

全球贸易重心从货物贸易向服务贸易领域快速转移

中国服贸步入黄金机遇期

■ 本报记者 范丽敏



中国专利产品出口平台日前正式对外发布,以“互联网+外贸+专利”的模式推动中国专利“走出去”。这是中国成为知识产权大国之后又一飞跃,表明中国知识产权正在加紧“走出去”。

来自商务部的统计数据显示,今年上半年,作为服务贸易出口增长最快的领域,我国知识产权出口金额149.4亿元,同比增长458.4%,继续延续今年以来的高速增长态势。

商务部研究院副院长李钢在近日举办的2017全球服务贸易大会新闻发布会上说,近年来,作为“绿色外贸”的服务贸易呈现较快增长,为对外贸易平稳发展和国民经济增长作出了重要贡献。

根据商务部统计数据,今年上半年我国服务进出口实现两位数增长,进出口总额22871.4亿元,同比增长12.9%;去年,中国服务进出口总额首次突破5万亿元人民币,同比增长14.2%,占对外贸易总额比重进一步提升至约18%;再往前追溯至十二五期间,我国服务进出口年均增长15.7%,世界排名由十一一五末的第四位上升至第二位。

李钢认为,总体来看,在快速迈向服务经济的进程中,我国服务贸易正在迎来大发展的黄金机遇期。

党中央、国务院统筹开放型经济顶层设计提出,扩大服务业市场准入,提升服务贸易战略地位。李钢表示,随着服务业扩大开放、服务贸易创新发展试点、自贸协定谈判

深入推进,我国服务贸易便利化自由化程度不断提高,服务贸易发展前景十分广阔。一带一路倡议早期收获成果逐渐显现,中国与一带一路沿线国家地区服务领域交流合作迎来重大机遇。与此同时,数字经济和数字贸易领域的新发展,也为我国发展服务贸易注入新的强劲动力。

商务部服贸司负责人表示,预计下半年我国服务进出口将保持良好发展势头,全年增速仍将高于全球平均水平,但出口增速仍将低于进口增速,贸易逆差有所扩大。新兴服务出口仍将是服务贸易发展的亮点,结构将进一步优化。

中国服务贸易的快速发展,离不开全球服务贸易的大发展。世界经济已经步入服务经济时代,国际服务贸易逐渐成为21世纪国际贸易的崭新领域。尽管国际经济、金融形势严峻,全球服务贸易发展明显放缓,但是全球贸易重心从货物贸易向服务贸易领域快速转移的势头没有改变。

在中国(海南)改革发展研究院院长迟福林看来,服务贸易开始成为推动全球自由贸易进程的重点,全球贸易投资规则的重心正加快从货物贸易领域转向服务贸易领域。可以说,服务贸易自由化便利化水平将在越来越大的程度上影响和决定全球和区域自由贸易的进程和格

局。服务贸易已经成为双边、多边贸易投资协定谈判的重要内容,而且分量越来越重。

目前,服务业占世界经济总量比重高达70%,主要发达经济体服务业比重近80%,服务领域跨国投资占全球跨国投资比重近三分之二,服务贸易占世界贸易比重约为五分之一。

然而,我国服务业增加值占GDP的比重仅仅超过50%,与发达国家经济体还有不小的差距。我国虽然是服务贸易大国,但还不是服务贸易强国,我国服务贸易虽然增长较快,但发展水平还不够高,服务出口的总体竞争力还不够强,服务贸易逆差进一步扩大。

据商务部统计,上半年,我国服务进出口逆差896.6亿元,同比增长26.6%,逆差主要集中在旅行、运输和知识产权三大领域。

迟福林建议,面对全球服务贸易快速发展的机遇,我们应顺势而为、乘势而上,大力推进以服务贸易为重点的开放转型。应把扩大服务业开放作为新一轮对外开放的重点,借鉴国际先进经验,提高服务业发展水平,大力发展服务贸易。

