

我国外贸向好趋势初现

■ 中国贸促会研究院国际贸易研究部主任 赵 萍

今年以来,我国外贸增长一直面临巨大的下行压力。虽然6月、7月以人民币计价出口增速均为正值,但是有些人将这些因素归结为人民币贬值对外贸核算的积极作用,以及去年7月出口降幅最大等基期因素的正面影响,而以美元计价的出口增长速度仍然为负。事实上,在各种不利因素和质疑背后,仍能看到我国外贸形势向好的趋势。

外贸出口企稳迹象明显

外贸出口环比增长转正。以人民币计价,7月份我国出口金额1.22万亿元,增长2.9%。以美元计总额为1847亿美元,同比下降4.4%。但是,出口形势向好不是汇率变化的数字游戏,而是中国外贸优势得以发挥的必然结果。数据显示,7月份以美元计价的出口额降幅比6月份收窄了0.5个百分点,与6月份出口额1802亿美元相比,7月份出口额的环比增长由负转正,出口向好的迹象已经显现。

与主要贸易伙伴的贸易情况明显向好。7月份,在英国脱欧的背景下,中国外贸出口抵抗住欧元贬值

的压力,与第一大贸易伙伴欧盟的贸易额达到2.01万亿元,增长1.8%。其中,我国对欧盟出口也实现增长1.7%,表明我国外贸出口存在内生增长动力。虽然与第二大贸易伙伴美国和第三大贸易伙伴东盟的出口额呈现了负增长,增速分别为-2.0%、-18.4%,但是出口下降的幅度分别比上月收窄8.4个百分点和0.6个百分点,且出口降幅明显小于进口,出口向好的趋势初现。

民营企业成为外贸企稳的主力。民营企业出口充满活力,出口增速和占比均有所提升。前7个月,民营企业进出口5.12万亿元,增长4.8%,占同期我国进出口总值的38.8%,比去年同期提升了2.9个百分点。民营企业对于外贸稳增长的作用得到进一步发挥,为我国外贸出口企稳注入强大的动力。

传统出口优势得以充分发挥。从统计数据看,我国7大类劳动密集型产品合计出口1.61万亿元,增速由负转正,实现增长0.2%,其中,纺织品出口额增长3.9%,塑料制品出口额增长4.4%,玩具出口额增长14.5%。我国外贸出口从“大进大

出”到“优进优出”,欲提升外贸附加值和建立新的优势仍需时日。在当前外贸面临下行压力的背景下,传统出口优势得以恢复,将对我国外贸企稳产生最强有力的支撑。

更为重要的是,7月份我国外贸出口先导指数有所回升,特别是出口经理人指数小幅回升,表明我国外贸出口预期向好,是我国外贸出口企稳的重要风向标。

外需不足是进口下滑主因

与出口相比较,7月份我国外贸进口下降的幅度更大。从表象上看,进口下降是由两个方面因素造成的。一是加工贸易下降带来的负面影响。今年前7个月,我国一般贸易进口仅下降2.6%。而加工贸易降幅却高达9.2%,远远大于一般贸易,成为拖累中国进口增长的主要因素。二是大宗商品价格下跌导致进口额大幅度下降。今年上半年,我国进口的铁矿砂、原油和铜等主要大宗商品数量大幅增长,但是这些大宗商品进口均价却呈现普遍下跌态势。其中,铁矿砂、原油、煤、成品油进口均价分别下跌了13.3%、

29.6%、18.8%和20.3%,导致相关产品进口量升额减。

在这两个表象背后,我国进口下降还有两个深层次原因:一方面,外需仍然疲弱。当前世界经济除了印度和中国以外,其他国家都在深度调整过程中缓慢复苏。今年6月8日,世界银行再次调低了对全球经济增长的预测至2.4%,远低于1月份预测的2.9%。加工贸易进口大幅下降和大宗商品价格大幅下挫,均是外需不足所致。另一方面,我国外贸结构不合理。例如,2014年,我国消费品进口9362.7亿元,增速高达14.9%,但是占同期我国进口总值的比重仅为7.8%。大宗商品、先进设备等生产资料占比过高,而国内需求旺盛的消费品进口比重过低,导致国内消费增长对进口的带动作用没有得到充分发挥。

