轨道。

地方扫描

内蒙古:对蒙经贸合作样板升级

7月15日,记者来到位于内蒙古自治区中蒙边境甘其毛都口岸的金航公用保税仓库,偌大的仓库堆满了从蒙古国进口的铜精矿。

甘其毛都口岸堪称中国脊梁上的“聚宝盆”,毗邻蒙古国亚洲最大铜金伴生矿尤陶勒盖铜矿(简称OT矿)。2013年7月,蒙古国OT矿生产铜精矿开始经甘其毛都口岸进口。2014年以来,随着OT矿生产量及国内铜需求的增长,甘其毛都口岸铜精矿进口量快速增长。

2016年前5个月,经甘其毛都口岸进口的铜精矿近50万吨,同比增长25.8%。

近年来,内蒙古自治区加强口岸基础设施建设,口岸通关部门不断进行监管通关改革,提升了口岸过货能力,内蒙古正依托众多中蒙陆路口岸打造中国对蒙重要的能源进口大通道。”呼和浩特海关监管通关处处长张然说道。

内蒙古与蒙古国毗邻,是国家“一带一路”战略的重要节点,有18个对外开放口岸,以满洲里、

二连浩特为重要节点的两条欧亚大陆桥是中国通往欧洲最便捷的运输通道。

呼和浩特海关提供数据显示,2016年上半年,经二连口岸过境外蒙古国的郑欧班列已开行58列。首条由内蒙古起运,经二连口岸发往欧洲的“蒙连欧”班列将于今年开行,届时将拉动呼和浩特、包头和鄂尔多斯等地区汽车配件、钢铁制品以及轻工业产品向欧洲的出口。据呼和浩特海关统计,内蒙古对蒙古国贸易额已从2006年的5.8亿美元增长到2015年的32.84亿美元,10年间增长了5倍多。

《二连跨境经济合作区共同总体方案》已经签署,鄂尔多斯综合保税区建设和呼和浩特加工区转型升级进一步加快,中蒙博览会等大型展会快速发展,满洲里、二连等边境口岸边民互市贸易区促进了中蒙边境贸易发展。“一系列外贸综合平台的搭建为中蒙贸易发展创造了更为有利的条件。”张然如是说。

(董乐 乌瑶)

杭州:跨境电商让传统制造业找到绿洲

在目前中国出口市场疲软的大背景下,位于长三角的城市杭州今年第一季度出口额却逆势增长,成为国内为数不多的实现出口额正增长的城市,而这一增长背后的主要引擎在于跨境电商,其出口占外贸出口的11.6%。为什么杭州的跨境电商发展如此之好,这其中离不开杭州跨境电商综合试验区的创新实践。

与国内电商相比较,跨境电商涉及海关、检疫、汇兑、税收等诸多环节。为了更好地服务碎片化的小型跨境电商业务,杭州综试区不断围绕整个跨境电商商业模式和服务模式进行创新。

跨境电商不仅有助于传统制造业找到新的绿洲,也催生了大量蓬勃发展的初创企业,成立3年的浙江执御信息技术有限公司就是其中的佼佼者。位于杭州拱墅区的执御公司已成为出口中东地区的国内最大的B2C平台公司,累

计用户达到1000万,今年跨境电商销售额有望达到3亿美元。

浙江执御信息技术有限公司合伙人邢立明介绍说,该公司主要利用大数据为合作商提供平台,实现精准销售,主要目标受众为有一定购买能力的中东女性。邢立明介绍了公司的商业模式,“我们目前和供应商的合作方式是买断。我们会先和他们达成一个供货的价格,而后期的商品定价和促销,是我们来决定的。在这些环节中,供应商对于商品的工艺设计非常在行,但对于国外市场的了解,包括商品信息的捕捉方面,相对滞后,这恰好是我们的强项。”

据悉,执御公司目前约有400名员工,其中研发技术人才占到25%左右。该公司依靠强大的技术团队,剑走偏锋,选择了中东地区这么一个被亚马逊、阿里巴巴所忽略的小众市场,一举获得了成功。

(黄彪)

金融观察

ADGM和上海自贸区签署合作备忘录

据阿联酋《国民报》7月14日报道,阿布扎比金融自由区(ADGM)日前与上海自由贸易试验区签署备忘录,旨在进一步提升两个自由区之间的合作水平及商业便利化程度。

ADGM金融服务监管局主席Richard Teng表示,ADGM很高兴

能与上海方面达成协议,两个自由区将一同努力,为区内金融服务提供更大支持,为资本流动提供更多便利,并积极鼓励区内的各类创新。

报道称,该备忘录的签署是阿布扎比和中国开展经济合作的又一个里程碑。

中国银行首进中东北非地区银团贷款前十

《中东经济文摘》7月13日报道,据Dealogic发布的数据显示,由于在中东地区银团贷款业务表现活跃,2016年上半年,中国银行以5笔牵头行银团贷款,总额30亿美元的业绩首次进入中东北非地区银团贷款牵头行前十大排名之列。

