

开放促中国经济更高质量发展

■ 梁国勇

举办中国国际进口博览会(进博会)是新时期中国扩大进口、推进开放、促进经济转型升级的重要举措。第二届进博会于11月5日至10日在上海举办,基于首届进博会的成功经验,第二届进博会规模更大、质量更高、综合效应也将进一步放大。

中国已成为全球第二大经济体,人均GDP接近1万美元的水平,行业和科研国际竞争力也在不断提升,这些都意味着中国的经济目前已进入到一个全新的发展阶段。经济发展水平在不断提升,国家发展理念也在不断完善,创新、协调、绿色、开放、共享的新发展观日益成为全社会的共识。

以国际贸易、国际直接投资等指标衡量,中国在大型经济体中开放程度是很高的。因此,新的开放发展理念追求的是更深入、更全面的开放,同时也是更平衡、更具有可持续性的开放。从国际贸易看,过

去几十年形成的进出口格局有效地推动了中国经济的高速增长,但其不平衡也是比较突出的。中国在货物贸易方面享有很多的顺差,2018年货物贸易顺差达3500亿美元。然而,在服务贸易方面,当年中国的逆差达2400亿美元,国际收支口径的逆差则高达2900亿美元。全球化智库的研究显示:2018年我国入境游客数量较出境游客数量差额达5200多万人次。旅游贸易逆差如此严重,这与中国这样一个历史文化悠久、观光资源丰富的旅游大国的地位很不相称。

在中国目前的发展阶段,追求更平衡的开放具有很强的现实意义。首先,增加进口物美价廉的外国产品,丰富了国内消费者的选择,提升了消费者福利。其次,扩大进口有利于促进产业竞争,有利于中国经济整体从“生产—出口型”到“生产—消费平衡型”经济的转变,这也是中国经济整体转型升级的

一个必然过程。再次,适当扩大进口有利于化解因贸易不平衡带来的国际矛盾,避免因贸易摩擦导致两败俱伤的结果。当然,扩大服务贸易出口、缩小服务贸易逆差也应成为一个重要的政策目标。

改革开放四十多年,中国经济取得了巨大的成功,也积累了很多发展经验,特别重要的一点在于坚持引进外资和出口促进并重的外向型经济发展战略。在经济发展的新阶段,引进外资和出口促进仍是中国经济开放战略的核心,但应辅之以增加对外投资和扩大进口方面的促进政策——这是推进建立更平衡、更具有可持续性的外向型经济的必然要求,也有利于推动中国经济整体发展水平的提升。相关政策的制定应着眼于经济转型、升级和竞争力的提升,具体实施应强调灵活性、选择性和有效性。

的确,适当的“进口促进”并非权宜之计,而是必然选择。从推动

进口的政策手段来看,降低贸易壁垒、加大市场准入是根本,而方面的政策举措又要和国内产业发展和竞争力提升的政策目标相平衡,与多边、区域和双边等各层面贸易谈判的进程相匹配。入世以来的经验表明,开放竞争有利于产业发展,过度保护则只能带来垄断、低效和福利损失。就专门化的进口促进手段而言,进博会是一个重要的政策创新,可以在国家、企业层面和引导、宣传方面发挥独特的作用。正是因为如此,习近平主席在首届进博会开幕式上的主旨演讲中指出:“中国国际进口博览会不仅要年年办下去,而且要办出水平、办出成效、越办越好。”

适当的“进口促进”也有利于中美经贸关系的改善。从经济整体规模看,2018年中国GDP折合13.6万亿美元,已达到美国2018年GDP的三分之二。国际贸易方面,2018年中国外贸进出口总值4.6万亿美元,超过美国的4.2万亿美元。美国

2018年进口了2.54万亿美元的产品,出口1.66万亿美元,进口远大于出口。中国的情况则相反:2018年出口2.49万亿美元,进口2.13万亿美元,进口明显小于出口。因此,适当增加从美国的进口,有利于改善中美贸易不平衡的现状,缓解两国在经贸问题上的矛盾,并促进中美关系长期健康的发展。显然,这也有利于满足中国人民不断增长的消费需求,并促进中国经济的高质量发展。