李钢认为,投资带动贸易是一带一路建设的新方向,应大力推动国有企业参与一带一路基础设施互联互通和国际产能合作将产生众多的服务贸易机会。

◆ 国际商情

越南农产品对华出口占越中边贸额50%

据《越南新闻》8月15日消息,越南农业农村发展部表示,越南对华出口的农产品现已占中越边境贸易额的50%,中国消费者对越南农产品品质更加认可,建议采取更多措施通过正式的边境贸易渠道增加越南果蔬输华。根据该部统计,2016年越南出口中国水果蔬菜超过200万吨,出口额达到16亿美元,今年前7个月出口120万吨,出口额为13亿美元。越工贸部山区边贸司认为,中越农产品贸易顺差为越南农户、企业及边境地区人民带来了很大的经济发展,提振当地经济并改善当地人

民生活水平。出口中国的农产品也受到中国采购商的喜爱。该部正着力与中方相关部门制订促进两国边境贸易的政策和规定,包括开放辅助性边境关口、严格海关稽查、把控质量检疫、完善运输和储藏设备等。

近年来,越南对中国果蔬出口在出口量和出口额上都呈大幅增长趋势,2016年仅通过谅山口岸对中国出口约47.8万吨火龙果、22.3万吨西瓜、24万吨龙眼和8.1万吨荔枝,2017年头7个月已出口27.3万吨火龙果、16.7万吨西瓜和1.9万吨荔枝。

鸡蛋检出杀虫剂 韩国叫停大型养鸡场出货

韩联社8月15日报道,韩国农林水产食品部14日公布,在14日以蛋鸡农场为对象进行的残留农药检查中,京畿道南杨州市一家饲养8万只蛋鸡的养鸡场检出违规杀虫剂“氟虫腈”,这是韩国首次检出“氟虫腈”。为此,韩政府紧急决定,自15日零时起暂停全国饲养3000只蛋鸡以上的养鸡场对外发货,实施为期3天的全面检查检

验。政府还叫停了京畿道南杨州市生产的已进入市场鸡蛋的流通和销售,并将视精密检验结果决定是否回收及销毁。此外,出于对鸡蛋安全的担忧,韩国易买得、home plus、乐天玛特等三大超市决定自15日起暂停鸡蛋销售。报道称,此次检出杀虫剂“氟虫腈”对刚刚历经禽流感疫情尚未恢复正常供应的鸡蛋市场将带来新的冲击。

多数瑞典贸易商将停止使用现金

据《瑞典日报》8月9日报道,KTH尚未发表的研究报告显示,瑞典贸易商中的三分之二认为最迟在2030年将停止使用现金。《瑞典日报》称瑞典有可能成为世界上第一个无现金国家。瑞典皇家理工学院研究员Niklas Arvidsson

说:瑞典人比其他国家的公民更加信任银行。目前,80%的零售交易都是通过信用卡来完成的,而且该比例在稳步上升。无现金社会的支持者表示,只有在电子交易的世界中,黑市交易才会减少甚至杜绝。

尼日利亚 对牛肉和奶制品的需求猛增

尼日利亚《今日报》8月14日报道,尼日利亚政府对该国牛肉和奶制品的需求猛增感到震惊。尼农业部长奥格贝说,尼日利亚每天都消耗大量的肉牛,这超出了现有养殖能力,很快供应将难以持续。消耗最多的州是拉各斯,每天需要6000头牛,而河流州、伊莫

州、阿比亚州、卡诺州以及奥约州需求同样旺盛。

奶制品方面,据世界卫生组织估计,尼日利亚每年需要15亿升牛奶。由于供应不足,每年尼需花费数十亿美元进口奶粉,但这仍不足以满足需求,目前尼仍然有37%的儿童营养不良。

印尼电商交易额2016年达56亿美元

据印尼《雅加达邮报》8月10日报道,印尼央行行长阿古斯近日表示,2016年印尼电子商务交易额达56亿美元,显示其电商产业在东南亚市场的巨大潜力。阿古斯认为,印尼电商市场是伴随着社交媒体发展起来的,雅加达甚至因巨大的客户群被称为“Twitter世界中心”。数据显示,目前印尼约2747

万人使用互联网,手机用户使用率更高,印尼电子商务将以78%的增长率快速发展。尽管如此,印尼仍应在互联网服务和提高网络普及率方面多下功夫。阿古斯相信互联网可提高经济效率与产值,若能充分利用数字经济带来的机遇,印尼年度经济增长率可以提升到7%。(本报编辑部编译、整理)

