

汽车业出口企稳走高 多重因素叠加

■ 本报记者 张沐锡

中国汽车工业协会(以下简称中汽协)7月20日披露2021年上半年中国汽车商品进出口情况:今年上半年,中国汽车商品进、出口金额均呈较快增长。几天前,国务院新闻办召开新闻发布会,海关总署公布部分重点商品的出口情况。其中,今年上半年,我国出口汽车及汽车底盘比去年同期增长超一倍。

梳理相关数据不难看出,虽然中国国内车市从2017年以来走势持续下行,负增长幅度不断加大,但是自2017年以来,中国汽车出口市场表现相对较强,2018年和2019年中国汽车出口都出现6%的正增长。尽管受疫情冲击,2020年汽车出口下滑有13%,但年底已经表现出复苏趋势。

根据中汽协的数据,今年上半年,中国汽车商品进出口总额达到991亿美元,同比增长61.3%。其中,汽车商品进口金额483.2亿美元,同比增长56.5%;汽车商品出口金额

507.8亿美元,同比增长66.2%。上半年,中国汽车整车共进口53.5万辆,同比增长48.3%;整车进口金额287.3亿美元,同比增长67.9%。同期,汽车整车共出口93.9万辆,同比增长1.1倍;出口金额146.9亿美元,同比增长1.2倍。此外,上半年,汽车零配件进口金额195.8亿美元,同比增长42.2%;汽车零配件出口金额360.9亿美元,同比增长51.6%。

得益于国际市场恢复、中国品牌汽车竞争力提高等因素,6当月我国汽车出口再创历史新高。6月份,汽车企业出口15.8万辆,环比增长5.0%,同比增长1.5倍。其中,新能源汽车出口贡献度为11.1%。乘用车出口12.0万辆,环比增长3.7%,同比增长1.7倍;商用车出口3.9万辆,环比增长9.2%,同比增长1.1倍。

尽管全球汽车行业面临芯片荒、电池荒等各种供应链危机,但近段时间中国汽车出口成绩单依旧亮眼。对此相关业内人士在接受《中国贸易

报》记者采访时说,得益于近段时间相关海外市场的疫情逐渐缓和,当地民众出行需求开始增加,汽车市场也自然迎来一波小阳春行情。在此情形下,已经在去年就恢复产能的中国车企必然能占领先机。此前欧洲汽车制造商协会就曾预计,在经历新冠低迷之后,今年欧盟汽车销量将增长10%。

除了疫情因素,部分国家利好政策的出台也是重要原因。记者注意到,欧盟委员会近期宣布了一项重磅提议,自2035年起禁止销售包括混合动力车在内的汽油和柴油新车。并且针对减排议题,欧盟部分国家都不同程度地对电动汽车的生产和配售进行了一定的补贴,这也导致了汽车需求被进一步放大,最终推动了中国对欧盟汽车及其零部件出口的增长。此外,中国汽车在电动化、智能化领域探索较早,制造业领域又有很强的比较优势,尤其是造车新势力集体出海上市,品牌价值不断显现,这

些都推动了中国汽车的出口。对此国内一些厂商也坦言,新能源汽车出口将有望成为中国汽车产业走出去的重要突破口,未来中国汽车出口仍有较大发展空间。

伴随着新形势,中汽协也于近日发布了最新修订的2021年中国汽车市场预测。根据上半年汽车产销形势变化,以及对于下半年的预判,预计全年汽车销量有望达到2700万辆,同比增长6.7%。其中新能源汽车销量有望达到240万辆,同比增长76%。

不难看出,汽车产业正处于近百年来最大的变革之中,驱动汽车产业技术向电动化、网联化、智能化、轻量化转变的三大因素值得注意:一是产业政策,包括环保政策、技术升级的政策、节能政策等;二是消费升级,比如移动出行领域,消费者不仅可以购买汽车,也可以购买服务,这是一种新的消费模式,技术创新;三是科技因素,不管是芯片还是零配件,都需要越来越多的研发。



7月19日,河北省秦皇岛市海港区海港镇的中信渤海铝业控股有限公司各条生产线正有条不紊地赶制国内外订单,满足市场需求,促进企业增效,员工增收。

中新社发 曹建雄 摄

阿里巴巴国际站助力企业卖全球

本报讯(记者 刘禹松)7月16日,阿里巴巴国际站与乌兹别克斯坦投资和对外贸易部出口促进机构签署合作备忘录。未来,在阿里巴巴国际站的帮助下,该机构将帮助乌兹别克斯坦中小企业将商品以在线销售的形式走入国际市场,并力争将乌兹别克斯坦制造的商品推广到全球。

