

# 旅游、贸易两翼强互动 中国—东盟大市场或迎新机遇

■ 刘英奎



图为第18届中国—东盟博览会现场。(来源:新华社)

今年是中国—东盟建立对话关系30周年。30年来,双方贸易迅猛发展,贸易规模扩大了85倍,年均增长16.5%,比同期中国外贸年均增速高出3.4个百分点。2020年,东盟成为中国最大贸易伙伴,中国则连续12年保持东盟第一大贸易伙伴地位。2021年上半年,双方贸易额达4107.5亿美元,同比增长38.2%。双方也互为主要旅游目的地和客源市场。2019年,中国排名前15位的出境旅游目的地分别为中国澳门、中国香港、越南、泰国、日本、韩国、缅甸、美国、中国台湾、新加坡、马来西亚、俄罗斯、柬埔寨、菲律宾、澳大利亚,其中,东盟国家占了7席,如果不计澳门、

香港两个中国特区,东盟的越南、泰国则分别成为第一、第二大中国境外旅游目的地。凭借山水相连的区位优势、源远流长的友好往来、水乳交融的东方文明、优势互补的资源要素、各具特色的产业结构、互相吸引的巨大市场,中国与东盟贸易、旅游合作潜力无限。尤其是RCEP的成功签署,为中国与东盟深化贸易、旅游合作提供了制度保障和历史机遇。有意开拓国际市场的企业或计划出国旅游的个体,都无法忽视这一巨大市场。可以预见,一个分工更加有序、合作更加紧密、融合更加深入的统一东亚大市场将加快形成。

然而,贸易与旅游互动机理、机制、效应和变化趋势如何?如何借助贸易、旅游互动促进各种要素加快双向流动,促进双方经济社会转型升级?如何通过提升中国—东盟贸易、旅游关系,进而加强双方全面战略合作,共建人类命运共同体?广西大学教授程成领衔的专家团队历时四年多完成、即将由中国社会科学出版社出版的国家社会科学基金重点项目《中国—东盟旅游与贸易互动关系研究》专著,对上述问题给予了创新性答复。

专著的亮点在于观点创新以及所提出的一系列针对性、可操作性强的政策建议。

专著将贸易与旅游关系放在多国范围内进行研究,而非像已有的学术研究多将旅游与贸易作为两个独立的范畴分别进行研究,且多局限在一国或两国区间探讨。

该项研究从要素流动视角对贸易、旅游互动关系进行了分析,作者认为,旅游是不同国家(地区)间人员、服务的“贸易”流动,贸易则是不同国家(地区)间产品、资金的“旅游”行为。区域创新是多种资源、多种力量均衡配置的结果,创新的实现需要多国参与和多种方式相互配合。跨境旅游与贸易产业集群的建立,均衡与网络化的区域创新体系的完善,决定着区域创新

能力的实现,有利于资源的集聚和创新要素的激活,有利于形成溢出效应,优化空间配置,促进要素均衡循环流动、区域耦合协调、各国政治经济稳定。上述创新观点,对于各地运用贸易、旅游方式促进产业集群发展和科技创新,是有益的启示。

该项研究对中国—东盟贸易、旅游发展提出了五大方向和六条对策。五大方向:一是发展边缘旅游,借助旅游交往缓和南海局势;二是拓展多样化国际旅游线路,促进跨境旅游业发展;三是以中国—东盟跨境旅游、贸易为窗口推动人民币国际化;四是形成辐射东盟的信息通讯网络,大力发展智慧旅游、数字贸易;五是依托中国—东盟开放合作平台,强化旅游与贸易互动效应。为此,该项研究提出了六条对策:一是将湄公河5国布局为“贸易翼”,畅通贸易渠道;二是将海洋东盟5国布局为“旅游翼”,打造特色旅游线路,促进旅游发展;三是以新加坡为据点,依托国际陆海贸易新通道,形成哑铃效应,推动中国—东盟旅游与贸易“海—陆”两翼互动发展;四是依托长江经济带,完善沿上海—长三角—长江经济带省域—中西部省域辐射的旅游与贸易路线,巩固中国—东盟旅游与贸易传统通道;五是

