

新发展理念助外贸质量更高实力更强

■ 本报记者 王曼

对外贸易是我国开放型经济的重要组成部分和国民经济发展的重要推动力量。党的十九届四中全会提出,要建设更高水平开放型经济新体制,实施更大范围、更宽领域、更深层次的全面开放。近日,中共中央、国务院还印发了《关于推进贸易高质量发展的指导意见》。12月9日,国务院新闻办公室举行新闻发布会,商务部部长助理任鸿斌、商务部外贸司司长李兴乾介绍了《中共中央国务院关于推进贸易高质量发展的指导意见》有关情况并答记者问。

改革开放以来,我国对外贸易实现了历史性跨越。2009年成为货物贸易出口第一大国,2013年成为世界货物贸易第一大国。贸易总量从1978年的206亿美元扩大到2018年的4.62万亿美元,增长了223倍。同时,我国外贸结构持续优化,质量和效益逐步提高,为国

民经济和社会发展作出积极贡献,为促进世界经济发展发挥了重要的作用。

“但与一些国家相比,我国外贸在产业基础、创新能力、市场主体、国际经贸规则制定能力等方面还存在差距,对经济高质量发展的支撑作用有待增强。”任鸿斌表示,《指导意见》是新形势下指导和引领我国外贸质量变革、动力变革、效率变革,充分发挥外贸对国民经济发展全局重要作用的纲领性文件,具有鲜明的战略性、指导性、方向性和前瞻性。《指导意见》强调坚持新发展理念,明确到2022年贸易结构更加优化,贸易效益显著提升,贸易实力进一步增强。

任鸿斌介绍说,《指导意见》提出加快创新驱动、优化贸易结构、促进均衡协调、培育新业态、建设平台体系、深化改革开放等六方面的任务,强调坚持共商共建共享和互利

共赢,营造良好的外部环境。

据任鸿斌介绍,《指导意见》主要有四方面特点:一是将新发展理念贯穿推进贸易高质量发展的全过程。突出创新驱动,强化制造业创新对贸易支撑作用,增强贸易创新能力,培育贸易新业态新模式。二是将“五个优化”和“三项建设”作为推进贸易高质量发展的重要举措。《指导意见》强调,要积极推进优化国际市场布局、国内区域布局,经营主体、商品结构和贸易方式。近年来,商务部加快推进国家外贸转型升级基地、国际营销服务网络和贸易促进平台“三项建设”。举办中国国际进口博览会,对于培育外贸竞争新优势发挥了重要作用。三是将深化改革作为推进贸易高质量发展的强大引擎。《指导意见》坚持问题导向,针对外贸发展的短板和薄弱环节,强调深化供给侧结构性改革和外贸体制改革,激发制度的活力

和创新的潜力,推动外贸发展由要素驱动向创新驱动转变,由规模速度型向质量效益型转变,由成本、价格优势为主向竞争新优势转变。四是将进一步扩大开放作为推进贸易高质量发展的持久动力。充分发挥自由贸易试验区示范引领作用,高水平建设中国特色自由贸易港,深化“一带一路”经贸合作。

在谈到今年我国稳外贸工作方面,李兴乾表示,今年以来,商务部认真落实“稳外贸”工作部署,实现了外贸进出口的逆势增长,稳中提质,发展态势是好于预期的。今年我国外贸呈现出以下三个特点:

一是规模上稳中求进。1至11月,外贸进出口总额达到了28.5万亿元人民币,同比增长2.4%。预计全年的外贸仍将稳定在30万亿元人民币的规模。从国际比较来看,中国出口增速高于全球主要经济体整体水平。

二是质量上持续提升。高技术、高质量、高附加值的产品出口快速增长,集成电路、医疗器械出口增速高于整体,跨境电商零售进出口增长了20%。

三是结构不断优化。国际市场布局更趋合理、均衡,对“一带一路”国家进出口占比达到了29.3%,商品结构升级,机电产品的出口占比达到了58.4%。企业主体活力进一步增强。民营企业出口占比达到了51.4%,成为我国出口的第一主体,是名副其实的“半壁江山”。

关于明年的外贸发展环境,李兴乾表示,从国际市场看,需求增长乏力,不稳定、不确定因素增多,经合组织将明年全球经济增速的预测下调至2.9%,世贸组织也下调了全球货物贸易量的增速预测。从国内看,中国外贸发展基础稳固,韧劲十足,各类经营主体活力充沛,我们有信心保持外贸稳中提质。

中国快消品市场进口持续升温

本报讯(记者 刘禹松)贝恩公司与凯度消费者指数近日联合发布的题为《2019年中国购物者报告,系列二——经济增长放缓背景下,中国消费者购物热情不减》的报告显示,中国快速消费品市场在2019年前三季度的销售总额增长了4.9%。其中,进口商品涨幅尤为明显,占快速消费品总销售额的18%。

