

拯救生命和经济复苏如何携手并行

全球复工复产面临四大考题

■ 宿亮 欧阳为 赵悦



工人在位于法国瓦朗西安纳的丰田汽车公司车间工作。

新华社发

当前,全球新冠肺炎确诊病例总数已超过1000万例,同时,世界劳工组织表示,由于缺乏强有力的社会保障,全球16亿非正式就业人员在疫情全球蔓延的头一个月里,平均收入锐减60%。生命之危叠加生计之困,让陆续启动复工复产的各国面临“大考”——如何走好控疫情和稳经济的“平衡木”?怎样综合施策才能恢复经济“造血”功能?稳定供应链是靠封闭自顾,还是靠协调合作?如何危中寻机,借力新发展动能?

必答题:如何走好“平衡木”

“复工可不是打开开关这么简单。”美国汽车研究中心研究员克里斯廷·齐切克说。5月中旬,美国汽车制造商福特公司装配工厂复工,但随即就因多名员工新冠病毒检测呈阳性,不得不再次临时关闭。

韩国5月初分阶段开放各类设施,但随后聚集性感染频发;自5月末允许餐馆营业后,以色列疫情出现反复,新增确诊病例快速增加;墨西哥部分地区商铺6月初重新开业,但随即出现疫情反弹;德国一家肉联厂近日发生新冠病毒聚集性感染事件……

控疫情同时要保经济,保经济时更要控疫情。两头承压情形下,如何走好“平衡木”,成为各国面临的共同难题。

“解封”不等于“解防”。全球专家普遍认为,谨慎而渐进地推进复工复产尤为重要,需要政府、企业和民众密切配合,克服麻痹心态,准备好紧急预案,有效应对可能出现的疫情反弹。

“如果新冠病毒传播没有得到控制,任何经济重启都是空谈。”世界卫生组织欧洲区域办事处主任克卢格警告。

“拯救生命和挽救生计可以且必须携手并行。这意味着要负责的经济重启创造适当条件,意味着保持灵活性,根据需要随时调整经济重启过程。”国际货币基金组织总裁格奥尔基耶娃说。

病毒无国界,全球一盘棋,任何一国的决策和行动,都可能对周边国家乃至地区的整体疫情防控和复工复产形势产生外溢效应。分析人士指出,各国只有加强协调与协作,因地制宜,因时制宜,协同配合,才有望共同走好疫情防控和 development 经济的“平衡木”。

应用题:如何调配“对症药”

“欧洲央行采取的措施对欧元区经济复苏至关重要。”对于欧

洲央行近日将紧急资产购买计划规模扩大近一倍的举措,行长拉加德这样解释。

各国渴望为经济按下“重启键”,但疫情导致的供应链不畅、收入下降、需求低迷,以及对疫情再度暴发的担忧,都令复工复产之路崎岖不平。

面临多重挑战,各国政府打开政策“工具箱”,不断为经济复苏注入“强心剂”:日本将经济刺激计划总规模扩大至逾230万亿日元;芬兰政府宣布追加55亿欧元预算,以遏制疫情影响并帮助经济复苏;德国执政联盟就总计1300亿欧元的最新经济刺激方案达成一致;法国已动用5000亿欧元来扶持和救助受到疫情影响的行业……

政策工具品类大同小异,但在运用层面,如何正确搭配组合、拿捏力道节奏、兼顾当前与长远,调配出标本兼治、副作用小的“对症药”,考验着各国智慧。

德国央行行长魏德曼认为,虽然当下需要包括货币和财政政策在内的刺激,但也绝不能忽视临时应急措施的退出和宏观政策长期可持续性问题的。

国际清算银行总经理卡斯滕斯指出,长期来看,经济复苏的关键在于激发增长潜力,这意味着

需要实施结构性改革以提高潜在增长率,将刺激政策导向投资,维护全球供应链和自由贸易。

疫情危机不仅给经济增长、就业等带来严重后果,也使得各国应对贫富差距、气候变化等长期挑战的形势越发严峻,令世界经济的脆弱性更加凸显。

“我们不能只是采取临时性的干预措施,而是必须重新奠定社会经济体系的基础。”世界经济论坛创始人兼执行主席施瓦布疾呼。

分析人士指出,面对复工严考,各国应统筹推进疫情防控和经济社会发展,兼顾眼前情势和长远考量,灵活调整财政和货币政策,尽可能做到施策精准有效。

选择题:如何稳定供应链

面对危机,是加强合作、携手助力全球供应链接续复位,还是为追求自身利益最大化而封闭自顾,关上国际合作的大门?