排行榜位居第一的是日本三菱日联金融集团(MUFG),2016年上半年共安排组织了17笔银团贷款,总额48亿美元,市场份

额为6.5%。汇丰银行以21笔贷款,总额43亿美元位居次席,但这与其2015年全年41笔贷款,总额64亿美元的业绩相比,表现依然十分抢眼。

地区银行中表现最为活跃的是排名第6的阿布扎比国民银行,2016年上半年共牵头安排19笔贷款,总额30亿美元。其次是卡塔尔国家银行资本,共牵头安排6笔贷款合计14亿美元,排名第18位。

(本报综合报道)

上半年中国纺织品服装出口同比微增2.1%

7月14日,中国纺织品进出口商会透露,由于全球主要经济体经济尚未明显复苏,各大市场的需求缺乏增长动力。2016年上半年,中国纺织品服装累计出口8028.7亿元,同比增长2.1%,其中,纺织品出口3379.7亿元,增长4.2%,服装出口4649亿元,增长0.6%。

(高涵柏)

中国航空航天企业积极拓展国际市场

随着近年来中国在航空航天领域研发不断取得突破,中国企业正在积极拓展海外市场。7月11日至17日,在英国举办的2016年范堡罗国际航展上,30多家中国企业参展,向世界集中展示了中国航空航天领域的成就。

范堡罗国际航展每两年举行一次,是全球最大国际航空航天业展会之一。今年的航展吸引了约1500家商家参展,其中有30多家中国企业,可谓规模空前。

在此次范堡罗国际航展上,中国商用飞机有限责任公司一共签署90架ARJ21系列飞机购机协议,其中60架飞机用于支持一家印度尼西亚航空公司组建机队。ARJ21是中国自主研发的首架喷气式支线客机,于今年6月28日首次执飞成都至上海航线,正式投入商业运营。

中国商飞公司市场营销总监赵斌在接受记者采访时表示,ARJ21系列飞机是针对国际市场推出的重要产品,印尼采购60架飞机的交易具有战略意义,是国产飞机首次大批量出口海外。中国商飞公司未来将与东南亚地区市场加深合作,并努力进入欧洲市场。

中航国际租赁有限公司副总经理李俊告诉记者,从架数上看,国产飞机已占该公司所有飞机份额约1/4;从公司业务运营看,国产飞机在国内外租赁市场均具有一定竞争力,优势是高性价比、差异化市场定位等。

中国航空科技工业股份有限公司监事会主席陈灌军介绍,该公司参展的大型商用飞机仪表控制系统、机载娱乐系统、伺服阀等民用飞机航电产品吸引很多厂商洽询。民航产品要走向国际,获得国际认证比较重要,目前该公司民航座椅已获相关认证,成为波音公司合格供应商,打开进入国际高端市场途径。

由中国航天科工集团公司下属航天科工火箭技术有限公司研发的“快舟”系列固体运载火箭产品今年首次在范堡罗航展展出。中国航天工业有限公司是“快舟”系列产品在国际市场上发射任务的主承包商。公司副总裁孟波介绍:“随着航天技术发展,对低成本运载的需求和依赖会越来越来。”“快舟”火箭一方面能实现应急快速发射,另一方面也是相对低成本的运载工具。参展以来,公司已收获相当多合作意向,希望公司产品能够在国际商业航天发射方面有所拓展。”

(邓茜 张家伟)



《2015年中国城市外贸竞争力报告》: 百强城市整体水平降低

■ 南春雪

7月15日,海关总署在大连发布《2015年中国城市外贸竞争力报告》,报告由海关总署与大连瀚闻资讯有限公司共同完成。报告显示,2015年入围我国外贸竞争力百强城市的整体水平降低,平均进出口规模在连续5年增长后转而下滑。

报告指出,2008年金融危机以来,我国外贸与经济同时步入“新常态”,城市发展也进入量质并举的新阶段,区域发展空间面临重构。2015年更是国内外经济形势复杂严峻的一年,市场环境深刻变化,时刻考验并牵动着城市外贸的神经。

WTO数据显示,2015年全球货物贸易出口额出现2009年以来的首次收缩,我国进出口同比也出现2009年以来的首次“双降”,GDP增速继续放缓0.5个百分点。

受此影响,2015年入围我国外贸竞争力百强城市的整体水平降低,平均进出口规模在连续5年增长后转而下滑,为2247.1亿元人民币,比上年缩窄7.5%;入围最低门槛由2014年四川达州的20亿元降至新疆克拉玛依的5.9亿元,最高值也由2014年