联合西部陆海新通道共建省域,打造沿粤滇桂琼—“两带”重合省域—重庆—西部、北部边境省域辐射的旅游与贸易路线,开创中国—东盟旅游与贸易新通道;六是以长三角和粤滇桂琼双引擎,推动中国中西部内陆省域对接东盟国家旅游与贸易发展。

该项研究从省域层面提出了促进贸易、旅游发展的六条政策建议:一是以上海和广东为省域核心增长极,辐射带动长江经济带和西部陆海新通道;二是以泰国和新加坡为国际核心增长极,辐射带动湄公河5国和海上东盟5国;三是越南对接滇桂,将边境旅游培育成为新增长点;四是印尼对接闽粤,全力推动文化旅游发展;五是菲律宾对接长三角+闽,以“探亲—商务”旅游为培育中菲贸易的着力点;六是缅甸、老挝对接西南省域,进一步发掘中国—东盟贸易潜力。

该项研究课题在若干领域填补了国内研究空白,既有利于满足政府对贸易、旅游政策的创新诉求,有利于研究机构思想解放,有利于企业开拓东盟国家市场,也有利于个人赴东盟国家观光旅游、休闲娱乐。我们对全新的中国—东盟贸易旅游两翼互动充满了期待!(作者系中国贸促会研究院国际投资研究部主任)

## 中泰水果贸易持续扩大

眼下正是中国进口东南亚水果旺季,在中国最大陆路水果进出口口岸广西凭祥友谊关,大量来自泰国的榴莲、山竹等经过整车消杀、采样核酸检测、果箱喷淋消毒等一系列程序后放行,进入中国市场。

在口岸经营跨境物流的广西运多多供应链管理有限责任公司总经理王正波告诉记者,该企业已与泰国多家果园建立产地直采合作模式,构建起覆盖中国、越南、老挝、泰国等多个国家双向跨境物流网络,在帮助泰国水果种植者得到更稳定订单的同时,也让中国消费者享受到更实惠的水果价格。

泰国拥有22个水果品种可出口到中国。数据显示,2021年上半年泰国水果对中国出口24.2亿美元,同比增长71.11%。

泰国驻广州总领事馆农业处领事周伟弘在一个中泰水果洽谈会上介绍,目前还有好几个泰国水果品种正在申请准入中国市场,中国市场对泰国水果的消费量仍有巨大增长空间。

周伟弘称,中国西部12个省(区、市)市场广阔。除陆路口岸外,泰国企业正努力探索将水果通过广西北部湾港以海运方式出口中国,尤其是通过西部陆海新通道海铁联运无缝连接,销往中国西部地区的新路径。

中国(广西)自由贸易试验区钦州港片区管委会贸易与物流发展局协理局长陈保国介绍,作为北部湾港主要港口之一,钦州港已开通6条至泰国的集装箱直航航线,其中水果快线每周5班,从泰国林查班到钦州的快线运输仅需3天。

广西凭祥铁路口岸此前获批进境水果指定监管场地后,也已实现国际冷链集装箱班列常态化开行,使泰国水果更加便捷地进入中国市场,有效分流友谊关等公路口岸的通关压力。

广西贸促会会长魏然表示,广西是东南亚水果输华的重要门户,以广西贸促会、中国物流与采购联合会、东盟国家物流协会共同发起成立的中国—东盟多式联运联盟为载体,中泰将促进物流合作,并举办多种水果贸易投资促进活动,推动完善产供销一体化的专业跨境水果供应链、产业链。(黄令妍)

## 国际商情

### 美国8月贸易逆差升至历史最高纪录

美国商务部日前表示,受新冠疫情和供应限制的影响,美国8月贸易逆差环比飙升4.2%,达到733亿美元,创历史最高纪录,高于7月份的703亿美元和6月份的732亿美元。与此同时,美国进出口额有小幅增长,8月份进口额环比增长1.4%,达到2870亿美元;出口额增至2137亿美元,较7月数据增长0.5%。尽管8月份美国总体进出口量呈增长趋势,但全球供应链问题仍在加剧,由于半导体严重短缺迫使汽车制造商减产,汽车和零部件出口量下降了8%,进口量也下降5.2%。经济学家表示,随着美国消费者的需求降温,未来数月美国进口增长速度可能会放缓。