展望未来,如果中国的进口规模达到与出口规模基本平衡的水平,中国就有可能超越美国成为最大的进口国。这意味着中国在进、出口两方面均列世界第一,中国将成为名副其实的贸易大国、贸易强国。与此同时,国际贸易在推动中国经济高质量发展方面的作用也将进一步提升。

(作者系联合国贸发会议资深经济事务官员)

●国际商情

坦桑尼亚 蜂蜜产量不足

根据坦主流媒体《卫报》近日报道,近期,坦桑尼亚自然资源和旅游部与坦桑尼亚森林服务局举行座谈会,就坦桑尼亚蜂蜜产量远低于预期一事进行研讨。坦桑尼亚自然资源和旅游部副部长坎亚苏表示,坦桑尼亚森林服务局需即刻进行改革,促进蜂蜜产量迅速提高,以满足出口美国、欧盟和中国的需要。

坦桑尼亚自然资源和旅游部的数据显示,坦桑尼亚蜂蜜的潜在产能为13.8万公吨,但坦桑尼亚蜂蜜的实际产量仅3万公吨左右,为潜在产能的四分之一。

中国成为哈萨克斯坦 出口植物油最大买家

据哈萨克斯坦lsm.kz网站近日报道,据哈萨克斯坦油脂公司(Kazoil)发布的数据,中国目前是哈萨克斯坦出口植物油的最大买家。2018至2019年,中国几乎购买了哈萨克斯坦出口的全部亚麻籽油,总计3.1万吨,同比增长50%;购买了哈93%的出口菜籽油,总计4.5万吨,同比增长140%。尽管中国自哈葵花籽油进口量(2.5万吨)同比下降8%,但仍保持哈葵花籽油最大进口国地位,占哈出口总量的36%。中国自哈豆油进口量(1.6万吨)同比下降24%,占哈出口总量的14%。



中国机械进出口(集团)有限公司近日向古巴交通部下属最大修造船厂交付一艘中国制造的2.2万吨举力浮船坞。这是目前古巴乃至加勒比地区最大、最先进的船坞,将有效提升古巴航运业发展水平。图为在古巴哈瓦那,当地员工参观中国制造的浮船坞。

新华社发 华金·埃尔南德斯 摄

进博会为贸易便利化增添“中国窗口”

■ 本报记者 刘国民

今天,第二届中国国际进口博览会在上海正式拉开帷幕。

从新中国成立以来的进口替代政策到近几年来扩大进口、举办进博会,我国外贸政策经历了时代变迁。“伴随我国人均GDP上升,居民生活消费水平发展到了新阶段,扩大进口满足了人民对高质量生活的需求。”中国社会科学院亚太与全球战略研究院研究员沈铭辉在接受《中国贸易报》记者采访时说,当前我国经济面临转型,不是产能不够,而是产能不匹配,生产和消费结构不匹配,结构性改革进一步满足中高水平消费的任务

比较紧迫,扩大进口有助于调整生产消费结构。

“再从国际因素看,近年来贸易保护主义盛行,这使得世界经济发展受贸易推动的力道越来越弱,过去全球贸易增速高于GDP增速,现在国际贸易拖了经济增长的后腿。”沈铭辉说,在这样的国际背景下扩大进口、举办进博会具有重要意义。

谈及举办进博会的重大意义,沈铭辉提到,“进博会通过增加展示机会,有助于发掘潜在需求。例如,举办进博会为包括医疗企业在内的各国企业提供了一个很好的

展示窗口。”沈铭辉进一步分析,“由于国内市场找不到合适的供应商,这就掩盖了一些市场消费需求。进博会给外部供应商提供了展示机会,这既为国内消费者也为国内上下游生产商提供了更多采购机会。”

