

◆ 经贸会客厅

海南如何保持外贸外资持续增长势头?

主持人张凡:这次“经贸会客厅”邀请到中央财经大学国际经济与贸易学院副教授孙瑾,中国人民大学重阳金融研究院研究员杨凡欣,广州市社会科学院广州城市战略研究院高级经济师揭昊,山东政法学院副教授苏师来讨论自贸试验区、自贸港如何助力海南经济发展? 2018年2月,海南进出口额还是负增长(-27.3%),在2018年4月中国(海南)自由贸易试验区成立之后,海南进出口贸易便快速反弹,到2018年底,增长幅度已经变成正增长(20.8%),创4年来新高。据海关总署统计,2019年上半年,海南省外贸进出口455.6亿元,同比增长45.6%,增速排名全国首位。在吸引外资方面,海南官方统计,2019年1至8月,新设外资企业增长189.2%,实际利用外资增长565.5%。那么问题是:海南外贸外资增长快速的原因有哪些? 从中又能看出哪些优劣势?

揭昊:自贸试验区、自贸港建设和制度创新带来了诸多红利,因此,海南外贸外资快速增长前景可期。在海南外贸增长的同时,也要关注外贸增长质量,例如外贸、外资结构,以及产业投向、技术含量是否契合海南自贸港建设和国家赋予海南的重要使命。

苏师:海南外贸发展主要依靠洋浦、海口、三亚等重点市县的重点企业,这些企业包括海航、中石化、

大唐、海南国贸、远大集团等,增加了海南的外贸进出口额。同时,海南还扩大航空租赁、免税进口、保税油品等重点商品进出口,加大对跨境电商等外贸新业态支持力度。这些都是助力海南外贸发展的因素。

杨凡欣:制度创新是推动本轮经济发展的首要因素。过去海南经济发展一度严重依赖于房地产,可持续发展动能不足。现在海南坚持深化改革和创新驱动发展,外贸成绩则是改革开放赋能经济建设的体现。

张凡:在未来,海南该如何保持外贸外资增长势头? 从哪几个方面着力?

杨凡欣:为进一步推动海南经济高质量发展,除了应加大对互联网、医疗健康、热带高效农业等产业的发展扶持力度外,还应重视高质量发展所需的服务配套设施和软实力建设,尤其需要推进金融基础设施建设和金融服务便利化。

揭昊:从现实情况看,优惠政策是吸引流量的大前提,例如由自由贸易账户、税务优惠、更短负面清单等。同时,充沛的人才供给是制度创新、良性发展的保障。所以有必要分析海南自贸港建设的现有政策供给。此外,为更好吸引外资,海南还应改善营商环境,可以从以下几个方面发力:一是建立法治保障。加快国家立法及授权地方立法,对

接国际高标准贸易投资规则。二是实现要素流动。实现人货便捷通关,资金相对自由流动,人才进得来留得住,信息自由通畅等。三是完善市场监管。推行商事制度改革,事中事后监管、易操作的企业退出机制等。四是优化财税制度。简化税制,降低税率,制定产业优惠政策等。

孙瑾:海南自贸试验区是我国制度创新的高地,未来还要争取将国家双边或多边谈判中的难点、焦点问题放在自贸试验区内先行先试,自贸区先搞压力测试、风险测试,积极对接多边或双边谈判新规则,如国内制度环境、国企改革、竞争中立、更严格的劳工标准等。自贸区要加强跟踪研究,积极对标,高起点谋划,系统总结推出国际经贸合作新规则、新模式,为我国对接高标准国际经贸合作新规则积累新经验。同时,自贸区在转变政府职能、投资体制改革、事中事后监管等方面应加强总结,形成可供国内其他地区借鉴的制度创新模式。

此外,海南可利用自贸试验区内的新业态发展优惠政策和通关便利化优势,积极扩大对传统及新兴市场出口,打开新的市场空间;加大力度支持自贸试验区实施跨境人民币贷款、境外发债和双向资金池业务等,切实解决企业融资难、融资贵问题,降低企业经营成本;利用体制机制优势,推进产业科技创新,降低

外资民营进入医疗、教育等行业门槛,引进高端、高质量服务业,推动产业转型升级。

张凡:孙老师刚刚说到还要争取将国家双边或多边谈判中的难点、焦点问题放在自贸试验区内先行先试,负面清单引入了中韩自贸协定谈判就是其中的最佳案例。未来,海南应该在服务业对外开放、服务贸易方面主动先行先试,让更多成果引入自贸协定谈判。总之,现在舆论多认为,服务业是海南发展的强项。

揭昊:中国服务贸易规模全球第二,但同欧美发达国家比较,其质量、结构、效益还有待进一步提升。同理也要推动海南服务业往价值链高端延伸,强化资源配置能力。特别是海南旅游业要往高端走,比如可在产品定制、融资交易、酒店管理、文旅深度融合等方面进行探索。