综上所述,当前我国外贸进出口企稳的迹象逐步显现,应进一步夯实我国外贸出口的传统优势,扩大一般贸易竞争优势,巩固向好基础;在进口方面,优化进口商品结构,适当放松对进口消费品的限制,促进进口企稳,缩小外贸顺差。



拔罐走红 中医风靡海外获认同

里约奥运会正如火如荼地进行中,拔火罐、针灸等作为“神器”意外“走红”,受到美国泳坛巨星菲尔普斯、美国体操运动员艾利克斯·纳杜等诸多奥运健将的追捧。古老中医理疗方法成为舆论关注焦点。

记者近日走访广东多家大型医院发现,随着民众对中医疗法辅助保健的青睐,加之奥运健将和好莱坞明星的“拔罐成风”,不少民众到当地中医科门诊的理疗区排队接受推拿、拔火罐、牵引等中医治

疗。40平方米的理疗室挤满等候治疗的民众。

同时,来自非洲、欧美和日韩等国家和地区的游客也纷纷前来体验中医疗法的魅力。在不少专家眼里,中医在海外从“被认识”走向“被认同”。中医在海外的传播度和地位正在提升。

《世界卫生组织传统医学战略2014至2023》报告显示,中医药已传播至100多个国家。世界范围内约有10万家中医诊所、约30万名中医药技术服务提供者。

广东省中医院传统疗法科主治医师陈磊称,随着中国国力的增强,中华文化受到全世界的关注,中医文化在海外的影响力逐渐增加,并且在运动康复、治疗痛症、慢性病等领域得到广泛认同。

“海外社会对中医的看法,是从了解到认可的过程,中华医学逐渐成为风潮。”陈磊表示,目前有部分外国人特意到中国学习中医技术,“未来的中医技师,可能有‘洋面孔’。”

(蔡敏婕 文雯)

◆地方扫描

黑龙江渐成东北亚新枢纽

本报讯 “沾了‘一带一路’的光,我们每天都能吃上家乡的新鲜蔬菜,真是太好了!”在俄罗斯哈巴罗夫斯克上学的中国留学生李雯雯高兴地告诉记者。24小时内新鲜蔬菜水果送达俄远东地区,9天内哈尔滨生产的服饰鞋子抵达莫斯科,两周之内电子元器件、化学工业品到达德国汉堡,这样“风驰电掣”的景象背后,蕴含着黑龙江省对国家“一带一路”建设的积极响应。

2014年以来,黑龙江以铁路通道建设为重点,全面谋划和推动立体化互联互通基础设施建设。哈齐高铁、牡绥铁路扩能改造、哈尔滨铁路集装箱中心站等一批工程相继建成,对俄沿边铁路联通、省内高速铁路环路、口岸铁路连接

线、重点公路网、民航场站和中俄信息枢纽工程项目前期工作和建设不断加快,哈欧、哈俄、哈绥符釜(哈尔滨、绥芬河、海参崴、釜山)三条国际大通道实现常态化运营。传统意义上的边疆省份,渐成东北亚经济发展的新枢纽。

随着“中俄绿色通道”、特定商品监管结果互认、贸易统计数据交换合作等政策落地,黑龙江正推进中俄海关建立跨关区、跨部门、跨国界的合作机制。

“在试点口岸,中方出口的果菜和俄方出口的木材通过数据信息互换,实现了国际海关间监管结果互认和进出境一次查验。”哈尔滨海关负责人介绍说,目前试点进展顺利,即将推广到全部口岸。

(郑少忠 方圆)

青海首趟中欧班列下月起程

本报讯 为了加强与“一带一路”沿线国家的合作与交流,进一步扩大对外开放的步伐,经过青海省商务、海关、检验检疫等部门的积极筹备,青海省首趟中欧班列将于9月8日正式起程,近50个集装箱的藏毯和有机枸杞经过12天的历程将到达欧洲市场。中欧班列的开通,意味着青海对外开放的步伐又往前迈出了一大步。