根据该备忘录,乌兹别克斯坦投资和对外贸易部出口促进机构将帮助该国超过100家企业入驻阿里巴巴国际站,并在该商家入驻的12个月内承担相应费用。阿里巴巴国际站则将为这些企业提供“全球金牌供应商”的相关服务,增加产品和企业曝光机会,并

助其进入全球190多个国家的线上市场进行销售。

阿里巴巴国际站相关负责人告诉记者:“乌兹别克斯坦是‘一带一路’的重要节点,同时也是上合组织成员国之一。该国出口促进机构希望借助此次合作,帮助中小型型企业开拓国际市场,同时也助力这些企业提升数字化能力。”

上述负责人还表示,当前,电子商务在乌兹别克斯坦还处于发展的初期阶段,互联网的使用率并不高。“2020年,乌兹别克斯坦的互联网覆盖用户大约有1500万户左右,占总人口数的约45%。该国的电子商务出

口还处在起步阶段。国内很少有人能够准确描述跨境电商的相关知识。但是,这也是该国未来发展的重要机会。”

过去3年,阿里巴巴国际站一直致力于扩大海外市场的覆盖率。目前,美国、加拿大、德国、英国、俄罗斯、墨西哥等国家的市场增长率均已超过380%。“截至目前,阿里巴巴国际站累计服务200余个国家和地区的超过2600万活跃企业买家,涉及40个一级类目和5900个品类。未来,我们还会继续深耕‘一带一路’沿线市场,帮助他们提升数字化能力,把好的商品卖向全球市场。”该负责人说。

武田制药 扩大在华布局

■ 本报记者 袁勇

本报讯 近日,武田中国与红十字基金会达成战略合作,双方将在提升罕见病诊疗能力、加强公众和患者对罕见疾病的认知等方面展开合作,提升中国患者在特定罕见病领域的药物可及性和全病程管理能力。

武田制药是一家总部位于日本的全球生物制药公司,于1994年进入中国市场。武田中国总裁单国洪表示,在研发和引进药物过程中,武田坚持以患者为先,有针对性地进行研发和引进。

近年来,中国政府在优化营商环境方面推出了一系列政策,并出台了多种鼓励创新的举措,中国日益成为外商投资兴业的热土。中国生物医药行业的发展环境也在不断优化,这给武田制药带来了更大的发展机遇。“武田将积极拥抱中国在医药卫生体制改革等方面的利好政策,充分借助全球研发资源和数字化战略的升级,更好地帮助中国患者。未来,中国将成为武田在全球的重要增长驱动力。”单国洪说。”

英特尔收购格芯 传闻被否

本报讯 目前,全球芯片厂商正通过扩建、加大投资等方式加大产能,争取尽快弥补市场缺口。

英特尔在业界扩张幅度仍处于前沿地位。《华尔街日报》报道,英特尔正在考虑收购格芯,对其估值约为300亿美元。报道称,这将是英特尔有史以来最大的一次收购,几乎是该公司迄今为止最大交易额的两倍。英特尔在2015年以大约167亿美元收购了微处理器制造商Altera。韦德布什证券分析师布莱森近期表示,收购格芯可以提供专有技术,让英特尔获得更为广泛且成熟的产能。

不过,这一传闻被否认。美国芯片制造商格芯公司首席执行官汤姆·科尔菲尔德表示,有关格芯成为英特尔收购目标的报道只是猜测,并表示该公司仍将坚持明年的IPO计划。

实际上,在业界考量英特尔收购格芯的可行性时,发现许多因素影响该交易。知情人士称,英特尔尚未与格芯所有者穆巴达拉投资公司进行任何投资接触,双方也没有展开积极沟通。穆巴达拉投资公司是阿布扎比政府旗下的投资部门。

格芯表示,该公司将投资10亿美元,在现有晶圆厂每年新增15万片晶圆的产能,以解决全球芯片短缺问题。该扩建计划包括立即投资解决其现有Fab 8厂的全球芯片短缺问题,以及在同一园区建设一座新的晶圆厂,使该工厂的产能翻倍。

(闫磊)

农业贸易百科

加拿大如何促进农产品进口?