苏师:海南旅游服务业的发展,要根据海南自贸区发展的契机进行创新和突破,不能再延用以前的模式,一定要因地制宜,在国际化开发模式方面可以参考湖南张家界旅游发展模式。

张凡:经过大家讨论,海南未来还是需要从两点着手:一方面是需要快速补短板。另一方面要利用好各类政策叠加的优势,走差异化道路。瞄准服务业开放,做大做强服务贸易,以此为突破点。



“天猫国际已经变成海外品牌首店进入中国市场的重要平台。”9月23日,天猫进出口事业群总经理刘鹏在阿里巴巴2019全球投资者大会上表示,近日引发消费热潮的Costco中国大陆首店,以及此前引发上海消费者排队的德国连锁超市ALDI(奥乐齐)首店,都是先在天猫国际开设海外旗舰店,借助阿里巴巴的线上大数据更好地了解中国消费者。

当天,在阿里巴巴2019全球投资者大会上,天猫国际、速卖通(AliExpress)、Lazada三大业务集体亮相。最新披露的数据显示,阿里巴巴全球化业务增长迅速,越来越多的海外品牌、中小企业和消费者正在从“全球买、全球卖、全球游、全球付”中受益。

刘鹏在现场表示,截至目前,海外品牌入驻天猫国际的数量超过22000个,覆盖了4300多个产品类目,产品来自78个国家和地区,其中8成以上是首次入华,这意味着过去5年,平均每天就有10个海外品牌通过天猫国际首次进入中国市场。

除了发达国家的进口商品,天猫国际也成为中国消费者挖掘小众国家特色商品的重要渠道。消费者可以在这里买到拉脱维亚的手工香皂、乌干达的芒果干、卢旺达的咖啡等。

实际上,这也是天猫国际首次亮相全球投资者大会。当天,天猫国际不仅公布了最新的业务进展与进口消费趋势,更阐述了未来的战略重点,让投资者们了解到天猫国际将如何赋能商家挖掘中国市场的进口消费机遇。

“2019上半年,中国已经成为全球消费大国以及全球最大进口电商消费国,但进口电商仍处于起步阶段,中国跨境电商成交额占整体电商成交额比率只有2.2%。”刘鹏认为,中国跨境电商拥有非常巨大的成长空间,坚持扩大进口的国家战略,95后新生代进口消费人群的崛起,以及跨境电商平台的高速成长,将共同推进大进口升级。

天猫国际进口商品消费者的特点与需求,揭示了中国进口消费市场的巨大潜力。

进口商品消费者的年轻化以及下沉趋势愈发显著。天猫国际的数据显示,90后消费者占比超过55%,95后新生代进口商品消费人群正在崛起,年轻一代将是未来中国进口消费快速增长的重要来源。同时,新兴市场的进口消费也充满活力,低线城市消费者的年增长率达42%。

越来越多海外品牌认识到了中国扩大进口的机遇,加速与天猫国际合作以更好地触达中国消费者。

据刘鹏介绍,今年天猫国际海外新品入驻数实现了300%的增长,与天猫国际达成战略合作伙伴的品牌同比增长86%,年度海外亿元俱乐部品牌增长至80多个。

此外,阿里巴巴全资收购独立跨境电商平台考拉后,天猫国际与考拉形成了“双品牌协同运营”的战略优势,未来将共同服务更多全球品牌,挖掘更多进口消费需求,加速阿里巴巴大进口战略的进程。

据了解,全球化目前已经成为阿里巴巴践行使命、实现愿景的重要支点。此前,阿里巴巴董事局主席兼首席执行官张勇曾表示,让客户和合作伙伴生意做得更好,让消费者生活得更好,阿里巴巴将进一步推进全球化、内需、大数据云计算三大战略,同时全面推进“阿里巴巴商业操作系统”的建设。

「首店经济」凸显中国市场吸引力

■ 本报记者 刘禹松

众多海外品牌从天猫国际首次入华

◆ 国际商情

哈萨克斯坦将开拓面粉销售市场

哈通社努尔苏丹近日消息,哈萨克斯坦农业部部长奥玛洛夫近日在出席议会下院会议时表示,近年来,哈谷物出口规模不断扩大,面粉出口规模却不增反降,主要原因在于销售市场。此前,乌兹别克斯坦过去大量进口哈面粉,但现在已经自建面粉厂,甚至在塔吉克斯坦建厂。哈主要的面粉销售市场是阿富汗,但近年来,巴基斯坦成为阿富汗市场上哈的主要竞争对手。因此,哈必须开拓新的产品销售市场。

