

# 走一带一路 西部的步子再大些

■ 张凡

新中国成立70年以来,中国的西部地区一改过去“吃不饱、穿不暖”的面貌,尤其是“一带一路”倡议的提出,让西部地区在新一轮改革开放的大潮中后队攻前队,为其经济进一步发展提供了新机遇。如今,西部地区基础设施水平得到极大提升,较大城市的人才聚集度大为提高,高校和科研院所的能力得到加强,几小时的城市经济圈逐渐成型,国际陆港空港、中欧班列、各类特殊经济区域也一应俱全,几个西部地区较大的城市在与东部地区城市相比时也不甘示弱,纷纷使出了各自的看家本领。

但通过分析西部地区外贸外资的数据不难发现,西部地区主要的进出口贸易、外向型企业、外资企业都集中在重庆、西安、成都等较大城市;其余的城市无论是开放水平,还是对“一带一路”倡议的理解和贯彻,都相对较慢,这与热火朝天建设“一带一路”的气氛有些不搭调。例如,“一带一路”是2013年提出的倡议,而某些古丝绸之路节点城市在2018年才出台了相关文件,当地媒体关于“一带一路”的报道少之又少;又如,有的地区在中央层面已经被给出了战略定位,相关智库也为当地提供了不少智

力支持,但仍然有些干部在会议论坛上就当地该如何融入“一带一路”的问题请教专家学者……

经济学家马光远最近去深圳得到的结论或许可解释上述现象。他在考察中发现,深圳不管举办什么样的活动,都会谈到深圳的最新定位“中国特色社会主义先行示范区”,深圳民众认为这是在政策号召下应该做的事情。若这种定位给予某个不积极实践、不勇于谋略的城市,也许会是另一番景象:相关部门会先找一批专家论证,再找另一批专家讨论,还要在国际上找学习的标杆城市,然后才会决定怎么干。这样几年下去,这个城市可能连基本概念都没研究清楚,而深圳却早已干得热火朝天。

与改革开放类似,“一带一路”建设也是走自上而下与自下而上相结合的道路,对于城市的管理者而言,主动了解、参与“一带一路”显得十分重要。有学者曾经说过,官员若不重视“一带一路”,施政就不可能与时俱进;学者若不了解“一带一路”,做学问就会脱离实际;企业家若不关注“一带一路”,走出去就抓不到商机;学生若不学习“一带一路”,“一带一路”的发展

后劲就不足。因此,西部地区的中小城市不能等上级出了相关文件,给出了具体路径再行动,而要发挥主观能动性,以实践为先导,大踏步地走上“一带一路”。

这就需要一个城市的主政者有广阔的眼界,干事的热情和行动的能力,从大处着眼,小处着手,方能带动城市各方投入“一带一路”建设的大潮中。常写文章的人都知道一个道理,即词不离句,句不离段,段不离篇。一个城市发展经济其实就是做一篇大文章,也遵循同样的规律。一个城市的主政者不能仅就自身城市发展而谈经济发展,而要把城市放到全省、某个大区域、全国乃至全世界的高度,以此来看待城市经济的发展。只有这样,才能深入理解“一带一路”倡议的深刻内涵,从而发掘出城市未来发展的潜力,为参与“一带一路”建设打好基础。

其实,每个城市在打造对外开放新高地时,不外乎都是从以下几个方面下功夫:打造交通枢纽,集聚物流优势;建设、利用好口岸、园区,化交通物流优势为贸易优势;用好大平台,加强对外宣传;吸引与国际市场息息相关的产业企业入驻。但需要注意的是,现在的

情况也发生了一些变化:一个城市靠自身资源带动经济发展的时代已经一去不复返,京津冀协同发展、长三角一体化、粤港澳大湾区、关中—天水经济区等各层级发展战略的出台,都表明城市联动发展、优势互补已经成为主旋律。这就要求,西部中小城市不能盲目地埋头苦干,而要练就四两拨千斤的巧劲。