■ 杨海成

加拿大常被认为是一个地域辽阔、经济发达的“高大上”国家,但其实它也是个“接地气”的农业大国,是全球著名的“粮仓”。加拿大盛产油料、谷物和肉类,是全球最大的油菜籽生产国,也是小麦、大麦、大豆和牛肉主产国。除本国消费外,加拿大约有一半农产品用于出口,对国际市场高度依赖,因此加拿大政府十分重视农产品出口促进工作。加拿大目前是全球第八大农产品出口国,油菜籽、小麦等多种产品国际市场占有率名列前茅。那么,加拿大政府采取了哪些措施促进农产品出口呢?

一、加拿大农产品生产和出口概况

万水千山半分田,种地为吃更为钱。加拿大农业资源十分丰富,农业生产高度商业化。众所周知,加拿大是一个地域辽阔的国家,领

土面积居世界第二。但加拿大纬度较高,最南部的纬度也与我东北地区相近,气候比较寒冷,适宜农业的土地很少,耕地面积只占国土的4%。即使这样,加拿大耕地资源也很充足,人均耕地面积位居世界第三。作为一个“不愁地”的国家,加拿大农场规模普遍较大,约有一半农场的面积在100公顷以上,而且都是机械化和专业化生产。从事农业的人口很少,仅占总就业人口的2%,因而农产品的商品化程度很高。

天苍苍,野茫茫,风吹草低见牛羊。加拿大地广人稀,适宜发展大规模农业,主要种植油料、谷物等大田作物和饲养肉牛、奶牛等草食动物。农业生产区域集中在中西部的几个草原省(萨斯喀彻温省、艾伯塔省和曼尼托巴省),该地区气候和地理条件适宜发展相对粗放的农业,是油菜籽、牛肉和小

麦主产区。靠近海岸的东、西部地区气候相对温和湿润,且人口比较密集,主要生产蔬菜、水果、花卉等园艺产品以及乳制品、猪肉、禽肉等畜产品。

立足自己的,卖完美国的,剩下都是全球的。加拿大农产品约有一半用于出口,而其中的一半又出口到美国,剩下的卖给中国、日本、墨西哥等国。加拿大主要出口油料、谷物、肉类等,其中小麦、油菜籽、大豆和菜油等出口量占产量的一半以上。主要贸易伙伴是邻国美国,两国与墨西哥签有《美墨加协定》,对大多数农产品进口免关税,加上便利的运输条件,美国成为加拿大最大的农产品出口市场。中国是加拿大农产品第二大出口市场,占加拿大农产品出口额的十分之一左右,是加油菜籽、小麦、大麦等主要出口目的地。

二、加拿大农产品出口促进措施

加拿大通过制定农业政策“五年计划”来支持农业发展,出口促进是其中的重要组成部分。最新一轮的农业支持政策被称为“加拿大农业伙伴关系”(Canadian Agricultural Partnership),其中的一个政策目标就是扩大农产品贸易,并为此设立了一系列资助项目。

农业市场营销计划。主要资助农业协会和中小企业开展广告促销、市场调查、贸易研讨会、国际展会等营销活动,推广本行业或本企业的产品。

农业竞争力计划。资助非营利性的协会和土著群体开展培训和宣传活动,增强国外市场对加拿大农产品的认可。

农业创新计划。资助企业和合作社等营利性组织开发新产品、

新技术,并进行推广和商业化应用,巩固和扩大加拿大农产品出口市场。

农业保障计划。资助中小企业开展农产品出口第三方认证,以扩大出口机会。

除提供资金支持外,加拿大政府还提供各类公共服务,引导企业开展出口活动。一是信息服务,包括贸易知识、市场情报、展会信息等,帮助企业寻找市场机遇。二是贸易专员服务,利用分布在全球一百多个城市的贸易专员,为企业提供当地市场信息、出口指南、交流洽谈等服务。三是品牌建设,设立加拿大品牌,为符合条件的企业设计包装、宣传资料,通过加拿大国家馆在国际展会上宣传品牌,提高产品认知度。

来源:中国贸促会农业行业分会(农业农村部农业贸易促进中心)

XTransfer发布外贸指数:我国中小外贸企业稳中求胜

■ 本报记者 刘禹松

7月21日,在浙江省宁波市举行的2021外贸普惠金融季年会现场,XTransfer正式对外发布新一期的中国外贸出口先行指数和中国中小外贸企业竞争力指数。根据上述指数,中国中小外贸企业出口增长强劲、稳中求胜,在国际贸易形势不断动荡的背景下保持了高竞争力水平。