该报告显示,2019年第三季度中国GDP增速放缓至6%,为27年来的最低点,但这并未阻碍中国快速消费品行业的持续发展。根据贝恩公司提供的数据,今年前三季度中国快速消费品销售总额分别上涨了2.7%、6.9%和5.7%,与去年同期基本相同。尽管在前三个季度里,食品和饮料品类商品的销售额仅取得2.3%的增长,但个人护理和家庭护理品类则表现出色,销售额分别增长了11%和7.8%。

贝恩公司全球合伙人、本次报告的联合作者布鲁诺(Bruno Lannes)表示:“尽管目前国产品牌在各品类中仍处于主导地位,但中国消费者对进口商品的需求正在不断增长。这一趋势在那些消费者认为‘进口货’比‘国货’品质更

好的品类尤为明显,例如香氛、葡萄酒和奶粉等。”

根据报告,在2019年上半年,中国进口商品销售额的增速达到了10%,为快速消费品整体增速的近2倍。在这其中,进口商品的线上销售额在2019年上半年劲增30%,占线上销售总额的35%。这也意味着,在未来把数字化平台作为产品销售渠道和品牌建设工具,对于那些正计划在中国市场大展拳脚的国际品牌来说将是十分重要的选择。

凯度消费者指数大中华区总经理、本次报告的联合作者虞坚表示:“外资快速消费品公司通过专注线上渠道,越来越受到中国消费者的欢迎,他们将不再依赖过去更为复杂的线下实体渠道市场进入模式。”

“中国拥有全球最大的消费群体,因此中国消费品市场是品牌的兵家必争之地,机遇与风险并存。品牌绝不可能只靠运气在中国市场上取得成功。品牌商需要采取更为深思熟虑和更积极进取的行动,才能与中国消费者共同成长。”贝恩公司全球合伙人、大中华区消费品业务主席邓受说。



今年11月20日,中国和马来西亚实现毛燕正常贸易。日前,首批来自马来西亚的150公斤毛燕经海关查验后,运抵中马钦州产业园区进行加工,现已加工成可食用的燕窝产品并投向市场。中新社记者 翟李强 摄

土耳其汽车产业深拓中国市场

■ 本报记者 谢雷鸣

在近日举办的第15届上海汽配展上,土耳其乌鲁达汽车行业出口商协会(OIB)携44家土耳其汽车行业公司参展,展品包括引擎部件、变速器备件、信号灯等各式汽车零配件。该协会希望借此提升土耳其汽车产业在中国的知名度,帮助土耳其汽车零配件生产商与中国经销商建立联系,促进产品出口及贸易往来。

“汽车业是土耳其五大战略产业之一,也是土耳其经济发展的一个支柱产业。”OIB主席巴兰·塞利克(Baran Celik)在接受《中国贸易报》记者采访时表示,土耳其汽车行业去年出口额达到316亿美元,占

国内出口总额的19%,汽车行业连续14年成为土耳其国内出口量冠军产业。在乘用车和商用车方面,土耳其已是全球各大汽车公司的生产中心,是欧洲第五大汽车制造商及全球第十五大汽车制造商。

据巴兰·塞利克介绍,土耳其汽车行业产能巨大,行业基础设施建设完善,土耳其汽车及零配件工业以原创设计、高附加值、先进科技闻名全球。全国目前有5800多家汽车行业制造商。

据了解,20世纪90年代初期,受工业化浪潮的影响,土耳其汽车行业实现了蜕变——从汽车零件组装产业转变为具有显著生产能

力的全面工业制造产业。一些国际制造商将土耳其作为其生产出口车辆的基地。土耳其的汽车零部件生产主要面向欧盟豪华车市场。该国汽车行业正致力于提升研发、设计和品牌能力。

“随着土耳其2023计划的逐步落地实施,土耳其汽车行业希望在2023年实现近440亿美元对外出口额的目标。”巴兰·塞利克说,中国汽车行业去年实现进出口总额1570亿美元,其中进口820亿美元,同比增长2.8%,这使土耳其方面看到了商机。

据悉,土耳其的汽车零部件生产主要面向欧洲市场,形成了以欧洲为主的出口模式。最近几年,土

◆ 国际商情

尼日利亚将优先发展本地金属工业

据《抨击报》报道,尼日利亚矿产和钢铁发展部常秘阿卜杜卡迪尔·穆阿祖日前发表讲话说,尼联邦政府对金属产品的进口表示关注。尼金属产品大量进口产生了一些负面影响,比如外汇大量流失,许多中小企业倒闭,工作岗位丧失等等。此次研讨会目的是使尼日利亚金属行业的中小型企业意识到它们在该行业的重要性以及政府有望发挥的作用,帮助他们发展业务,使本国产品与进口产品形成有利的竞争。矿产和钢铁发展部将优先发展本地金属工业,并已做好相关准备。