当前,像重庆、西安、成都等西部较大的城市都在“一带一路”建设中明确了自身的定位,这些城市周围的中小城市可搭上他们建设“一带一路”的快车,学习改革开放初期东部沿海地区的“前店后厂”模式,或者为大城市做好产业配套服务工作,从而快速嵌入全球产业链,在整体上提升西部地区对“一带一路”建设的参与度。

上海、深圳等城市取得的经济建设成就告诉我们,纸上得来终觉浅,绝知此事要躬行。经济建设成就不是喊口号喊来的,也不是计划出来的,不管这个口号是多么响亮,这个计划是多么详实,经济成果都是脚踏实地干出来的。只有这样,在未来回首往事时,无论是管理者,还是建设者,才会觉得每一步都值得赞颂千篇。

## 阿中双边贸易迎来黄金期

■ 阿塞拜疆驻华大使馆特命全权公使 特穆尔·纳迪罗格鲁

据阿塞拜疆海关委员会发布的数据,2019年上半年,阿塞拜疆与中国双边贸易额达12.77亿美元,同比增长151.4%,增加7.69亿美元。其中,阿塞拜疆进口5.93亿美元,同比增长18.5%,增加1.1亿美元;阿塞拜疆出口6.85亿美元,同比增长2640%,增加6.6亿美元。今年仅上半年阿塞拜疆与中国的贸易额便达到了去年全年水平,阿中贸易可谓迎来黄金期。

基于相互尊重和友好原则的阿塞拜疆与中国之间的关系具有悠久历史。早在2500年前,古丝绸之路就成为阿中两国人民贸易和文化交流的重要纽带。中阿两国高水平的政治互信和两国领导人的积极对话为两国经贸合作发展打造了良好的基础。

阿塞拜疆—中国政府间经贸合作委员会是促进双方合作发展的重要平台。阿塞拜疆高度重视与中国的关系,为了扩大两国间的经贸往来以及在中国市场推广阿塞拜疆产品,阿方采取了一系列综合措施,包括组织出口代表团,在中国组织的各种国际展览会上展示“阿塞拜疆制造”品牌的产品,并已经在华设立了商务代表处。

到目前为止阿方共组织了7个出口代表团前往中国多个城市,在中国举办的6个国际展览会上,展示阿塞拜疆企业生产的产品。由于采取了这些措施,两国企业之

间已经达成了有关阿塞拜疆产品出口到中国市场的一些协议,并签署了相关合同。目前,阿塞拜疆的产品已经在中国的北京华联超市(BHG)和进口商品直销中心(DIG)销售。

为了在国外市场推广“阿塞拜疆制造”品牌,阿方在中国的不同的城市成立了贸易中心和葡萄酒中心。2018年9月2日阿塞拜疆在华首个葡萄酒中心在乌鲁木齐市成立。此外,2018年11月7日第二家阿塞拜疆葡萄酒中心在上海成立。同时,阿塞拜疆贸易中心在中川四川省泸州市成立。一年四季,阿塞拜疆企业家都对此贸易中心展示他们的产品,包括葡萄酒与白兰地、果汁、罐头食品、气泡矿泉水、果酱、泡菜、罐头食品、植物油、茶叶、地毯、纺织品等。阿塞拜疆贸易中心未来还会介绍阿塞拜疆投资环境和旅游资源。另外,阿塞拜疆将在西安和成都成立贸易中心,不断推进“一带一路”贸易畅通。

为了使阿塞拜疆经济多元化,刺激生产和出口,促进非石油产品在中国市场上销售,阿方继续采取相关的措施。于今年年底前,阿塞拜疆企业将以出口代表团的形式前往中国各城市参展,并将在“2019中国国际进口博览会”及“2019上海国际食品饮料及餐饮设备展览会”上展示“阿塞拜疆制造”品牌的产品。