◆ 外贸小助手

印度网络消费在2025年将增加到5000亿-5500亿美元

今天的外贸小助手介绍金砖国家之一印度的电商市场情况。印度人口仅次于中国,在2016年已超过13亿。印度已经是世界上最大、增速最快的消费市场。著名咨询公司BCG预计,到2025年,印度将拥有8.5亿网民,这些用户会在网上进行社交、购物、看莱坞新闻等各种活动。BCG预计,到2025年,印度网上消费将增加9倍,从目前的450亿-500亿美元增加到5000-5500亿美元,占据零售总额的30%到35%。印度支付公司Paytm的装机量在今年废币事件后已经达到了2.18亿,并正以每月几百万新添装机数的增速在增长。

印度著名的电商网站有Flipkart、Amazon、Snapdeal.com、eBay、Shopclues.com、Myntra.com、Yebhi.com、homeshop18.com、naaptol.com、

Jabong.com。

相关资料显示,美国、英国、澳大利亚、俄罗斯和以色列是印度民族服装、手工艺品、皮革配饰、半宝石首饰等产品的最主要出口市场,中国、德国、马来西亚、新加坡则是其主要的进口来源地。在印度最热销的产品非智能手机莫属,来自国外的高端智能手机充斥着市场,印度本土产品只能靠低廉的价格吸引用户。印度的电商市场远比不上巴西和俄罗斯,但它和中国一样有着人口数量的优势。随着国内消费水平日益提高,印度对电子产品和服装的需求预计还将快速增长。

企业若想在印度互联网占据一席之地,提升销量和市场份额,必须要从注重解决方案而非产品、建立合作伙伴关系、投资线上业务、推广多渠道战略等方面着手。(整理、编辑:张凡)

中欧班列刷新“一带一路”美丽前景

历史上,驼队曾是古商道丝绸之路上的主要运输工具。如今,中欧班列的轰鸣声,替代了古代丝路上的声声驼铃。丝绸之路被赋予新的时代内涵,焕发出更大生机活力。随着一带一路建设的全面铺开,中欧班列肩负着重要使命,带着梦想出发,让中欧企业和当地百姓真正享受到了实惠。

中欧班列大大降低了大宗商品高效跨境运输的费用,助推了“买全球、卖全球”的全球购新格局。以日用小商品、服装、及电子产品等为代表的2000多种性价比高的中国造,通过中欧班列运抵中亚和欧洲市场;而国外化妆品、特色美食、品牌用品等抢手“海淘货”,也通过中欧班列送到中国消费者手中,促进了地域信仰与文化交流的融合,更增进了民族的友谊,拉近世界的距离。

旺盛的需求让中欧班列奔跑得更远、更频繁。目前我国已铺设西、中、东3条中欧班列运行线通道。截止今年5月,中欧班列累计开行突破4000列,国内开行城市28个,到达欧洲11个国家29座城市。时间上由以往每周六去六回升级为日发日到,常态化开行,而且实现跨境直通。不得不说,正在行进中的中欧班列越来越受一带一路沿线国家的青睐。

中欧班列的每次开行,对接的除了宽窄不一的轨道,还有各国之间的沟通和合作。一带一路建设不是封闭的,而是开放包容的,不是中国一家的独奏,而是所有参与国家的合唱。3年多来,积极响应支持一带一路倡议的国家和国际组织达到100多个。一带一路建设之所以能引起相关国家的强烈兴趣,关键在于它为世界各国开辟了合作新路,努力解决人类社会发展的共同问题。

一带一路建设不仅助推中国梦的实现,还将助力沿线国家实现现代化,为世界发展贡献中国智慧。数据显示,力争到2020年,班列年开行5000列左右,愈发密集的中欧班列在驰骋,可以预见世界经济的蛋糕越做越大,所带来的成果和效益也会不断显现。

中欧班列,一路用速度去刷新“一带一路”的美丽前景,将这条商贸路打造成一条世界共享、经济共荣、民心相通的快车道。我们相信,中欧各国的友好交流与合作也将伴随着中欧班列的速度不断前行。(八桂布衣)



8月14日,河南德威股份与美国TH Magnesium20亿元人民币订单签署仪式暨年产100万只镁合金汽车轮毂投产仪式在河南长葛举行。当日,美国TH Magnesium与河南德威股份签下20亿元人民币镁合金汽车轮毂订单,包销产品。图为美国TH公司在河南德威生产线考察。