### 越南从俄罗斯进口肉类大幅增长

据越南《海关在线》报道,今年前8个月,越南从俄罗斯进口肉类及肉制品达7.657万吨,进口额达1.6607亿美元,同比分别增长199.5%和181.9%。据越南海关总局公布的最新消息,从年初至8月底,越南进口各类肉类及肉制品50.49万吨,进口额为9.8686亿美元,同比分别增长11.9%和33.5%。俄罗斯、美国、巴西、波兰和印度是向越南供应肉类和肉制品的5个主要市场,其中俄罗斯是最大的市场。根据经济合作与发展组织(OECD)的数据,越南是世界人均猪肉消费量最大的国家之一,在亚洲排名第三,仅次于中国和韩国。预计年底将升至第二位。

### 墨西哥汽车部门出口比重下滑

墨西哥《经济学家报》近日报道,今年1—8月墨西哥出口总额3173.08亿美元,较2019年同期增长3.5%,但汽车部门出口仍未恢复至疫前水平。今年1—8月墨西哥汽车出口913.94亿美元,较2019年同期低7.5%;汽车业出口占出口总额的28.8%,高于2020年的27.8%,但低于2019年的32.2%。墨外贸理事会总经理鲁伊斯认为,今年墨西哥出口总额有望超越疫前水平,但在汽车行业恐难实现,主要由于全球半导体芯片短缺和疫情导致的物流障碍。(本报综合整理)



## 全球贸易反弹好于预期 WTO 预计今年增长10.8%

■ 杨海泉

世界贸易组织(WTO)近日发布最新一期《贸易统计及展望》。报告指出,2021年上半年,全球经济活动进一步复苏,商品贸易超过新冠肺炎疫情暴发前的峰值。世贸组织经济学家据此上调了对2021年和2022年全球贸易的预测。在全球贸易总体强劲增长的背景下,各国之间存在显著差异,一些发展中地区远低于全球平均水平。

据世贸组织目前预测,2021年全球商品贸易量将增长10.8%,高于该组织今年3月份预测的8.0%,

2022年将增长4.7%。随着全球商品贸易接近疫情前的长期趋势,增长应会放缓。半导体短缺和港口积压等供应侧问题,可能会给供应链带来压力,并对特定地区的贸易造成压力,但不太可能对全球贸易总量产生重大影响。

2021年全球商品贸易额的年增长率如此之高,主要因为2020年全球贸易出现了衰退。由于基数较低,2021年第二季度同比增长22.0%,但预计第三季度和第四季度将降至同比增长10.9%和6.6%。世贸组织预计2021年全球

GDP将增长5.3%,高于今年3月份预测的5.1%。到2022年,这一增长率将放缓至4.1%。

目前看,全球商品贸易的下行风险仍很突出,包括紧张的全球供应链和新冠肺炎疫情形势。预计全球商品贸易反弹的地区差距仍将很大,2021年亚洲进口将比2019年增长9.4%,而最不发达国家的进口将下降1.6%。全球服务贸易可能落后于货物贸易,特别是与旅游和休闲有关的行业尤为明显。

全球商品贸易最大的不确定

性来自疫情。世贸组织当前对全球商品贸易的最新上行预测取决于一系列假设,包括加速生产和分配疫苗。全世界已经生产和使用了60多亿剂疫苗,遗憾的是这仍然不够,各国在获取疫苗服务方面存在巨大差异。迄今,低收入国家中只有2.2%的人至少接种了一剂新冠疫苗。这种差异可能会为新冠病毒变异毒株的出现和传播创造空间,或导致重新实施减少经济活动的卫生控制措施。