### ◆ 国际商情

#### 立陶宛第一家肉类加工企业获批向中国出口牛肉

立陶宛食品兽医局表示,近期立陶宛一家肉类加工企业符合中国进口标准,并正式列入获准向中国出口冷冻牛肉的外国企业之一。今年6月,中国专家团队曾到访立陶宛,考察肉类加工企业,立陶宛企业按照专家团队建议将猪肉和

牛肉生产线进行物理隔离,最终获批牛肉出口。

截至目前,2019年度立陶宛已向中国出口335吨灌装牛奶、134吨芝士、717吨奶粉、200吨乳清、62吨烹饪产品,以及15吨冰淇淋。

#### 欧洲银行推动建设泛欧移动支付网络

路透社消息,欧洲移动支付系统协会(EMPSA)近日表示,主要分布在较小欧洲国家的七家移动支付服务提供商计划联手创建一个面向数百万用户的开放跨境网络。这些支付服务主要由各自国家的银行所有,银行希望通过此举来应对金融科技公司和苹果等巨头带来的支付模式挑战。据EMPSA介绍,该网络将连接2500

万注册用户,预计未来几个月将有更多国家和移动支付系统加入该计划。目前已签约的移动支付服务商来自丹麦、葡萄牙、瑞典、比利时、奥地利、德国、瑞士和挪威等国。EMPSA负责人摩斯在一份声明中表示,通过这种跨境合作,我们希望满足用户的愿望,让他们能够在国际上使用本地移动支付系统。(本报编辑部综合整理)

## 中国土耳其纺织品贸易有望获更多成果

■ 本报记者 谢雷鸣

“我们对土耳其与中国对外贸易数据进行研究后发现,两国纺织品的贸易往来规模逐年增加。”近日,乌鲁达纺织品出口商协会(UTIB)主席佩纳尔·塔德伦·茵妮(Pinar Taşdelen Engin)在接受《中国贸易报》记者采访时表示,中国市场日渐成熟,对高品质设计产品的需求不断增长,在不久的将来,中国和土耳其在纺织品领域的贸易有望取得更多成果。

佩纳尔介绍说,与其他国家的纺织品相比,土耳其纺织品特色鲜明。“纺织业是土耳其的传统行业之一,也是土耳其出口的支柱产业之一。

土耳其纺织和成衣行业是土耳其贸易顺差额最大的产业。”她说,“就产品而言,土耳其纺织业在世界占有特殊地位,是潮流的引领者和新技术的应用先锋。就占国内生产总值份额和本地投资而言,纺织业也是主导产业,这一特征构成了土耳其纺织业在全球市场的基础。”

佩纳尔援引数据说,2018年,土耳其在全球纺织品出口总额中所占份额达3%,在家庭和内饰纺织品领域的出口占全球出口份额4.5%,在技术纺织品领域的出口占全球出口份额1.5%,土耳其是欧洲第三大纺

织品出口国、欧洲第四大服装供应国、世界第七大服装出口国和第四大内饰纺织品出口国,也是世界第七大棉花生产国。

记者了解到,中国和土耳其在纺织品贸易方面联系日益紧密。“中国是土耳其第三大贸易伙伴,也是在东亚地区的最大贸易伙伴。2018年,中国是土耳其第16大出口伙伴和第二大进口伙伴(仅次于俄罗斯)。就纺织业而言,中国是土耳其重要的出口国和主要进口国。”佩纳尔说。

佩纳尔详细介绍,土耳其向中国出口羊毛、人造短纤维、棉花、人造

丝、纺织面料、浸渍面料、涂层面料、遮盖面料、层压面料、工业用途纺织品等。在进口家用纺织品方面,最受中国消费者欢迎的产品类别包括家具装饰面料、窗帘面料、针织窗帘、薄纱和带状或带有图案的纺织品、毛巾、桌布、床单和床罩。土耳其主要从中国进口人造丝(带)、人造纺织材料、人造短纤维、针织或钩编面料、浸渍面料,涂层面料、遮盖面料、层压面料、工业用途纺织品等。

