

RCEP 签署利好海南自贸港长远发展

■ 蔡振伟



历经8年谈判,11月15日区域全面经济伙伴关系协定(RCEP)正式签署,标志着全球最大自贸区正式诞生。一段时间以来,在热议RCEP对我国经济发展带来机遇和利好的同时,也有部分专家学者担忧RCEP的签署可能会削弱海南自贸港的政策优势。

当前,海南自贸港建设处于起步阶段,部分核心政策尚未落地,自贸港的政策红利和政策叠加效应尚未得到充分发挥,而海南又存在经济体量小、对外贸易规模小等现实问题,作为大型自由贸易协定的RCEP确实会在短期内削弱海南自贸港的吸引力。但从长远来看,RCEP的签署不会冲击海南自贸港建设,而是将为海南自贸港建设带

来更多发展机遇和利好。

从全球自贸港发展的经验来看,自贸港是经济全球化的产物,高度依赖自由贸易和开放的市场环境。在贸易保护主义、单边主义和逆全球化盛行的当下,RCEP的签署展现了其成员致力于推动自由贸易和多边主义的意愿和决心,将为区域和全球经济增长注入强劲动力,也将为海南自贸港建设带来以开放、合作为主题的良好外部环境。特别是RCEP协定中涵盖了货物、服务、投资和人员往来等领域的开放,与海南自贸港建设的政策制度设计是契合的。RCEP在知识产权、电子商务、数字经济等方面的规则 and 标准,将为海南自贸港尽快完善相关领域的对外开放规则设计提

供一定的借鉴和参考。

从区域合作角度来看,RCEP将进一步深化中国和东盟的全方位交流合作,海南处在我国面向东盟的最前沿,也将从中获益良多。从海南与东盟的经贸来看,东盟是海南最大的贸易伙伴,2018年、2019年海南与东盟的进出口总额分别为199亿元、278亿元,占海南进出口贸易总额的23.5%、30.1%。RCEP签署将进一步提升海南与东盟各国的贸易和人员往来,加快在经贸、产业、互联互通、数字经济、海洋治理等领域的务实合作。

从短期来看,RCEP协定正式生效后,成员国之间90%以上的商品将实现零关税。而海南自贸港封关运作之前,对部分进口商品不仅免除进口关税,还免征进口环节增值税和消费税。比较而言,海南自贸港仍然具有优势。此外,RCEP的零关税目录超过了目前海南“零关税”清单覆盖范围,将丰富、扩大海南自贸港“零关税”清单种类。从长期来看,海南自贸港在全岛封关运作之后,除对少数进口商品征税以外,其他所有的进口商品均免征进口关税,且对全世界所有国家商品采取同样的标准。海南自贸

港还将实行与国际高水平自贸港接轨的“低税率、简税制”,个人所得税按照3%、10%、15%三档征收,并将简化税制和降低间接税比例,大幅减少税种。届时,海南自贸港的“零关税”范围和开放标准将超过RCEP,外国商品和企业通过海南进入中国市场仍然具备低成本、低税负优势,自贸港整体吸引力和优势将更加明显。

在服务贸易领域,日本、韩国、新加坡、马来西亚、印尼、文莱、澳大利亚等7个成员采用负面清单方式承诺,中国等其余8个成员采用正面清单承诺,并将于协定正式生效后6年内转化为负面清单。而海南自贸港在服务贸易领域实行以“既准入又准营”为基本特征的自由化便利化政策举措,且即将制定出台中国跨境服务贸易首张负面清单,这将成为海南加快服务贸易发展,扩大服务贸易市场开放和探索服务贸易规则的重要时间窗口期。

RCEP协定正式生效后,区域内的贸易、投资和人员往来将更加活跃,这将为海南充分利用政策开放优势、处于RCEP区域中心和连接点的区位优势,打造区域交通枢

纽和吸引人流、物流集聚带来重大发展机遇。在航空领域,可充分利用开放第七航权、允许海南进出岛航班加注保税航油等一系列政策优势,加快打造连接RCEP成员国主要城市“四小时”“八小时”飞行经济圈,吸引更多国内外航空公司开通直飞或经停海南的航线,引进国际航空物流服务商在海南建立国际转运中心,使海南成为连接日本、韩国与东南亚、澳大利亚等国的中转站。在航运领域,可利用海南洋浦港境内建造船舶出口退税、内外贸同船运输加注保税油、启运港退税等优惠政策和运输往来自由便利举措,吸引RCEP成员国的货物经洋浦港中转,加快将洋浦港打造成为西部陆海新通道国际航运枢纽。