本次年会,由宁波市贸促会指导,上海国际商会、宁波市对外经济贸易企业协会、宁波市跨境电子商务协会、宁波市鄞州区电子商务协会特别支持。XTransfer创始人兼CEO邓国标向记者表示,截至目前,XTransfer已服务超过15万家全国中小外贸企业。基于这些企业的外贸收款数据,XTransfer对中小外贸企业的发展趋势与国际竞争力表现开展了深入研究。此次发布的“双指数”报告,将帮助这些企业洞察未来一定时期内的出口趋势,以及基于全球买家信任度、产品吸引力、出口运营效率等多维度的国际竞争力变化趋势。“我们将持续深化行业研究,为中国中小外贸企业的全球展业提供策略依据。”邓国标说。

统计数据显示,2020年,中国货物贸易总额与国际市场份额创下历史新高,成为全球唯一实现货物贸易正增长的主要经济体。今年上半年,我国货物贸易进出口总值达到18.07万亿元人民币,比去年同期增长27.1%。其中,出口9.85万亿元,增长28.1%。

自去年以来,跨境电商作为稳外贸的重要力量,增速更为明显。2020年,我国跨境电商出口1.12万亿元,同比增长40.1%。今年上半年,我国跨境电商出口继续保持良好发展势头,出口6036亿元,增长44.1%。

在跨境电商火热的风口下,社会资本布局的力度也在加大。据天眼查发布的数据显示,目前我国已有超60万家跨境电商相关企业。今年以来,全国新增跨境电商相关企业超过4.2万家。越来越多的中小企业开始借助“跨境电商”这一新业态开展贸易。交易额逐年递增的同时,这些企业对外贸市场的变化也极为敏感。

根据此次发布的《2021年1月—2021年6月中国外贸出口先行指数》,全球疫情发生以来,随着我国率先控制住疫情、全面复工复产,中小外贸企业收款量恢复并持续呈稳定态势。这表明我国中小外贸企业对外需市场敏感度高、适应性强。2021年上半年,中小外贸企业收款量呈高水平、稳定态势,同比增长32.1%。

对此,XTransfer商业智能中心负责人表示,中国中小外贸企业出口大体经历了四个阶段。2020年伊始,上述企业外贸保持了去年底来的良好势头。此后,由于春节假期,2月指数存在一定回落。在2月春节假期过后,这些企业的订单集中反弹,指数开始上升。受订单需求释放及“五一”假期影响,4月至5月指数再次略有回落。进入6月后,指数再次稳步回升。该中心预计,今年7月至8月,中国外贸出口趋势将继续稳步向好,为下半年外贸发展打下有利基础。

该中心负责人介绍,从出口目的地来看,印度、印度尼西亚、越南、泰国、巴西、马来西亚、墨西哥、韩国等国是中国的出口额增长率较高的国家。这也成为我国不断深化“一带一路”经贸合作的重要体现。从出口产品类别来看,对于主要出口国家,医疗用品的出口量增长最多,整体增长200%,印证了我国在全球抗疫之战中起到中流砥柱的作用。此外,化学制品出口量增长了39.6%,纺织品增长了22.1%。值得关注的是,钢铁、铅、铜、钨、锡等金属制品出口量增长超过100%。受新冠肺炎疫情影响,海外化工、金属制造企业产能受限,这是该等类目中国出口需求超出预期的原因之一。由于作为世界第二大纺织制造国和出口国的印度疫情持续恶化,封锁措施、物流延迟、原材料供应等问题随之而来,其纺织行业陷入一定困境,部分订单流入供应链保障更加可靠的中国。

此外,《2020年1月—2021年6月中国中小外贸企业竞争力指数》显示,面对异常复杂严峻的国际形势,中国外贸在2020年为世界经贸复苏带来了支撑和信心。今年上半年,中国中小外贸企业稳中求胜,在国际贸易形势不断动荡的背景下保持了高竞争力水平。与大企业相比,中小企业规模小的特点使之更贴近市场,拥有更灵活的机制和更强的韧性。

XTransfer开展的调研和分析认为,2021年外贸形势依然复杂严峻,挑战与机遇并存。从挑战来看,既有长期的挑战,也有短期的压力。国际产业链供应链格局深刻调整,不确定不稳定因素增多。“近一段时期以来,外贸企业在海运物流、汇率、用工、原材料等方面也感受到不小的压力。但我们看到,中小外贸企业的国际竞争力确保了我国外贸在严峻复杂的国际环境下,实现了稳中向好。”邓国标说。