疫情冲击下,个别国家借机搞脱钩断链,升级保护主义政策。然而,调整全球供应链牵一发而动全身,搞保护主义不仅难以实现自身政策目标,还会危害世界经济发展;长期看,资源的全球化配置能够极大提升效率,体现了世界经济发展规律,而违背这一规律只会自食恶果。

当务之急,是各国尽自己所能保障全球产业链供应链开放、稳定、富有韧性,欧盟驻华代表团团长勃白大声呼吁。

施瓦布强调,疫情不仅短期内冲击全球经济,也带来长期结构性影响,只有加强全球合作,才能化解这些影响。

面对全球供应链危机,以中国为代表的力量正努力填补缺补位。

众多市场主体已展开一场国际复工复产“战役”接力,有效对冲疫情影响。

今年一季度,中欧班列开行

列车数、送货标箱量,同比分别逆势大增15%和18%。“中欧班列持续畅通,成为稳定全球供应链的一条大动脉。”立陶宛交通与通讯部长纳尔克维奇如此感慨。

“经过数十年发展,全球供应链已具备较大粘性。”美国耶鲁大学高级研究员斯蒂芬·罗奇认为,

今后经济增长质量比以往任何时候都更重要,世界离不开全球供应链合作。

思考题:如何借力新动能

英国物联网专家里克·钱德勒的桌上摆着三台笔记本电脑、两部手机,他娴熟地远程处理文件和沟通事宜,“原来要开一天的会,现在一次电话会议就解决了。”他告诉记者。

疫情之下,数字经济展现出巨大能量。如何把握新机遇、因势利导借力新经济动能,是摆在各国面前的“思考题”。

面对疫情全球扩散,尽管许多传统行业遭遇巨大冲击、国际经贸活动受到严重影响,但数字经济、在线消费等产业在全球多地展现出强大活力。

联合国贸发会议日前发布报告说,疫情期间,远程医疗、远程工作和在线教育得以普及,电子商务也出现逆势增长,全球经济正加速向数字化过渡。

在线视频会议平台软件公司每日活跃用户数量从疫情前的千万级别,迅速增长到数亿计规模,微软公司旗下办公软件在线协作相关功能使用频率曾经一周内激增40%……

对各国决策者而言,越是危机时刻,越要善于运用战略思维,科学决策,抓住全球推动创新发展和产业升级的新机遇,不断培育经济发展新动能。

在危机中育新机、于变局中开新局。疫情以来,中国积极推动新一代信息技术支撑服务疫情防控和复工复产。今年一季度,包括网上会议、线上交易、在线教育等在内的中国信息技术服务业增加值同比增长13.2%。

日本富士通总研经济研究所首席研究员金坚敏认为,中国抗疫实践显示,数字技术在恢复产业、经济活动等方面正发挥着前所未有的作用。

回顾全球经济发展史,危机和发展总是结伴同行,每一次危机都可能是新一轮发展的催化剂。分析人士普遍认为,数字化转型将成为继工业化、信息化之后又一次产经迭代升级的突破口,值得各国认真思考、精心筹谋。

国际商情

欧亚经济联盟向中国供应农产品的潜力巨大

欧亚经济委员会官网近日消息,欧亚经济委员会贸易委员斯列普尼奥夫在与俄铁公司总裁别拉杰罗夫会见时称,欧亚经济联盟向中国供应农产品的潜力巨大。2019年中国成为大豆、冻牛肉、冻鸡肉、冻鱼的第一大进口国,菜籽油、葵花籽油、甲壳动物、猪肉的第二大进口国,中国乳制品进口额也很大。欧亚经济联盟成员国是国际农产品市场的重要供应商,俄已开始使用“农业快线”输送面粉、大豆、糖果制品和冻鸡肉到中国。联盟其他成员利用该快线扩大对华出口农产品也具有较大潜力。

巴基斯坦推动出口多样化

巴基斯坦《论坛快报》6月28日报道,巴基斯坦总理商务顾问达乌德表示,巴基斯坦正在通过扩大高技术含量产品的产能以加速实现出口多样化。达乌德表示,出口多样化是巴新财年贸易政策重要目标,巴政府将改善出口产品结构,推动工程、制药等领域产品扩大出口,减少对传统出口行业的依赖。目前,巴家用电器等加工制造业正在快速发展,可生产具有国际竞争力的产品,已实现企业首次向海外出口微波炉等家用电器。此外,为促进电视机当地生产,巴政府专门降低了电视机零部件进口税率,将进一步促进家电行业出口。