据省商务厅负责人介绍,此次班列的集装箱将全部经过海关、商检、税务、商务等9家单位审核检查,集装箱内主要装载着标志青海特色的藏毯和有机枸杞。青海正

在凭借当地丰富的牛、羊毛(绒)资源,打造世界羊毛地毯制造中心和国际藏毯生产集散地。同时,柴达木盆地已经成为中国重要的有机枸杞生产和出口基地。

担任此次全程物流运输任务的中铁集装箱运输负责人介绍,本次班列计划从西宁双寨物流中心出发,经甘肃,从阿拉山口出境,途经哈萨克斯坦、俄罗斯、白俄罗斯、波兰、德国,最终抵达比利时第二大城市安特卫普,跨越6个国家,全程约9838公里,较之前海运缩短至少40天。

(芳 旭)

◆国际视野

墨西哥旅游业新期待:接近中国

本报讯 提供普通话和广东话讲解服务、在各大公共场所增加汉语标识……墨西哥旅游部近日在墨西哥城宣布正式启动“接近中国”项目,旨在借助上述改善环境的措施,吸引和便利中国游客访墨。

近年来,随着出境游升温,中国已成为全球第一大游客输出国和旅游消费国。此次启动的“接近中国”项目是墨方为吸引中国游客推出的最新举措。此前,墨旅游部已经多次在中国举办旅游推介会,2016年还将在中国举办“墨西哥旅游年”系列活动。

在墨从事旅游行业的宋健对

记者说,近两年能明显感觉到中国旅游团的数量在增加。特别是中国的真人秀节目来墨拍摄后,很多人都对赴墨旅游产生了兴趣。

墨旅游部旅游促进局办事处执行主任冈萨雷斯对记者说,今年9月,墨旅游部将赴中国考察,并与中国相关部门进行更深入的交流。

不过,接待过多次中国旅游团的多明戈对记者说,在一些细节方面,如海关人员服务态度、旅客行李检查政策、购物退税便利程度等,中国游客还会遇到一些不愉快的经历,这都是需要改进和提升的地方。

(李强 王晓波)

中国代购大军吸引澳零售商主动寻求合作

据路透社报道,中国收入良好且健康意识强烈的消费者群体对澳大利亚食品及保健品的需求刺激中国代购行业发展。而现在,代购们所携带的潜在巨大商机不容小觑,澳大利亚很多零售商也开始寻求与其合作。

2013年,在澳大利亚读书的王娜开始从悉尼向中国邮寄鱼油胶囊,借此支付房租。如今,她已成为不断壮大的中国代购大军的一员。据悉,在澳大利亚约有4万名中国代购使用社交媒体和移动支付软件为中国内地顾客购买商品,其中包括婴儿配方奶粉和其他日常消费品。

这一新产业的规模使澳大利亚的零售品牌商家认识到了代购带来的潜在新商机,并纷纷希望寻求与代购们合作。今年,如A2牛奶公司等配方奶粉制造商开始想办法利用代购拓展市场。

与此同时,鉴于规模较小的出口商在中国做生意可能遇到的困难,专门研究中国市场的咨询公司建议澳大利亚公司与代购联手。新西兰婴儿配方奶粉制造商、同时也在澳大利亚有生产线的A2牛奶公司的首席执行官彼得·内森说,该公司正在想办法与代购进行更密切的合作。

(谭利娅)

◆数据播报

23.44万亿元

7月末外汇占款连续9个月下降

本报讯 中国人民银行最新公布的数据显示,7月末人民币外汇占款234402.45亿元,较6月末下降1905.08亿元,连续第九个月下降,降幅再度扩大。

交通银行金融研究中心高级研究员刘健分析,7月外汇占款下降主要由于英国脱欧继续发酵,国际金融市场动荡加剧,促使资本流向美元、日元等避险资产。人民币贬值压力再度加大,企业结汇观望情绪增加,购汇冲动增大。此外,跨国企业结算旺季、海外派发红利以及暑期旅游等季节性因素,均对外汇占款构成压力。

刘健认为,短期来看,外汇占款存在改善的基础。随着英国脱欧等问题尘埃落定,市场紧绷情绪有望逐步舒缓,美元指数或将震荡。人民币升值双向波动越来越被市场接受,监管层保持外汇市场供求基本平衡及人民币汇率平稳运行意图明显。10月1日,人民币将正式纳入SDR(特别提款权)货币篮子,这都将有助于吸引资本流入。

(王 观)

