

数字经济带动 研发投入扩大 “一带一路”引领

7年来我国服务出口增速首超进口

■ 本报记者 张凡

2月5日,商务部公布了2017年我国服务贸易的成绩单。据商务部服贸司负责人介绍,2017年我国全年服务进出口总额46991.1亿元(人民币,下同),同比增长6.8%。其中,出口15406.8亿元,进口31584.3亿元,服务逆差16177.4亿元,与上年基本持平。服务进出口平稳较快发展,贸易结构持续优化,高质量发展特征逐步显现。我国服务进出口规模有望连续4年保持全球第二位。

“随着我国制造能力向生产性服务能力的逐步扩展,专业服务领域竞争力的逐步提升,2017年我国服务出口增幅达10.6%,是2011年以来出口的最高增速,出口增速比进口高5.5个百分点,7年来我国服务出口增速首次高于进口。”商务部服贸司负责人指出了2017年服务

贸易成绩中最值得注意的这一点。

中国(海南)改革发展研究院副院长、研究员夏锋在接受《中国贸易报》记者采访时表示,我国去年服务贸易出口增速超过进口,并非偶然,主要有以下三个方面原因:

第一,以数字经济为代表的新经济带动我国服务出口快速增长。2012—2016年,全球信息服务出口额由174.4亿美元增加至261.5亿美元,占全球服务出口额比重由9.01%上升至10.10%。近5年来,依托我国巨大消费市场、应用市场和迅速崛起的研发力量,数字经济正加快融入到生产、生活中,我国网络购物、移动支付等数字经济新业态新模式蓬勃发展,走在了世界前列。2016年,我国数字经济规模总量达22.58万亿元,跃居全球第二

位,2017年预计将达到30万亿元左右。尽管我国服务贸易长期存在逆差,但数字经济领域已经实现净出口,过去5年数字经济领域连续保持100亿—150亿美元的贸易顺差。根据预测,2035年我国的数字经济规模将达16万亿美元,成为带动服务出口的强大引擎。

第二,我国研发力量在不断增强,为服务出口提供了重要基础。过去几年,我国研发经费投入保持较快增长,2017年我国研发经费投入仅次于美国,居世界第二。全时研发人员数量居世界第一,发明专利申请量连续7年全球第一。2017年,华为、阿里巴巴、腾讯、百度等互联网巨头成为中国企业研发投入前15强。正是过去5年政府、企业研发投入不断扩大,有力地支撑了我国研发、设计、维

修维护服务等生产性服务外包的快速发展,一批领军IT企业提供云外包服务金额达到200亿元。

第三,“一带一路”自由贸易进程的加快推动服务出口的快速增长。过去5年,“一带一路”建设进程加快推进,尤其是带动服务贸易为重点的开放格局深入调整,开放型经济水平明显提升。2016年外向服务业附属机构在“一带一路”沿线国家销售收入合计8929亿元,占比为19.4%。

“我国虽已经成为服务贸易第二大国,但在服务贸易方面,还存在诸多不足,比如,服务贸易相对于GDP总量,规模仍然较小,旅游等服务贸易逆差仍比较大,服务贸易结构有待优化,服务贸易区域失衡问题较为突出。”夏锋表示。

中国的冷冻罗非鱼受非洲民众追捧

据全球水产养殖业专业网站The Fish site报道,近年来,中国冷冻罗非鱼远销重洋,大量出口至非洲市场,以低廉的价格、优良的品质赢得当地消费者的青睐,但同时也对当地脆弱的水产养殖业造成了一定的冲击。

非洲是中国罗非鱼的主要出口目的地。根据联合国粮食与农业组织(FAO)的统计数据,2016年,非洲国家从中国进口了8.3万吨冷冻罗非鱼和罗非鱼鱼排,占中国当年冷冻罗非鱼出口总额的64%。以出口价值计算,2013年中国向科特迪瓦出口了总额达3870万美元(约合2.44亿元人民币)的罗非鱼,同年中国向布基纳法索、加纳和多哥出口的罗非鱼总额分别为1470万美元(约合9251万元人民币)、480万美元(约合3020万元人民币)和400万美元(约合2517万元人民币)。