保加利亚每单位面积草药产量居世界第一

据保加利亚国家广播电台报道,保加利亚环境和水利部近日宣布,保加利亚每单位面积的草药产量居世界第一,超过印度和中国等最大的草药生产国和出口国。欧盟所有国家中,仅保加利亚采集并制作草药。保加利亚是欧盟唯一拥有专门的《药用植物法》的国家。保加利亚有24种草药被认定不得用于商业用途,另有11种每年都被环境和水利部限定采集数量。

(本报编辑部编译、整理)

汽车出口: 做足准备才能危中寻机

■ 本报记者 刘国民

受全球疫情影响,今年上半年我国汽车出口形势严峻,但这并不意味着汽车出口机会尽失。记者在走访中发现,依然有车企因扎实做好相关功课,取得了亮眼出口成绩。常德中车新能源汽车有限公司就是其中的典型代表。

据了解,常德中车新能源汽车有限公司是一家专业从事新型客车生产、销售的客车企业,主营新能源客车和大型燃油客业务。日前,该公司成功将15台“梦巴客”型智慧客车出口到沙特,完成了沙特200台新型旅游客车购买合同的首批订单。

在向《中国贸易报》记者回顾这一出口业绩背后的经过时,该公司郑先生颇有感触。“此次虽然只向沙特出口了15台车,但是很好的开始。沙特是中国客车第一大进口国,也一直是我们的重点市场。从去年到今年1月,我公司多次派人去沙特考察,将出口客车到沙特所需掌握的知识、信息和市场行情都做了详细的摸底调研。”郑先生说,“比如包括沙特在内的海湾国家对汽车产品有GCC认证门槛。我公司前期从沙特政府获得了对这类客车的各种法律规定,公司技术部门对此进行详细分析,消化后转化成对生产部门的具体要求,对现有车型进行了逐一改进,包括改进刹车系统、制冷系统、调整座椅间距等。总之,完全按照沙特方面GCC认证要求制造客车,最后终于通过了沙特方面的认证。”

郑先生介绍,除了付出很大努力通过认证,为了增强公司车型在沙特市场的竞争力和促成签约,公司还对客车进行了定制化设计。

“定制化与沙特独特的气候条件有关。沙特气候干燥,降水较少,气温高时可达50多摄氏度,公司据此对车辆进行特殊化改进,包括对车辆底盘也有了所调整。”郑先生介绍说,除了气候,在了解清楚沙特客户购买这批客车将用于2至3小时的较长时间运输用途后,为了尽量让乘客在乘车期间有更舒适的体验,公司特意在车内安装了卫生间、淋浴系统等,还对座椅间距进行适当调整,力求更加人性化。

郑先生感慨地说,这一订单不仅是在经过多轮艰苦的谈判和大量前期准备的基础上促成的,当地政府出台的一系列稳外贸政策更是起到为企业保驾护航的作用。

“为了稳外贸,地方政府出台多项政策。一是简化出口手续、流程,让企业办理出口业务更简便、高效,尽量为企业顺利出口提供便利化支持。二是财政补贴,湖南省政府对于投保中国信保出口信用保险的企业,补贴30%至50%的保费;这些企业在融资时会获得政府部门的利率补贴,从而降低企业融资成本;常德市政府有关部门还根据外贸企业出口金额再给予一定的补贴。”郑先生说。

外贸企业积极开拓国内市场谋求转型

■ 魏一骏

企业,主要市场分布于欧洲、北美等地。

“今年以来,新冠肺炎疫情给企业海外贸易增加了不确定性。我们发现国内市场潜力很大,所以开始有意识地调整策略,希望借助类似的活动提升品牌知名度,开拓国内消费市场。”杭州中艺实业股份有限公司工作人员沈毕华说。

近来,“出口转内销”成为外贸领域的热词,不少企业以此应对海外客户订单的缩减。但与此同时,大量外贸企业也面临着转型中的困惑。商务部调研显示,由于内外贸市场环境不同,国内外贸企业在开拓内销市场时,普

遍面临拓展销售渠道难、生产线转向难、品牌建设难等困境。

业内人士分析认为,许多外贸企业缺少自己的销售渠道,对国内市场规则并不熟悉,导致获取订单难度加大。同时,一些品质优良的出口产品,因国内外标准不一致,难以在国内上市。