总之,海南应乘势而上,以贸易投资自由化便利化为重点,继续加大市场开放力度,充分用好自身政策优势和区位优势,把握机遇窗口期,主动用好和融入RCEP,对标国际高水平经贸规则,加快形成具有国际竞争力的政策和制度环境,为我国继续扩大开放贡献力量。(作者系中国南海研究院海南自贸港研究中心助理研究员)

投资环境

前11个月越南新成立12.4万家企业

《越南之声电子报》近日报道,根据国家统计局报告,由于越南实现了控制新冠肺炎疫情和发展经济的双重目标,新成立企业数量呈现积极信号。前11个月,越南新成立企业数达12.4万家,平均每个月有1.5万家企业成立或恢复活动。11月份,越南全国新成立企业近13100家,环比增长7.3%;注册资本284万亿越盾,增长72%;注册员工人数11.97万人,增长65.3%。新成立企业平均注册资本达218亿越盾,环比增长60.3%,同比增长90.6%。

新加坡制造业连续五个月扩张

《联合早报》近日报道,新加坡制造业连续五个月扩张,主要由新订单和新出口带动,但库存和产出增速下降,致使上个月整体制造业的扩张速度稍微从前个月放缓,电子业则继续加速扩张。新加坡采购与物流管理学院(SIPMM)发布的报告显示,11月的制造业采购经理指数(PMI)稍微从10月下降0.1点,为50.4,该指数已连续五个月在50点荣枯线以上。报告还指出,制成品指数反映该领域扩张放慢,而进口指数和投入品价格指数则反映扩张加速。整体就业指数已连续第10个月低于50,说明就业在这期间都在减少。供应商交货指数在连续九个月收缩之后,上个月显示交货情况回升。

巴西2021年将对超过115项资产进行招标

巴西总统府网站消息,据统计,今年巴西联邦政府已举行18项招标,预计年内还将举行11项招标,预期吸引投资391亿雷亚尔,并获得47亿雷亚尔特许费。招标将涉及基础设施、能源、环境、旅游等领域的58项资产和2个项目纳入PPI,总计约200亿雷亚尔。预计2021年将对超过115项资产进行招标,预期吸引投资3670亿雷亚尔。(本报编辑部编辑整理)

法国独立珠宝品牌卡洛芙借“进博”东风扎根中国

■ 周卓微

“进博会不仅是一个简单的展会,更是我们进入中国的一座桥梁。”卡洛芙总裁巴萨姆·阿扎基尔近日在接受记者采访时表示,中国市场目前是全球范围内最有消费潜力的市场之一,卡洛芙非常重视这个市场。

这家来自法国的企业,在今年首次参展进博会就展出88克拉神秘传奇黑钻,进博会闭幕后,黑钻在上海的卡洛芙中国首店进行延展,并将在12月中旬开启苏州吴江巡展之旅。值得一提的是,进博会是这枚黑钻第九次在世人面前亮相,上一次展出还是在2008年。

“黑钻是我们品牌的灵魂之本,同时也让中国的消费者更好地理解我们的设计理念。”巴萨姆表示,中国民众消费需求巨大,对世界优质商品和服务的需求巨大且具有持续性,“中国经济是一片大海,卡洛芙看好中国市场,并愿意在中国市场加大投入。”

贝恩咨询公司与意大利奢侈品协会Fondazione Altgamma近日联合发布了《贝恩奢侈品研究》报告,报告显示,今年全球奢侈品市场销售额将出现下滑,按当前汇率计算,将比起去年下降23%至2170亿欧元。到2020年底,中国或将成为全球唯一保持增长的奢侈品市场。

据巴萨姆指出,中国目前中产阶级人群的基数很大,但是目前在中国成功的国际品牌并不多,这对于像卡洛芙这类品牌来说具有非常大的吸引力。

据了解,早在2005年,卡洛芙品牌便开始寻找进入中国市场的契机,最终因未找到有实力的合作伙伴而搁置了入华计划。而在2020年,卡洛芙通过进博会“6天+365天”常年交易服务平台——绿地全球商品贸易港,仅用115天的时间,卡洛芙中国首店就正式登陆上海,珠宝、腕表、书写用具等600余件品牌旗下全系列产品亮相首店。