世贸组织总干事恩戈齐·奥孔罗-伊维拉表示:“贸易一直是

抗击疫情的关键工具,目前的强劲增长凸显了贸易对支撑全球经济复苏的重要性。但疫苗获取不公平问题正在加剧各地区的经济分化,这一不平等持续的时间越长,出现更危险的新冠病毒变异毒株的可能性就越大,这可能会使我们迄今取得的卫生和经济进展倒退。世贸组织成员们必须团结起来,就世贸组织对疫情作出强有力的反应达成一致,这将为更迅速地实现疫苗生产和公平分配奠定基础,对维持全球经济复苏也是必要的。”

## 以属地化发展实现共赢共融

■ 本报记者 王曼



### 中非共建一带一路

受新冠肺炎疫情影响,2020年福田汽车在非洲市场的整体销量为2116台,同比下降50%。在此环境下,福田汽车迅速对非洲业务做出调整,聚焦客户需求,提升服务质量,并取得成效。今年前8个月,福田汽车非洲市场销量达2850台,同比增长35%,超过疫情前同期水平。

“一带一路”倡议及国际产能合作的大背景,为中国汽车企业进入非洲市场提供了重要发展契机。福田汽车是最早走进非洲的中国企业之一,在非洲开展业务超过15年,产品销售覆盖40多个国家,市场保有量超过10万台,商

用车产品线在非洲全部实现销售,并常年位居国内商用车出口企业前列。

2011年4月,福田汽车东非KD生产基地在肯尼亚首都内罗毕奠基,成为首家在非洲大陆设立生产基地的中国汽车企业。此后,通过与当地政府签订公共交通改善项目战略合作协议等形式,福田汽车深度参与非洲地区的经济建设和社会活动,有力提升了在非洲市场的影响力。

2018年,福田汽车联合中非产能合作基金、中非发展基金成立了中非福田投资有限公司(简称“中非福田”),作为对非投资的

主要平台,在阿尔及利亚、埃及、尼日利亚等“一带一路”沿线非洲国家开展属地制造与销售并进行配套贸易融资。中非福田是集投资+贸易为一体的全产业链平台,通过贸易拉动投资,投资促进贸易,稳固和扩大属地市场占有率,是福田汽车参与“一带一路”建设的重要一步,参与非洲基础设施建设、道路运输的重要途径,为福田汽车在非产业化发展提供了坚实基础。

2020年受新冠肺炎疫情影响,业务风险增加,尤其非洲区域受影响较大。中非福田持续发挥其资金供给、股权投资平台功能及风险管理作用,为福田汽车海外业务发展提供贸易融资支持及资金保障,降低和化解业务风险。

中非福田自成立以来共实现整车销量2.4万台,2019年至今核心业务整体实现盈利。除了稳健的经济收益外,该项目还在当地产生了巨大的社会效益,为当地带来数千个就业岗位,为助力非洲国家及地区产业结构升级,促进当地经济发展和人民生活水平的提高尽了一份力。

相较于出口的单一模式,福田汽车更注重市场的长足发展。在售后配套方面,福田汽车已建成并运营了多个区域配件中心(RDC)和国家配件中心(NDC),充分解决用户售后痛点。在产业发展方面,福田汽车通过属地合作的方式,与属地合作伙伴在制造工厂等方面开展合资合作。

福田汽车非洲业务负责人说,

通过属地合作伙伴以更加开放的合资合作模式开展属地生产及制造等业务,逐步实现属地制造、销售、服务、投资、贸易、金融等多业务融合,福田汽车非洲属地化发展的重要逻辑是共赢合作,与当地相关龙头企业以及合作伙伴开展战略性合资合作,以“共赢”思维,最终实现共赢发展。

该负责人认为,在全球化不断推进的浪潮中,要成为世界品牌,“走出去”只是第一步。国际化是一个漫长的道路,简单的贸易无法实现海外市场的突破以及持续稳定的增长,只有在当地做出受人尊重的经济和社会贡献,企业才能“留下来”并“融进去”,逐步实现市场的进入与自身的长远可持续发展。