报道称,鱼是非洲老百姓餐桌上一道常见的菜肴,但长期以来,非洲尤其是西非地区的食用鱼市场需求和本土产量存在巨大缺口。以尼日利亚为例,该国每年食用鱼市场需求量在320万吨左右,

其中仅有110万吨是本土生产,其余210万吨全靠进口。

与尼日利亚的情况类似,加纳每年的食用鱼市场需求量约为100万吨,但其中仅有40万吨来自本土。塞内加尔每年人均消费食用鱼约24.5千克,由于该国的水产养殖场遭到外国大型船只的过度开采,导致捕鱼量大幅下降,因此该国食用鱼在很大程度上依赖外国进口。

从中国进口的冷冻罗非鱼价廉质优,深受非洲老百姓的喜爱,在市场上非常畅销。不过,这也对西非脆弱的水产养殖业造成了一定的冲击。据肯尼亚《民族日报》报道,近来,在肯尼亚东南部港市蒙巴萨,中国罗非鱼的销量不断上升,并且以低廉的价格直接进入零售卖场,导致部分批发生卖的生意一落千丈。

不过,据The Fish Site网站分析称,西非水产养殖业的抗外来冲击能力较弱,主要原因在于物流等配套服务跟不上。比如,仅有很少一部分渔民用冷藏车运至卖场,而顾客买鱼时还必须自带冰块和保温袋。(本报编辑部编译)

◆国际商情

澳果蝇恐影响对华贸易

澳大利亚塔斯马尼亚州以其优越的自然环境和适宜的种植气候成为世界闻名的优质苹果之乡,尤其是该地鲜有病虫害侵扰成为其果品进入国际高端水果市场的突出优势。但据《澳大利亚人报》近日报道,最近一段时间,该州生物安全部门在当地发现了少量被列为A类害虫的昆士兰成年果蝇,目前正积极采取措施进行消灭。

塔州基础产业(Primary Indus-

tries)部长Jeremy Rockliff表示:“目前塔州正密切关注与我们签订果蔬贸易合同国家及地区的反应,特别是中国市场。”塔斯马尼亚水果生产商(Fruit Growers Tasmania)主席Nick Hansen则表示,塔州种植业者对发现果蝇事件十分担心,尤其担忧可能会失去利润丰厚的中国市场准入资格。他表示,塔州有关部门正持续向中方提供情况报告,目前中方还没有暂停或取消任何贸易的情况。

未来8年 德国护工缺口约20万人

据德国媒体报道,虽然德国从许多国家进口护工,但是其护理行业的人员缺口却越来越大。政府可能会针对这一问题采取措施。根据德国联邦卫生部的数据,德国约330万人需要护理。随着德国社会老龄化加快,这一数字也在不断增长,到2030年将有超过400万人需要护理。然而,现在的护理人

员已经不够了。德国患者保护基金会预计,未来8年将缺乏约20万全职护理人员。根据贝塔斯曼基金会的最新研究,到2030年将缺乏约50万全职护理人员。目前,德国希望在失业率较高的国家寻找后继护理人员,例如中东欧、东欧、巴尔干国家以及菲律宾这样的亚洲国家。

印尼将加强网购监管并促进电商企业竞争

综合印尼《雅加达邮报》等媒体近日报道,印尼电子商务协会统计数据显示,印尼全国电子商务销售商品中93%—94%为进口商品,本国商品仅占6%—7%。佐科总统要求加强对电子商务进口渠道的商品监管,提升本地商品市场份额。印尼电子商务协会主席奥里亚表示,目前印尼全国网上购物交

易为商品总交易量的0.7%,但考虑到电子商务的发展日益快捷、潜力巨大,政府应切实促进中小企业参与数字经济竞争。他指出,政府对中小企业加速从传统向数字转型支持不仅要体现在政策层面,如实施税收激励机制等,还需提供持续援助,促进本国产品质量、产量和营销管理理念的提升。