沈铭辉告诉记者,中国提供的这样的平台,让中外企业面对面沟通,让企业经营中的沟通成本降低,为企业的发展提供了很好的契机。

“我国通过举办进博会、设立自贸试验区,在贸易投资便利化方面做了很好的努力,这也是改善营商

环境的重要方式。这些努力都为我国营商环境国际排名的提升做出了贡献。”沈铭辉说。

在沈铭辉看来,当今世界最迫切的国际公共产品是消费市场,举办进博会和设立18个自贸试验区都是中国向国际社会提供的重要公共产品,都为世界经济发展提供了动力,显示了中国是负责任大国,“尽管我国仍是发展中国家,但通过举办进博会等努力在尽力而为,是很好的做法。”

此外,沈铭辉还进一步分析了举办进博会对全球治理的其他启发价值。“过去的全球化模式对国际贸

中国纺织企业加速转型 培育外贸新优势

中国纺织品进出口商会(以下简称“中国纺织商会”)近日在第126届广交会上指出,2019年前三季度,中国纺织服装外贸出口总额达2019.5亿美元,同比下降2.7%。当前,虽然中国纺织行业发展面临前所未有的困难,但纺织企业积极在全球化布局、智能制造和研发设计等方面加速转型升级,积极培育外贸发展新优势。

第126届广交会纺织服装馆有9000余个展位,由童装、内衣、服饰物与配件、运动服及休闲服、男女装、纺织原料面料、家用纺织品七个展区组成,其中特装企业2000余家,共1782个展位,在全面提高纺织服装馆的展品档次和布展水平方面起到了示范和推动作用。

本届广交会期间,据中国纺织商会开展的问卷调查显示,中国排名前十位的纺织企业在海外均有投资或合作工厂,其中东方国际、江苏国泰、浙江国贸、江苏苏豪、广东丝绸及溢达集团等公司海外投资或合作工厂均在10家以上,2019年前8个月国内公司出口额与去年同期持平或略有下降,海外工厂出口额均保持增长,增幅在7%至70%之间。投资目的国主要集中在越南、柬埔寨和缅甸三国。未来五年,企业计划将20%至30%的产能转移至海外工厂。通过加速全球化布局,这些中国纺织企业大幅提升了接单能力及国际竞争力。

据介绍,当前,中国纺织服装外贸龙头企业纷纷加快智能工厂的建设步伐,产品主要集中在纱线、面料、服装、家纺等多个领域,在纺纱、吊挂、运输、仓储等环节全面推行智能化生产与管理。通过升级改造,智能化的纺纱厂从原来每个工人控制800纱锭的工作量提高到了5000纱锭,有效减少了用工成本,提高了生产效率,产品品质稳步提升。

中国纺织商会称,在服装领域,中国企业不断加大研发和设计投入,注重基础设备采购、人才培养和新科技的应用,研发设计能力稳步提升,为采购商及品牌商提供更好的服务。(程景伟)

进口品牌大增 迫国内产业提升竞争力

■ 本报记者 刘禹松

在第二届中国国际进口博览会开幕前夕,京东大数据研究院发布了《寻路中国消费市场——2019“进口品牌”消费趋势报告》。从进口品牌的增幅情况来看,墨西哥、葡萄牙、爱尔兰、澳大利亚+新西兰、俄罗斯、以色列、意大利、越南、法国、智利等进口国在2019年前三季度的下单金额同比增幅均超过了80%,其中来自墨西哥、葡萄牙和爱尔兰的进口品牌及商品的下单金额同比增幅分别达到了641%、519%和377%。

此外,电商连接“网上丝绸之路”,开放、崛起的中国市场也为“一带一路”合作国家提供了新的经济增长点。报告显示,2018年,韩国、意大利、新加坡、奥地利、马来西亚、新西兰、智利、泰国、印度、印度尼西亚,是线上交易领先的“一带一路”进口国。据了解,当前电商平台交易已在我国进出口贸易中占据了相当的比重,开放的中国市场吸引了越来越多的进口品牌,电商平台已经成为连接进口商品与中国消费者的重要桥梁。

对此,中国贸促会研究院国际贸易研究部主任赵萍表示,进口品牌对于国内的市场供给,以及经济

的高质量发展都会产生积极作用。从市场的角度来看,进口品牌的到来,为中国市场培育了一大批消费者。随着进口数量种类不断增加,市场累计的规模也会越来越大。需求的增加,会促使中国企业创新发展,研发、生产和制造同类产品,从而国内相关产业做大做强。