针对外贸企业转型的难点、痛点,国务院办公厅日前印发《关于支持出口产品转内销的实施意见》,支持适销对路的出口产品开拓国内市场,着力帮扶外贸企业渡过难关,促进外贸稳定。

例如在商品标准方面,意见提出支持企业发展“同线同标同质”产品,即在同一生产线上按

照相同标准、相同质量要求,生产既能出口又可内销的产品;为引导外贸企业创建自有品牌,鼓励外贸企业对接电商平台,依托各类网上购物节,设置外贸产品专区。

除了给出操作性强的指导建议,意见也提供了系列配套政策。例如鼓励各类金融机构对出口产品转内销提供金融支持,加大流动性资金贷款等经营周转类信贷支持,并提出依托大型电商平台加强中小微企业外贸企业的直贷业务。

“相关政策的及时出台,坚定了大批外贸企业的信心。”浙江健拓医疗仪器科技有限公司网销部

布局跨境电商 银行系不甘示弱

■ 本报记者 张海粟

在疫情防控常态化的当下,借跨境电商平台开展相关业务成为越来越多企业的选择。其中,如何选择安全合规又高效便捷的原因分不开。对此,中信银行电子银行部总经理丁继斌分析,从需求端来说,欧美发达国家相关企业如亚马逊等电商龙头地位虽初步形成,但市场集中度较低,中国出口卖家依托成本优势具有巨大发挥空间。而其他新兴国家

虽具备较大人口红利,网络基础设施较为完善,但电商渗透率较低,为我国出口电商提供了沃土。从政策端看,各项政策陆续推出,政府工作报告提及跨境电商和海外仓建设,国务院常务会议上也提到对跨境电商零售出口要落实无票免税政策,出台更加便利企业的所得税核定征收办法,完善跨境电商统计体系等更会加速推进行业发展。因此,“跨境电商和跨境支付仍存在巨大发挥空间。”

伴随着国内大批跨境电商购物平台的涌现,打通境内外资金往来结算的需求增强,跨境支付开始走入人们的视线。

早在2013年,中信银行就作为国内首批试点银行,进行“跨境电子商务外汇支付业务”工作,并

成功上线了国内首套从前端交易到后端申报支持全线上、自动化处理的跨境支付系统。今年1月,在国家外汇管理局《支付机构外汇业务管理办法》的指导下,中信银行推出“信银致汇”,这是国内首款银行跨境电商全球收结汇产品,可为跨境电商卖家提供一站式线上开户、收款、结汇、融资等服务。

大型商业银行多年的国际化布局不断演进,跨境支付业务也不断刷新人们的认知,许多银行跟随时代潮流也开始建立起自己的跨境电商平台,“银行系电商”便由此诞生。

“在吸引更多的国内消费者,丰富大数据征信来源的同时,吸引到的海外客户也可以为境外分行拓展业务,增强客户黏性提供

助力。”丁继斌说。

中国工商银行上海分行国际业务部产品经理姚岚就提到工商银行推出的线上服务平台——跨境e商通,这是一个帮助企业拓展跨境B2B业务的电子服务平台,它分为进口商城和出口商城两部分。此外,工商银行的“融e购”电商平台已启动近七年,刚开始它作为消费采购、销售推广、支付融资一体化的金融服务平台,现在逐渐发展为涵盖B2C、B2B等业务综合性电商平台。目前,工商银行的境外网络已拓展至全球42个国家和地区,广泛的全球网络覆盖和丰富的海外客户资源天然有利于开展跨境电商业务。比如,“融e购”西班牙馆直接选择工商银行马德里分行的当地客户入驻,并由马德里分行对客户资质

和上架商品进行严格审核,确保商品来源和质量。

除了工商银行在进行跨境商贸国际化布局,中信银行也搭建了跨境商城平台,主要为一些不具备自主搭建平台能力的小微跨境电商企业提供服务。

“与天猫商城、京东商城类似,我们的平台里面会有一些商户入驻,可以进行产品展示,并提供物流仓储、金融服务,可以做到线上支付、线上结收汇以及资金支付、收盘状态实时查询,特别是从合规上来讲,还可以做到国际收支申报。”丁继斌表示,相较于阿里巴巴、京东等电商平台,大型商业银行更具有海外分支机构众多、境内外支付清算网络广布等优势,这为“银行系电商”进一步国际化布局提供了便利。