菲律宾航空公司扩大中国业务

据《菲律宾星报》2月5日报道,为配合政府2018年吸引200万名中国游客的计划,菲律宾航空公司正在扩大中国业务,增加航班频率并开辟新航线。菲航表示,2017年中国来菲游客97万人次,同比增长43%,若含港澳台地区,则达到了133万人次,预计这一数字在

2018年将继续飙升。因此,菲航决定自3月25日起,将中菲航班频率由每周99次增加到103次,并计划在未来几个月开辟菲律宾至天津、深圳、南宁的航班。新增航班将直飞巴拉望、长滩岛等旅游景观点,以吸引更多中国游客。(本报编辑部编译、整理)



图为埃及一家水果包装厂的工人正在分装鲜橙。数据显示,埃及2015年起对华出口鲜橙,出口量从最初的约2.4万吨,猛增至2017年的10.1万吨。埃及2017年对华出口鲜橙的价值达8000多万美元,已成为中国进口鲜橙第三大来源地,仅次于南非和美国。

新华社记者 赵丁喆 摄

国际航协 2017年全球航空货运需求增长9%

本报讯(记者 宗赫)2月5日,国际航空运输协会(IATA,以下简称“国际航协”)最新发布的全球航空货运定期数据显示,2017年全球航空货运需求(按照货运吨公里计算)同比增长9.0%,与2016年增长率(3.6%)相比增长了1倍以上。

据统计,2017年,货物运力(按照可用货运吨公里计算)增长了3.0%,是自2012年以来运力增速最缓慢的一年。货运需求增长是运力增长的3倍。2017年航空货运表现强劲,12月份保持稳健增长。2017年12月份,货运需求同比增长5.7%,低于年中期增长率的一半,但仍远高于5年平均水平(4.7%)。12月份货运运力同比增长3.3%。2017年全球航空货运需求增长率

是世界贸易增长率(4.3%)的两倍,概因全球制造业出口需求强劲,企业开始迅速补充库存。

数据还显示,2017年所有地区航空公司货运需求均实现增长。值得注意的是,亚太航空公司2017年12月份货运需求同比增长5.6%,运力增长2.2%。2017年货运需求与2016年相比增长了7.8%,运力增长了1.3%。2017年亚太航空公司的强劲表现反映了,该地区主要出口国—中国和日本受到欧洲经济复苏及美国经济持续稳健发展的推动,出口需求持续增长。预计将进一步提振新一年货运需求增长。

国际航协理事长兼首席执行官亚历山大·德·朱尼亚克(Alexandre de Juniac)表示:“自全球金融危机

后经济开始复苏以来,航空货运表现最为强劲。需求增长9.0%,超过货运运力和客运需求增长。载货率、收益和总收入均实现增长。尽管航空货运仍面临艰难且竞争激烈,但2017年仍是航空货运长期以来发展态势最好的一年。”

“2018年航空货运前景乐观,消费者信心十足。全球电子商务和药品等对时间及温度敏感的商品运输需求不断增多。总体而言,与2017年9.0%的增长率相比,货运增速将放缓,预计2018年货运需求将增长4.5%。挑战依然存在,行业需要更高效的处理流程,帮助提高客户满意度并占领更多市场份额,托运人及消费者的呼声愈发强烈。”德·朱尼亚克表示。

中国贸促会研究院发布《2018年中国消费市场发展报告》

高质量消费引领经济发展

■ 李鸿

上升。2018年,跨境电商等新业态的发展也将为外贸发展注入新动力,跨境电商有望实现8.8万亿元规模,将带动食品、日用品以及化妆品等商品的进口。在首届中国国际进口博览会的示范效应下,各种促进进口的展会数量大大增加,国外商品和服务更可能、更容易、也会更多地进入中国市场。

2018年各种促进政策叠加,将会使得进口商品和服务的种类、数量都将明显增长,大大丰富我国消费者的选择,助推消费升级,满足国内消费者对中高端消费的需求,吸引部分消费者将境外消费转到境内,从而改变我国进口消费品占进口额的比重不到10%的局面,国内供给从产品质量和性能无法完全满足国内居民消费需求状况也将有所改观,国产商品与进口商品的消费更趋平衡。