韩国市场青睐新型环保汽车

据韩联社12月9日报道,韩国环保汽车市场正从过去的以混合动力车为主加速调整,逐渐青睐更加先进的电动车、插电式混合动力车、氢能汽车等车型。据韩国汽车产业协会透露,截至今年10月,韩5家整车企业在国内外销售的环保汽车总数为29万6千680辆。其中,电动车在环保汽车中增长最快。去年,现代、起亚在韩售出电动车21986辆,同比增长119.2%,海外售出39981辆,同比增加125.4%。截至今年10月,电动车在韩国国内销量为21307辆,同比增长25.2%,海外销量58999辆,同比增长127.1%。

菲律宾拟进口更多竹筴鱼

据菲律宾《星报》12月9日报道,由于竹筴鱼(鲷鱼)供应不足,价格大幅上涨,菲律宾将增加竹筴鱼的进口。菲律宾农业部长达尔批准了渔业和水产资源局(BFAR)的提案,开始执行包括竹筴鱼在内的4.5万吨小中上层鱼类的进口计划。仅仅几天后,菲农业部就已经在考虑将鱼类进口增加到10万吨。达尔指出,BFAR已经签发了大约1万份进口许可证,将主要进口鲷鱼、鲭鱼、鱿鱼、鳀鱼。

(本报编辑部编译、整理)

进出口贸易和投资合璧秀出巧力

■ 本报记者 刘国民

对一些中国上市公司来说,无论是国内还是海外,都积累了相当实力,因此,他们走出去的时候绝不是单纯地采用进出口或者海外投资中的某一种方式。《中国贸易报》记者日前在全国上市公司共建“一带一路”国际合作论坛暨跨国投资大会现场了解到,不少走出去的上市公司正在灵活地将海外投资和进出口贸易结合起来,既用投资带动贸易,也借贸易为投资铺路,在“一带一路”建设中秀出巧力。

北汽福田先是向东南亚出口整车,继而在当地组装销售,然后再和当地实力型企业合作将产品投向其他东南亚国家市场。“北汽福田2004年开始国际业务,产品销往110多个国家和地区,在全球构建的销售网点超过2000家,累计出口56万台。”北汽福田汽车股份有限公司海外事业部战略客户副总裁刘光华介绍说,“北汽福田积极出口东盟市场。例如在菲律宾每年出口7000台,明年的目标是1万台。我们还在走出去的国家与当地实力型企业合作。例如在泰国和正大集团合作,第一阶段在泰国生产销售汽车,第二阶段让汽车走进其他东南亚国家市场。”

论坛期间发布的《中国上市公司共建“一带一路”优秀实践案例选编》显示,恒逸文莱PMB石化项目作为首批列入“一带一路”建设的项目,将帮助文莱构建从采油、炼油到出口石化产品的产业链条。借助文莱项目,恒逸将市场从国内开拓至东南亚,产品中的对二甲苯等化工产品将销往恒逸在中国的下游企业,汽油和柴油则优先满足文莱国内市场需求,其余部分在东南亚当地就近销售。其实不只是将文莱工厂的产品反过来出口到中国,恒逸石化的海外投资还直接拉动了国内相关产业的出口贸易增长。“公司在文莱建炼化厂需要大量原材料,这些原材料大多

从中国采购,起到了海外投资带动国内出口的效果。”恒逸石化股份有限公司资深投资顾问郭丹说。

另一家上市公司安琪酵母的产品出口155个国家和地区,全球市场占有率超过了13%。安琪的海外投资替代了部分对酵母原料——糖的进口。“做酵母,糖是重要原料,安琪酵母的海外投资布局 and 制糖业息息相关,主要在制糖业发达的国家、地区布局。埃及安琪公司2010年6月成立。2015年,公司把握俄罗斯受到西方制裁、卢布汇率大跌的时机,在俄罗斯投资设立公司,建设年产2万吨酵母项目,降低了投资成本。”安琪酵母股份有限公司董事长熊涛说。

在建设俄罗斯工厂过程中,安琪酵母没有僵化地等待工厂投产时再去开拓当地市场,而是提前将产品出口到俄罗斯市场。《中国上市公司共建“一带一路”优秀实践案例选编》显示,为配合俄罗斯项目投产,该公司除建立俄罗斯销售部之外,还从中国进口产品深度开发俄罗斯和独联体国家市场。当俄罗斯工厂投产时,该公司已在俄罗斯40多个州和独联体国家建立了两级经销网络。