巴萨姆用“Magic(魔法)”来形容卡洛芙中国首店的开业,“我们在旺多姆广场的法国旗舰店开业用了一年零三个月,上海仅用不到四个月的时间就开出中国首店。”

首店只是一个开始,卡洛芙在中国有更大的“野心”。巴萨姆透露,未来五年内,卡洛芙将在中国开设26家实体店以及3个线上店。明年卡洛芙还将在上海外滩BFC开设一家“不一样的珠宝店”,这里有虚拟和现实的结合,并推出针对于中国市场、具有中国元素的珠宝系列。



海外影响力越来越大 中国企业书写更多共赢故事

■ 王俊岭

近日,由中国电建承建的阿根廷赫利俄罗斯风电项目群米拉玛尔风电项目的29台风机全部并网发电,并入阿根廷国家电网SADI系统。

别小看这29台风机,工程建设期间就为阿根廷提供接近600个工作岗位,后续运营管理更将持续为当地创造就业机会和税收。项目建成后,更有助于当地减少碳排放,促进阿根廷能源结构的调整优化,推动当地经济发展。

这正是中国企业“走出去”追求互利共赢的生动缩影,是“十三五”期间中国企业国际影响力不断增大的真实写照。

中国企业联合会研究部副研究员高蕊长期参与“中国企业500强”的评选和研究工作。过去五年来,

她对中国大型企业国际业务能力和影响力的积极变化,感触颇深。

“‘十三五’以来,中国企业500强榜单的入围门槛不断提升,年营业收入标准从243.46亿元增加至359.61亿元,500强企业营收总额年均增速达9.67%,净利润年均增速达9.17%。放眼全球,在2020年世界500强中,中国企业的入围数量超过了美国,其中3家企业进入前5名。在中国跨国公司前100名的平均跨国指数连续6年提高,中国500强企业参与国际标准制定达到7571项。”高蕊说。

从电子商务到生物制药,从工程建设到装备制造,“十三五”期间,一大批优秀的中国企业走向世界,品牌越来越响亮,海外影响力

越来越大。

搭建起“买全球,卖全球”的桥梁。2018年,苏宁国际作为唯一全渠道战略合作伙伴举办了米兰国际家具(上海)展览会;2019年,借助第二届进博会的舞台,苏宁国际与意大利对外贸易委员会携手,为中国市场引进推广超过150家设计、时尚、高科技领域的意大利品牌,其中1/3是首次进入中国。“2017年至2020年期间,苏宁易购连续4年入围财富世界500强榜单,排名也不断上升。作为中国领先的智慧零售服务商,苏宁在引进国际品牌、服务国内消费者的同时,自身的全球供应链能力也得到了长足发展。”苏宁易购副董事长孙为民说。制造的产品过硬。2017年奠

基,2018年动工、2020年如期竣工……今年底,位于中白工业园的中联重科白俄罗斯基地将正式进入生产阶段。这座新的生产基地,采用中联重科的上装和白俄罗斯当地知名企业MAZ集团的底盘,生产汽车起重机。中联重科海外公司常务副总经理李宾表示,“十三五”以来,中联重科加快海外生产基地的布局和升级,打造“一带一路”的本地化制造集群。“中联重科的研发中心、生产基地、市场网络、服务体系遍布全球80多个国家和地区,产品覆盖七大洲100余个国家和地区。”李宾说。

勇担社会责任。坦桑尼亚松戈戈岛上饮用水源严重缺乏,村民喝水大多取自溶洞水,水量不够,

水质也难以保证。为此,中国石油工程建设有限公司(CPECC)用了2年多时间,为当地解决了这一难题。据介绍,CPECC通过厂区的2套海水淡化系统,使印度洋苦涩的海水经反渗透脱盐后变为适宜饮用的淡水,每天能够增加淡水供应60吨。除了坦桑尼亚,CPECC还通过捐资助学、技能培训、提供实习就业等多种方式在土库曼斯坦、哈萨克斯坦、乍得、南苏丹等国积极履行社会责任,加速融入当地经济社会发展进程的之中。

回首“十三五”,中国企业海外影响力不断增强;展望“十四五”,中国企业在全球经济舞台上的空间更加宽广,必将在构建人类命运共同体进程中书写更多共赢故事!