当前,全球经济格局调整趋势持续,主要经济体走势分化,发达国家与发展中国家都面临着内部再平衡和经济结构调整等棘手问题。同时,我国外贸发展的要素禀赋和比较优势也在发生深刻变化,各项要素成本上升、人民币升值等因素叠加,外贸发展出现新常态。作为占据外贸进出口近1/3的电子产品信息,贸易形势更是出现明显的变化。

拉动我国外贸出口快速增长

我国电子信息产品出口自上世纪90年代初呈现较好增长态势,1995年实现首次贸易顺差,并在2000年成为我国出口第一大类产品。

中国加入世界贸易组织后,外商投资企业大规模进入。全球计算机、通信和互联网的快速发展刺激电子信息产品需求快速膨胀,成为我国电子信息产业快速发展的催化剂。在积极承接国际产业转移的推动下,我国在珠三角、长三角、环渤海地区形成产业链完整和配套完善的产业聚集区,并成为全球电子信息产品最重要的生产基地。我国电子信息产品年度出口额也从2001年的650.2亿美元迅速增长到2008

年的5217.6亿美元,成为拉动我国外贸出口最重要的大类商品。

出口高速增长时代或已结束

2008年底全球金融危机爆发,使我国电子信息产品出口快速增长的势头开始减缓。电子信息产品出口增幅持续回落,对全国外贸的拉动作用也正在减弱,其中有基数不断增大的因素,也有以下产业和市场原因:

其一,主要产品进入成熟期,全球市场需求萎缩。如计算机、平板电脑、彩色电视机、视频游戏机等电子信息产品基本已呈现明显的市场饱和。

其二,技术发展、功能融合和网络化导致部分产品消逝。随着计算机和通信技术的发展,原有产品的技术与功能出现持续的融合,产品原有界限越发模糊,宽带网络和移动网络发展,智能手机不断侵蚀其它产品的市场。

其三,低成本比较优势逐步降低,加工贸易出现转移。作为全球分工合作的电子信息产业,欧美日主导消费市场和技术标准。加工贸易和外资企业为主的出口贸易特点决定

我国对国别投资政策、综合成本等考量较多。同时,发达国家不断提出制造业回流,也对我国继续维持电子信息产品生产出口基地提出挑战。

出口将延续低速增长势头

全球市场需求不振,缺乏能够引领增长的新产品。研究机构对未来几年全球电子信息产品的需求,普遍预计增速将明显回落。

网络发展和技术进步,正在对全球电子信息产品市场和企业竞争格局产生深刻影响。产业界逐步从以硬件为主体的服务模式向硬件为载体、软件为核心的模式转变。平台化和生态圈成为竞争的战略方向。软件与服务成为厂商间差异化和增值服务的重要方式。

随着全球宽带网络的发展尤其是移动互联网的完善,以半导体芯片为基础的电子信息产业,正在摆脱产品自身联网的初级阶段,快速渗透到其它行业和领域。以智能家居、无人驾驶汽车为代表的产业,成为电子信息技术创新的突破方向和新的产业增长点。

三资企业的加工贸易是我国电子信息产品出口的绝对主力军。面

■ 高士旺

引导企业应对电子信息产品出口新常态

对劳动力人口数绝对减少和工资水平(社保等)的不断上升,外资制造业向外转移的压力凸现。目前来看,电子信息产业虽然没有出现大规模的转移,但很多跨国企业完全具备将整个产业配套迁移至其它国家和地区的能力。即便不整体搬迁,企业也可以通过向其它地区工厂转移订单的形式降低成本。

政策建议

综上所述,笔者建议保持当前各项支持集成电路、信息消费、新型显示器件等重点产业发展的财政、税收、外贸和产业政策稳定;进一步落实国务院关于稳定外贸增长若

干意见的具体措施,营造便利的贸易通关环境;加大引导优势电子信息产业“走出去”的力度;保持人民币汇率相对稳定。

适应发展新常态,引导软件服务业快速发展也是题中之义。应加快落实《国务院关于发展服务贸易的若干意见》的具体措施,完善与软件服务贸易特点适应的口岸通关管理模式等。

另外,还要加大对优势企业的培育力度,继续加强对企业创新的引导与鼓励,支持企业打造国际化品牌。

(作者系中国机电产品进出口商会电子家电行业部副主任)