据了解,2019年中国在全球新申请专利的数量连续9年位居世界之首。“在推动形成全面开放新格局的过程当中,中国通过引进来和走出去并重,能够实现更好的技术溢出效应,进一步增强中国的国力,实现经济的高质量发展。”在赵萍看来,经济的高质量发展离不开创新。在进口不断扩大的过程当中,技术溢出效应不断形成,对于国内的创新发展会产生十分积极的作用。

她还介绍,随着中国消费升级的步伐不断加快,很多需求可能无法通过国内的生产得到全面满足。数据显示,今年前三个季度,第二产业占GDP的比重只有39.8%,而第三产业占GDP的比重是54%。服务业对GDP的贡献率达到60%以上,第二产业的贡献远远低于第三产业。这就说明,在产业升级的过

程当中,服务业占比在不断上升而制造业占比在下降。在这样的背景下,很多大公司通过全球资源配置,以进口的方式可以更好地满足国内消费升级的需要。此外,由于地理环境、交通条件等各方面因素限制,世界各国特色优质产品也不一定都能够在中国生产。因此,进口产品可以满足当前中国消费结构升级的需要,让人们对美好生活的向往更容易实现。

赵萍强调,实现经济的高质量发展,离不开积极扩大进口。在这个过程当中,我们不仅要在对外贸易方面实现“大进大出”,更要向“优进优出”转化,打造贸易强国。

中国国务院发展研究中心市场经济研究所原所长任兴洲则表示,举国家之力主办进口商品博览会,在世界上中国是第一个。这表明了中国扩大开放、让世界各国共享13亿人口大市场的决心信心。扩大进口是我国供给侧结构性改革的题中应有之意。这些年来,我国在供给侧出台了很多政策,进行了很多优化,但是仅凭国内商品依然不足。将国外的商品,特别是质量好、性价比高的品牌商品引入到中国,可以

丰富中国市场的消费内容、优化商品和服务供给结构,促使国内消费发展到一个新的层次。

任兴洲认为,从改革开放40年取得的成绩和经验来看,开放越早、市场竞争越激烈、越充分的行业,其制造能力越强,发展越快。如今国外高质量商品进入中国,能够促进市场竞争,可以大力提升中国商品的安全、绿色和环保水平,倒逼国内的产业结构调整和制造业升级,促进产品提质增效再上新台阶。进口商品的不断增加,也将促使我国在进口政策方面进行调整,让进口政策更加完善、更接地气,开放度更高。

中国政策科学研究院常务理事、经济政策委员会副主任徐洪才认为,随着进口的增长,国内市场环境有望更好。大量国外品牌商品涌入国内,可以实现优质商品对劣质商品的驱除,净化国内市场环境,树立良好商业诚信。这对于消费权益的保护,满足人民对美好生活高质量的需求,具有积极的意义。扩大进口也使中国进一步融入全球经济,并在国际市场产生示范效应。世界各国借此可以同步分享中国经济快速增长带来的机遇,这也彰显

出我国进一步对外开放的胸怀,对树立我国良好国际形象,谋求更好自身发展,改善外部环境非常有利。

徐洪才说,进口的大幅度增长对国内厂商在标准和质量层面会产生一定的压力,但这个压力也可以变成动力。以此为参照,可以带动技术进步、产业转型升级、新旧动能的转换。对于我国未来供给侧优化,提升供给质量均有益处;也有利于促进我国在政策和规则层面同国际接轨。

徐洪才表示,我国新一轮的改革开放是从过去生产要素的自由流动转向制度和规则层面的提升,是一种高层次、高水准的对外开放。因此,这就迫使国内必须全面依法治国,让体制、机制的改革创新朝着市场化、国际化、高标准的方向迈进。未来,中国将在更加开放的环境里,利用两个市场、两种资源,来弥补某些自身条件的不足。而这也仅局限在生活性消费需求方面,更多的中间品将通过进口方式满足国内的生产性消费需求。广泛的国际分工,也将有利于我国产业从中低端向中高端迈进的过程中弥补短板,利用外部资源提升整体竞争力。