广东深圳的29960亿元降至上海的27908亿元;城市间的平均差距由2014年的302.4亿元缩至281.8亿元。而深圳、苏州、上海、东莞、厦门、珠海、北京、大连、广州、天津等城市在2015年城市外贸综合竞争力方面依然更胜一筹,位列前十名,成为培育外贸新优势的标杆城市。

报告紧扣“创新、协调、绿色、开放、共享”五大发展理念,将大数据与外贸发展深度融合,抓住水平、结构、效益、发展及潜力等多个角度,由5个分项竞争力、25个三级指标组成,构建城市外贸竞争力综合指标体系,定期监测中国地级以上城市(不包括港、澳、台独立关税区的城市)的外贸发展轨迹。

据介绍,《中国城市外贸竞争力报告》自2011年起连续4年被收入中国人民大学编发的《中国发展报告》,形成较成熟的评价体系和较丰富的实践成果。该报告利用海关统计的一手资料,力求客观、科学地对国内主要城市外贸发展状况进行体检和评估,引导城市由单纯片面追求外贸规模向提高发展质量和效

益、均衡结构、增强潜力转变,为各地提高政策精准度、配套措施针对性提供决策参考。

发布会上,国家海关总署综合统计司统计分析处处长张炳政表示,中国经济与外贸同时进入“新常态”,跨境电商、市场采购等新兴贸易业态也成为外贸发展的新动力,城市外贸发展进入量质并举的新阶段。如何依托城市这一载体,以点带面,推进区域乃至整体外贸增长方式的转变至关重要。他认为,敏锐把握市场趋向、未雨绸缪,培育稳定的外贸新优势,实现“大进大出”到“优进优出”的转变,才是城市发展的脉门。

来自高盛华的首席中国经济学家宋宇、国家信息中心预测部首席经济学家祝宝良、中国社会科学院研究员宋泓、中国人民大学中国调查与数据中心主任袁卫等悉数到会,对报告进行了深入浅出的解读。与会专家学者充分肯定了《中国城市外贸竞争力报告》对我国主要城市外贸转型升级的积极探索,以及对地方政府促进外贸发展的决策参考作用,对报告内容的继续改进提出了中肯建议。

日本美食搭台北京 探路中国市场

■ 本报记者 高洪艳 实习记者 陈璐

达成多项合作,同时,也在现场了解了中国食客对日本料理和文化的关注和诉求,以便更好地开展中日食材贸易。

来自铃溪(天津)国际贸易有限公司的杨天宇表示,中日贸易关系保持稳定,该展示平台的发展壮大使得中日之间的商贸信息能够更加畅通地交流。日本政府也在鼓励和促进本土的企业利用国际商贸平台,拓展海外市场,尤其是中国市场。目前,中国是日本食材最大的也是最重要的出口地之一。

“中国的市场很广阔,对日本食材也有很大的需求,但对于想要进入中国市场的日本食品企业来说,开始时肯定会无所适从,不知道从哪里着

手。幸亏有了这样的展示会,洽谈会,我们可以有机会了解到中国客户的需求,找到商机和突破口。”日本四日市平和面业株式会社营业部部长森川雅章对记者说,中国的很多贸易公司会定期在日本举行“座谈会”,平和面业株式会社就是通过参加展会结识了中国的经销商和需求商户,最终将产品推广到中国。

进入中国市场只是第一步。切实地了解中国人对日本美食的偏好,才能在竞争激烈的市场中求生存、谋发展。

“所以,我们需要参加这样的展示活动,与中国食客‘亲密接触’,获得他们对新产品的信息反馈,对我们来说这是很珍贵的商业信息。”森川

雅章告诉记者,这是他们公司连续第四年参加该展示会,每一次都会带来新开发的产品,最大程度地寻求在中国市场的认可。“借助这类展示活动,我们的产品销售量不断增加,我们的很多日料店、商场和大型超市中都有我们供应的食材。”他说。

来自日本山形县古泽酒造株式会社的参展人员也向记者表示,梅子酒是极富日本特色的产品,现在也根据中国客户的口味需求加以改良,目的是希望产品能够受到欢迎,在中国拥有固定的客户群。参加展示活动可以让中国客户更直观地了解产品,无形之中达到宣传的效果。我

们在中国的客户群现在主要是在北京、天津有着良好收入的群体,希望进一步拓展区域市场、争取更多客户群。

当天的美食展示活动吸引了来自国内各地的采购商。记者了解到,来自云南、青岛、大连、南通、珠江等地的多家食品公司对日系食材已经颇有研究。采购商谭仲华告诉记者,他在天津经营一家日本料理店,想通过本次展示会来了解更多具有特色的日本美食,也期待通过使用地道的日本食材器具吸引更多的日料爱好者。在采购的过程中,他对食材的品质和特色给予更多的关注。