“不仅如此,通过积极扩大进口,以开放促改革,以开放促发展,通过鲶鱼效应来促进国内产业升级,加快企业创新步伐,从而使企业在产品创新、生产工艺改进等方面能够进一步加大投入,促使国内企

业也能尽快生产出满足国内市场需要的商品和服务,从而使供给侧与需求侧的结构更加匹配,使国内经济发展动力能够实现真正的转换。”赵萍表示。

根据《2018年中国消费市场发展报告》研判,我国消费结构更趋平衡,东中西部消费差距缩小。一方面,东部地区是我国经济增长的主要动力源和稳定器。随着上海自由贸易港、粤港澳大湾区、雄安新区的建设,上海、天津、浙江、福建、广东等地自贸试验区的推进,东部地区创新活力将进一步释放,助推消费升级。另一方面,随着中西部地区供给侧结构性改革的深入推进,淘汰落后产能任务有所减轻,“去产能”带来资源价格回升以及国际大宗商品价格走强也会一定程度上有利于中西部地区工业企业效益提升。另外,随着国家“一带一路”战略的推进和基础设施不断完善,中西部地区经济有望继续保持增长势头,进而带动就业和居民可支配收入提高,稳定消费预期。2018年,中西部居民人均收入和消费支出增速将继续领先东部地

产品质量提升促进我国电子产品出口

■ 吕红桥

工信部2月5日公布了我国2017年电子信息制造业运行情况。据了解,这个产业的运行有两个比较明显的特点,一是出口大幅增长,二是效益持续改善。

2017年,规模以上电子信息制造业增加值同比增长13.8%,增速比2016年提升3.8个百分点。不过这个产业更大的看点在出口方面,2016年的出口交货值同比还是负增长,但2017年不仅由负转正,还同比大幅增长14.2%,说明出口回暖势头比较强劲。

具体来看,计算机出口交货值同比增长9.7%,彩电增长11.8%,电子元件更是增长20%以上。分析人士认为,电子产品出口大增是受全球经济复苏、需求增加的影响。而北京邮电大学信息经济与竞争力研究中心主任曾剑秋判断,更主要的原因还是中国产品质量的提升。“近几年来,大家谈论电子产品的时候,不是像过去一样谈论国际品牌,而更多是在谈国产品牌。这种变化说明我们国家电子产品的质量有了很大提升。”

备受关注的手机等通信设备行业,2017年出口交货值同比增长13.9%。手机中国联盟秘书长王艳辉告诉记者,全球手机市场的格局正在改变。“一方面,像中国、美国这样的市场容量在萎缩;另一方面,印度、东南亚这样的市场在迅猛增长,中国手机品牌的增量主要来自海外市场。比如在印度,小米已经占到了市场份额的20%,vivo、OPPO也都占到了7%—8%,过去一年,中国品牌的市场份额涨得特别快。”

王艳辉认为,未来一段时间,手机行业的竞争将主要集中在海外市场。值得注意的是,2017年我国共生产手机19亿部,其中智能手机14亿部,也就是说,传统功能机的产量高达5亿部。不少人认为,传统功能机主要就是国内热销的老年手机,但王艳辉说,这种理解有偏差,“功能机其实也可以用3G、4G,只不过其系统比较简单,屏幕也比较小,用的也不是安卓和iOS系统。深圳有个公司去年1年出口手机就超过1亿部,其中大多数都是功能机,因为他们的市场就是在非洲。”

从效益来看,2017年,电子信息制造业实现利润同比增长22.9%,利润率也有一些提高,说明效益持续改善。但与此同时,企业亏损面却同比扩大了1.7个百分点。曾剑秋表示,这提醒企业要注重规模优势。“企业发展本身是不平衡的,近几年,电子产品成本也在上升,如果一个企业有了规模优势,相应的单位成本就会比较低,因此在未来的发展中,这一点需要引起我们的关注。”