奥玛洛夫表示,托卡耶夫总统访华期间,中国一个省就签署了每月进口5000吨哈面粉的协议。哈不应只出口面粉,还应增加深加工产品种类,如通心粉、淀粉等。目前,哈年产量约400万吨,其中自用170万吨,出口220万吨,另外还有10万吨剩余。

埃塞俄比亚、肯尼亚和乌干达拟开展竹业三方合作

据《报道者报》近日报道,埃塞俄比亚、肯尼亚和乌干达三个东非国家近期在埃塞俄比亚首都亚的斯亚贝巴成功举办旨在促进竹子产业发展的研讨会,拟开展竹子产业三方合作。

国际竹藤组织与会人士表示,三个国家埃塞俄比亚竹子资源最为丰富,占三国资源总量的88%,其次是肯尼亚和乌干达。三方普遍认为合作开发竹子资源有助于促进东非、欧洲和中国等的绿色经济增长,助推更多国际贸易和投资在三国落地生根。埃塞俄比亚环境、林业和气候变化委员会相关负责人表示,埃塞俄比亚有超过140万公顷的竹子资源,如资源得到充分有效利用,将促进绿色经济发展、外国直接投资并为该国不断增长的人口创造就业机会,三方合作和经验分享将为竹业发展奠定坚实基础。

阿俄探讨石油领域合作

《中东经济文摘》近日消息,阿联酋阿布扎比国家石油公司(Adnoc)近期接待了俄罗斯能源部长亚历山大·诺瓦克对Adnoc总部的访问,并探讨了在能源领域的潜在合作。Adnoc总裁苏尔坦表示:“Adnoc愿意在整个产业链中探讨与合作伙伴的共同投资机会,并寻求与新的全球合作伙伴建立战略、共同发展和商业合作伙伴关系。”据悉,俄罗斯私营能源公司Lukoil正在寻求收购阿布扎比Ghasha海上酸性气田特许权5%的股份,协议有望于近期签署。(本报编辑部综合整理)



重庆万州港地处三峡库区腹心地带,是渝东、鄂西、四川、陕西等地区重要的物资出海通道,是中西部地区物流运输成本低、运输效率高的一个港口。近年来,万州港抓住“一带一路”倡议和长江经济带建设的机遇,利用多式联运优势,大力发展全程物流、仓储物流、商贸物流和金融物流业务,有效提升港口辐射力和带动力。 新华社记者 王全超 摄

中美制造业合作基金完成第一笔投资

本报讯(记者 张凡)美国《华尔街日报》网站近日报道,中国投资有限责任公司(简称中投公司)与高盛公司成立的中美制造业合作基金最近进行了第一笔投资。

报道介绍,近年来,中投公司一直在密切关注美国的制造业和基础设施项目,寻求为该基金带来稳定的长期回报。中投公司相关人员表示,该基金可以成为美国项目长期资本的稳定来源。在中美贸易战依然持续,但近期双方互相释放善意的背景下,相关方面透露这个消息,可以说是别具深意。

据了解,中美制造业合作基金是2017年特朗普访华时在金融领

域达成的合作之一,其目标承诺投资额50亿美元,将投资于美国制造业、工业、消费、医疗等行业,通过开拓中国市场,进一步深化中美经贸投资合作。

对此,中国人民大学重阳金融研究院研究员刘英告诉《中国贸易报》记者,虽然今年以来,中美贸易摩擦不断加码,但中美之间的金融、贸易、投资、制造业等往来却是日益密切,这也是谁都无法阻隔的。例如,上海最大单笔外资—特斯拉建设的工厂快速完工,福耀玻璃则在十年前关闭的通用汽车工厂基础上进行投资。在第三方市场,或者“一带一路”沿线国家市场

都将会有更多中美企业合作的项目。目前来看,中美在金融、航空、农业、科技、教育、旅游等领域都有合作的空间,这说明中美的合作是全方位、多角度、深层次的,形成了你中有我、我中有你。此时传来这个消息,为中美经贸关系释放了一种暖意。贸易战是打不散中美经贸关系的,这是对于“脱钩”论调的一种精准的回击。

“中美在国际分工和产业结构上互补性很强。目前,中国拥有健全的工业体系和齐全的工业门类,而美国科技实力全球领先,并且拥有高度发达、门类齐全的服务业,因此,双方的合作潜力巨

大。但问题是,中企投资迈向高端领域就会受到保护主义干扰。”商务部研究院国际市场研究所副所长白明表示。

另据德国之声中文网此前报道,由于金融市场对经济衰退的担忧加剧,美国8月份制造业活动3年来首次出现萎缩,新订单和招聘数字也大幅下滑。有分析认为,当前,美国制造业亟待提振。美国制造业占美国GDP约12%。美国供应链管理学会表示,全美工厂活动指数已从7月的51.2降至8月的49.1。指数低于50就表示制造业出现萎缩。此外,8月份的数据不但是该指数连续第5个月下滑,也