自2012年亨通光电在巴西建立首个海外生产基地以来,亨通已先后在南美、东南亚、欧洲、南非、南亚等地区创建了11家海外生产基地、2个研发中心、40多家海外营销技术服务公司。“我公司出口占海外营收50%,正在从市场国际化向品牌国际化方向发展。现在海外市场呈现饱和和状态,同质低价竞争明显,亨通正积极思考和实践以本土化生产为主,以绕开贸易壁垒。”亨通集团国际产业集团国际合作部总监陈骅弓说,“部分区域性人口大国保护主义意识强,公司以对外投资反哺对外贸易;为应对出口市场的同质化竞争等情况,企业要通过从生产研发型企业向创新型转型的方式来解决。”

上半年我国企业对FTA优惠政策的整体利用率仅有34%

企业走出去还需深挖自贸协定潜力

■ 本报记者 刘禹松

自由贸易协定(FTA)是自贸区建设的核心规则体系。第三方机构的调查报告显示,2019年上半年,韩国FTA的出口利用率为75%,进口利用率为73.5%。而与之相比,我国企业对FTA的整体利用率仅有34%。12月9日,中国贸促会商事认证中心副主任闫芸在全国上市公司共建“一带一路”国际合作论坛暨跨国投资大会上表示,如何通过FTA优惠政策实现更好走出去是中国企业正面临的问题。

据闫芸介绍,目前全球已经生效的FTA数量超过260个,且每一个都自成体系。这些FTA涉及领域广、专业性强,尤其在货物贸易领域的优惠原产地规则方面更是错综复杂,这让企业在学习和使用时面临不小成本的困难。当前,我国在FTA服务方面尚存在一定不足。相关的专业公共服务体系及平台建设面不广、影响力不够。这也在一定程度上使得企业,尤其是中小企业无法及时准确获取相关产业的优惠信息,从而错失产业调整或重新布局的最佳时期。

那么,企业应当如何利用好FTA以及“一带一路”倡议的相关文件,扩大自身的对外贸易成果呢?

闫芸表示,企业可以关注已经与我国签订FTA的“一带一路”沿线国家,将其作为重点市场进行开拓。据了解,经过17年的努力,我国目前已与25个国家和地区签订了17个自由贸易协定,其中“一带一路”沿线国家有18个。中国出口到这些国家的产品超过90%实现了零关税。如果将上述国家作为重点市场来开拓,积极利用FTA的零关税待遇,企业便可降低经营成本,提高竞争力。

此外,闫芸还建议,国内有实力的企业除了利用好我国已有的FTA以外,也不妨多关注“一带一路”沿线其他国家的FTA建设情况。例如,作为东盟成员国的越南就与美国、欧盟签订了FTA,南美洲的智利已经签订的FTA数量也达到了30多个。“这些国家签订了大量的FTA,覆盖了我企业产品出口的重要市场。如果能够将生产和经营开拓到这些国家,也会为企业

的发展带来重要的帮助。”闫芸说。

事实上,目前国内已经有不少企业走在了利用FTA规则的前列。2009年4月,中国与秘鲁签署了《中国—秘鲁自由贸易协定》,并于2010年3月1日起实施。此后,北汽福田汽车充分利用协议政策扩大对秘鲁的商用车出口。截至目前,该公司在当地的商用车年均销售数量已经较自贸协定签署前增长了10倍。与此同时,也有不少中国企业纷纷走出去,在海外建立生产基地。亨通集团是我国光纤光网、智能电网、大数据物联网、新能源新材料等领域的国家创新型企业。截至目前,该公司已在亚洲、欧洲、非洲、南美洲等地区,创建了9家海外产业基地及30多家营销技术服务公司,业务覆盖130多个国家和地区。

闫芸表示,目前我国企业虽然在FTA利用方面还处于初级阶段,但依然能够欣喜的看到,已经有上市公司和跨国企业将FTA作为发展战略加以考量,努力在全球生产和销售过程中提高原产地管理水平,进一步提升FTA的应用和关税

筹划能力。

闫芸说,中国贸促会作为我国FTA原产地鉴证机构,长期以来为企业提供FTA的原产地规则利用服务及相关培训,帮助企业合法应对FTA伙伴国可能发起的原产地核查,并在核查期间为企业提供佐证材料搜集、原产地风险评估、原产地成本核算等服务。作为全国对外贸易促进机构和中外企业开展境外交流合作的重要桥梁与纽带,中国贸促会也在积极发挥职能优势,着力解决政策的“最后一公里”问题。

据了解,2019年中国贸促会着力打造了智能FTA服务平台,并在地方贸促会设立了50个自贸协定服务中心,大力推进政策宣讲、企业培训、信息咨询和调查研究等工作。通过这些措施,仅半年时间,中国贸促会就帮助有关企业多享受关税减免30多亿元人民币。“我们愿意以更开放的姿态与各方共商、共建、共享,提供有关FTA和“一带一路”政策落地的更优质的服务,创造更多便利,助力中国企业更好地走出去。”闫芸说。