该项目采用国际先进专利技术,引进德国库克技术和机器人智能自动化生产线,拥有我国目前唯一的镁合金汽车轮毂一次正反锻压工艺专利,符合国家节能减排对汽车轻量化的研发要求,具备独特的技术和成本优势,有望以领先3年至5年的先进工艺进军国际市场。该项目投产不仅将填补国际镁合金汽车轮毂市场的空白,长葛市也将借此机会成为全球汽车装备行业基地,成为全球汽车产业链条上的重要一环。

中新社记者 王中举 摄

苹果在中国市场遭遇多重困境

■ 段郴群

8月14日,苹果概念板块大涨4.58%,多只个股涨停。业内表示,今年是苹果iPhone发布十周年,预计秋季发布会上的苹果新机有诸多可以关注的看点,包括新iPhone或是苹果首款OLED屏幕手机,并可实现真正意义的全面屏。

不过,苹果在中国市场上遭遇了多重困境。苹果公布的最新财报数据显示,苹果2017第三财季营收为454.08亿美元,同比增

长7.2%,且高于华尔街平均预测的444.9亿美元,净利润为87.17亿美元,同比增长12%。但中国市场的营收却成为了苹果财报中的短板,数据显示,在本财季,苹果公司中国市场营收为80.04亿美元,环比下滑25%,同比下滑10%。据报道,这已是苹果公司在中国市场连续第六个财季营收同比下滑。

此外,出货量在中国市场也遭遇了挑战。数据显示,苹果在本财季全球的iPhone出货量达到

了4102.6万部,同比增加1.55%,但苹果并没有公布在中国市场出售了多少台iPhone。而据IDC公布的最新数据显示,中国智能手机市场第二季度(4-6月)出货量排名中,前四位分别是华为、oppo、vivo和小米,苹果则排名第五。其中小米增长最快,出货量达到1420万台,同比大涨25%。同时,在中国智能手机出货前五位排名的品牌中,只有苹果出货量同比出现下滑。

和机械等。走遍所有展厅,随处可见中国面孔和中国企业宣传板,让人有回到国内展会现场的错觉。

上海纺织集团旗下的上海华申进出口有限公司携2018年春夏和秋冬季流行趋势的面料及当地畅销品种面辅料及纱线参展,受到当地众多服装工厂和欧美品牌公司买家的欢迎,访客络绎不绝,甚至有买家当场下单。公司总经理周珂说,此次以“时尚+快速反应”的新模式参展试水,效果超出预期,更坚定了国有企业外贸转型升级、拓展孟加拉

国市场的坚定信心。

深圳美丽来集团(中国)公司2013年在孟加拉国设厂生产假发制品,目前该厂的当地员工已有3000多人,年营业额5000多万美元。公司总裁刘胜来到展会现场,寻找企业所需产品,了解行业发展动向。做了十多年外贸的刘胜说,国际展会是宣传中国企业、帮助企业“走出去”的最佳时机,现在国内鼓励企业走出去,为企业参与此类国际展会提供包括资金在内的各种支持。

不过,国外市场有机遇也有风

险,中国企业对此有清醒的认识。来自浙江绍兴的中志贸易有限公司总经理张子祥表示,现在孟加拉国服订单明显增多,面料需求趋旺,但是竞争激烈、价格偏低。一方面是国际买家压低服装价格,另一方面是国内人工成本增加,环保压力趋紧,各印染厂成本上升,势必提价。所以,就自己的企业而言,为规避风险,不敢接特别大的订单。

中国纺织企业积极参展,还带火了当地的中餐馆和中国餐饮文化。当地中餐企业竹轩餐饮有限公

司执行董事冯晓荣表示,展会期间中餐厅的生意非常好,作为在孟经营多年的中餐厅,餐厅包间早被抢订一空。当地的五星级酒店也纷纷推出中国主题的美食节目,招揽中国客人。

服装行业是孟加拉国最重要的经济支柱之一,就业人数达440万,其中80%为女性。孟加拉国工业部长阿米尔·侯赛因·阿穆在展会开幕式上表示,孟加拉国服出口额在2015-2016财年为280亿美元,2021年有望达到500亿美元。

中国纺织企业积极拓展孟加拉国市场

■ 刘春涛