是2016年1月以来的最低点。

“由此可见,美国经济下行的压力很大,美债收益率倒挂警示经济下行,制造业、基础设施都非常需要来自中国的投资,而中国正在推进制造业等产业的转型升级,也需要来自美国企业的支持。我们十分期待,十月份双方的谈判能取得积极进展,虽然不会完全解决问题,但也正在相向而行,向前推进。”刘英说,各方也希望,中美作为全球前两大经济体能携起手来,抵消当前全球经济贸易投资面临的一些不确定性,带领全球经济回归到稳定、可持续发展的轨道。

中国东盟农产品贸易日益拓宽合作空间

■ 本报记者 张伟伦

随着经济全球化与区域一体化日渐成为世界经济发展的主要趋势,中国与东盟近年来也加快了在国际贸易领域的合作步伐。近日,2019年中国(广西)—东盟特色农产品贸易对接会在南宁举行。来自泰国、马来西亚、菲律宾、越南等东盟国家的采购商与广西70多家外向型农业企业进行了贸易对接。记者在采访中观察到,在双方消费升级的大背景下,农产品领域的贸易呈现积极态势,结构持续优化。业内人士表示,未来该领域依然有较强的增长潜力,农业产业园区和经济作物生产基地将会拓宽合作空间。

“相比之前,美国和欧洲是我们的主要出口地,但近年来销往中国的产品配额正在增加。我们更喜欢把产品卖到中国,其中距离近是首

要因素。从物流来看,快的话,中方客户下单后,一周多的时间,非方的产品便可抵达。然而,同样的货运往欧美地区则需要40天甚至更长。”菲律宾尼尼特商贸公司总经理吉姆斯在接受《中国贸易报》记者采访时说。当前,该公司主要销往中国的产品是椰子及相关制品,中方客户大多为椰子制品生产商和销售商。

随着中国经济的快速发展,中国市场对资源或原料方面的需求越来越多,中国消费市场的升级也日渐提升了对热带农产品需求。这让很多像吉姆斯这样的贸易商尝到了甜头。他们纷纷把目光转向家门口的这个“大市场”。记者从菲律宾农业部了解到,官方预定的今年中国的产品配额正在增加。早已被菲企争抢完,其中很多是农产品贸易商。

数据显示,当前东盟是中国最大的农产品贸易伙伴,也是中国农产品第一大出口市场和第二大进口来源地。2018年中国东盟农产品贸易总额为360.4亿美元,占中国农产品贸易总额的17%,其中中国对东盟出口175.6亿美元,自东盟进口184.8亿美元。受自贸区降税和需求拉动,2003至2018年,双边农产品贸易总额年均增长14%,高于全球11.9%的增速。中国对东盟国家出口,以蔬菜(蘑菇、大蒜、木耳、洋葱等)、温带水果(柑桔、苹果、梨等)和水产品(墨鱼及鱿鱼等)等劳动密集型农产品为主。中国主要从东盟进口热带水果(榴莲、香蕉、火龙果、龙眼等)、棕榈油、水产品(对虾、鲑鱼、饲料用鱼粉等)和大米等。

业内人士在接受记者采访时表示,双方在农业生产上各有各的优

势,虽然在农产品贸易领域存在一定竞争,但随着各自消费结构的变化,互补性愈发明显。从自然条件来看,东盟大部分地区为热带季风气候,终年高温多雨,适合种植热带作物,盛产天然橡胶、甘蔗、棕榈果、椰子、香蕉、荔枝、龙眼等农产品。而中国大部分耕地处于温带,以生产温带农产品为主。从人文因素分析,双方互为近邻,文化相近,区域内人员流动日益频繁,开展贸易合作带来了有利条件。

此外,业内人士还透露,双方还在农产品产业链加工、升级等方面合作潜力巨大,双方的合作需求正在日益提升。对东盟各国来说,中国的许多农业技术和设备“物美价廉”,许多农业技术走在东盟的前面。据农业农村部国家首席兽医师李金祥透露,近年来,中国在东

盟国家开展了玉米种植、橡胶苗木生产、园艺作物栽培、饲料加工、种猪生产等示范项目,推广优良品种、农业机械、栽培管理技术,部分品种实现增产。

此外,在企业交流互动层面,也正初显成效。据悉,当前中国的“走出去”企业在东盟建成了一批粮食和经济作物生产基地及产业园区,覆盖了种植、养殖、加工、种业和仓储物流等产业链环节,包括粮食、水产、水果、剑麻、木薯等农产品。与此同时,双方还启动了“中国—东盟科技合作行动计划”,有力促进了双方的农业技术合作。中国为东盟国家先后举办了农业技术与管理培训班260多期,吸引了东盟国家4000多名农业管理和技术人员参加,为区域农业发展提供了人力资源支撑。