华立集团董事会主席汪力成：

中企需要由外贸企业向全球化企业转型

■ 本报记者 张凡

“从改革开放走到今天,越来越多的企业开始关注全球化,开启跨国经营。我认为,企业将产品卖到国际市场,不等于该企业就是一个跨国公司、全球化公司,这与全球化还有很大的差距,最多只能称作外贸型企业。”华立集团董事会主席汪力成在浙江省工商联(浙江省商会)国际合作商会成立大会上表示,中国企业由外贸企业向跨国企业、全球化企业转型,需要改变过去的思维,找准市场切入点,主动嵌入正在重构的产业链。

在汪力成看来,无论是当前错综复杂的国际经贸关系,还是中国所处的经济发展阶段,“一带一路”建设的推进,都决定了中国在国际上的影响力得到较大提升,中企面临着一次重大的转型机遇。

“在面临百年未有之大变局的情况下,企业要做好全球化的准备。中国企业经营格局也将会从过去的中国制造、出口外贸慢慢转向

中国创造、全球制造。”汪力成说,当前,企业需要改变过去的经营方式、过去简单的外贸思维,“中国企业需要从简单的国际市场销售、简单的海外采购逐步转变为战略性的全球布局。”

为此,企业转型为全球化企业,首先需要找到合适的市场切入点。在汪力成看来,“一带一路”沿线国家、地区是中企全球化布局的首选,东盟、非洲是共建“一带一路”的重点区域,将成为企业国际合作的新阵地。

“一带一路”倡议提出以来,中国与东盟的关系已成为亚太区域合作当中最为成功和最具活力的典范,中国连续11年稳居东盟第一大贸易投资国。对此,汪力成说:“在中国加速从世界工厂向世界市场和创新大国升级之路上,拥有资源和人力成本优势的东盟,很好地承接了中国对外产能合作、技术输出合作与市场扩容的功能。”

目光再转向非洲。现在非洲大陆有12亿人口,出生率是最高的,人口年龄也是全球最年轻的。机构预测,到2050年,非洲人口总数将冲破35亿。“由此可见,非洲不仅有众多的劳动力,还拥有巨大的市场潜力,将有助于企业打造优势产能国际合作平台。我们未来应紧紧瞄准这个大市场,企业相互对接,从而使企业在传统优势产业上,能够有更大的国际竞争力。”汪力成相信,这些地区一定会成为中国企业,尤其是民营企业大有可为的一片天地。

此外,当前全球产业链、供应链的重构也将给企业带来巨大的机遇。汪力成认为,从中美贸易摩擦到世界经济大变局,再到突如其来的新冠肺炎疫情冲击,全球产业链、供应链的重构是必然事件,未来全球产业链、供应链将形成一种全球化的分布式布局。

“这也就是说,过去的大分工模

式将被改变,而新的全球产业链、供应链布局将使传统的贸易格局发生改变。我们企业要想在新格局当中仍然有所作为,并保持竞争力,就不应该坐等游戏规则的改变,等着政府支持,而是要主动去适应,主动嵌入到重构以后的全球产业链、供应链当中去。”汪力成表示,全球化、高水平对外开放、“一带一路”倡议、全球产能合作,为企业提供了一个非常好的嵌入机会。

汪力成认为,如果企业用恰当

的方法对资源进行重新整合,同样可以大有作为。例如,浙江省传统外贸行业的需求永远存在,只是在生产成本上不具有优势了,但不具优势不等于不可以再造优势。进行全球化的制造业布局不仅可以有效地对冲风险,还有益于企业往产业链的上游攀升,实现“腾笼换鸟”,“我始终有一个观点,没有被淘汰的行业,只有被淘汰的产品、被淘汰的生产方式和被淘汰的经营模式。”

中国国际贸易促进委员会专利商标事务所
CCPIT PATENT AND TRADEMARK LAW OFFICE

守护智慧 创造价值
知识产权全领域服务
www.ccpit-patent.com.cn | mail@ccpit-patent.com.cn

展现世界 展示精彩

CICE 中国国际贸易展览中心 集团公司
CHINA INTERNATIONAL ECONOMIC EXHIBITION CENTER GROUP CO.,LTD.