作为乌鲁达纺织品出口商协会的主要负责人,佩纳尔介绍说,该协会于1986年在布鲁萨成立,成员超

过2290名,业务遍及各大洲,包括美国、德国、英国、西班牙、埃及等160多个国家和地区。截至2018年底,协会成员的出口总额达到12.7亿美元。该协会还经常组织行业会议、研讨会、开展国际研发交流活动,并代表土耳其参加国际博览会。

“我们参加了很多展会,比如在上海举行的中国国际纺织面料及辅料博览会。”佩纳尔说,中国是很多重要中心的交汇之地,土耳其企业不仅与中国客户沟通交流,还与美国、日本、韩国等国家和地区的客户建立了联系。

## 新疆阿拉山口:国货送出去 洋货拉进来

■ 孙亭文 吴南仕

国庆黄金周期间,地处中国西北的新疆阿拉山口口岸依然一派繁忙景象,进出境的中欧班列将“国货送出去,洋货拉进来”。

记者近日从阿拉山口海关获悉,从2011年至今,该海关已累计监管进出境中欧班列突破1万列,至10月3日已达到10510列。

自2011年首趟中欧班列“渝新欧”经阿拉山口口岸出境以来,中欧班列已开行9个年头,阿拉山口口岸已成为中欧班列向西出境的主要通道。目前,经该口岸开行的中欧班列可到达德国、波兰、俄罗斯等欧洲主要国家。

其次,“中欧班列+跨境电商”开启国际贸易运输新模式。随着中国消费需求逐渐从“温饱型”转向“品质型”,“买全球、卖全球”越来越被普通人接受,中欧班列在跨境电商中的综合效能越来越凸显,“菜鸟号”“京东号”“顺丰号”等电商专列相继出现。

记者还注意到,今年9月中欧班列还向新疆南部延伸,让南部民众亦从中受益。当月4日,一列编组49辆,装载1363吨新疆南部杏

酱、PVC产品的中欧班列经由阿拉山口口岸出境,驶往俄罗斯莫斯科。是次班列开行标志着新疆南部被纳入中欧班列“大家庭”中。今后,南部的丰富物产将搭乘车列顺利“送出去”,各国货物将通过班列顺利“拉进来”。

喀什地区新一源果业有限公司杏酱产品远销俄罗斯、荷兰、德国等国家,每年出口销量达3000余吨。其负责人称,中欧班列与海运相比,企业货物出口时间缩短三分之二,12到15天就能到达中亚和欧洲等地。

阿拉山口口岸位于新疆西北,毗邻哈萨克斯坦,是中国西北最大陆路口岸,还是中国唯一的铁路、公路、石油管道三位一体的国家一类口岸。今年9月底,中国首批内陆进口TIR运输货物经该口岸入境。这意味着中国内陆城市和欧亚各国间继海运、空运、铁路运输后,第四物流通道——公路运输初步形成。

今年4月阿拉山口成中国TIR运输试点口岸后,共有近40辆TIR国际运输车辆从阿拉山口出境,主要驶向乌克兰、德国、俄罗斯等国家,主要货物为日用百货、动力锂电池等。

今年,阿拉山口喜事连连,6月中旬,一批来自欧洲的冷冻牛肉在口岸完成全部通关手续,这是新疆口岸首次进口欧洲冷冻牛肉产品。

值得一提的是,该批冷冻牛肉利用内置式冷冻集装箱,搭乘返程的“蓉新欧”中欧班列到达阿拉山口口岸。该口岸还取得了粮食、植物种苗、进口汽车等指定口岸资质。

近年来,阿拉山口海关采取了一系列便捷通关措施,通关的效率得到显著提升,今后“国货送出去,洋货拉进来”将更加便利。

