

中小微外贸企业稳则全年保稳提质基础牢

■ 本报记者 刘禹松

7月28日,XTransfer联合商业贸促会发布《2022年上半年中小微企业出口贸易(B2B)指数报告》。该报告显示,上半年,中国中小微外贸企业收款量同比增长15.3%,高于海关总署发布的全国出口金额同比增长14.2%的增幅。“在严峻的国内外环境下,中国中小微外贸企业不仅收获了一季度的平稳开局,还在二季度后半程迅速扭转了因疫情造成的指数下滑趋势,为全年外贸保稳提质打下了坚实基础。”该报告称。

据了解,本次发布的《2022年上半年中小微企业出口贸易(B2B)指数报告》包括《2022年上半年中国外贸出口先行指数》《2022年上半年中国中小微外贸企业出口RCEP区域活跃指数》以及《2022年上半年中国中小微外贸企业竞争力指数》。通过援引1月至6月及往年同期具有代表性的同批客户样本数据,并结合XTransfer平台中小微外贸企业全年收款表现及中国海关出口数据,反映中国中小微外贸企业在2022年上半年的出口表现。

此外,为回应社会各界对上半年外贸出口受疫情影响的关切,本次发布的报告还增加了上半年深圳、上海两地的外贸出口先行指数及分析。

稳外贸传出积极信号

根据《2022年上半年中国外贸出口先行指数》,上半年,面对严峻复杂的外部环境和国内疫情多点频

发,先行指数总体走势和去年保持一致,且相较于2021年上半年显著上升。4月份以来,受疫情等一系列因素影响,该指数一度承压下行,但在6月份显著回升,传递出积极信号。

XTransfer商业智能中心认为,一方面这是由于国内疫情迅速得到控制,供应链恢复,生产和订单持续回升,而积压性需求的释放,一定程度强化了反弹的力度;另一方面也和国家密密可出的稳经济、稳外贸政策密不可分。

今年年中,浙江省宁波市组织商务包机飞往欧洲,支持外贸企业稳订单、拓市场,政府为企业组织包机的举措,让海外买家看到了中国外贸人的决心和力量。除了帮助企业出海拿订单,各地政府也陆续出台纾困帮扶政策,给外贸企业“减负”“增氧”,为促进中国外贸稳中提质保驾护航。

此外,“中小微外贸企业由于其管理机制更为灵活,能够及时调整经营策略,因此在面临外部压力和挑战时,弹性更足、适应能力更强,可及时将不利影响降至最低。”该报告称。

当前,新冠肺炎疫情和国际环境仍然严峻复杂,外贸发展还将面临不稳定、不确定因素,但中国外贸韧性强、潜力足、长期向好的基本面没有改变。在疫情反复冲击下,全球需求缺口仍然存在,中国依托完备的制造业体系能够继续满足国际

市场的需求。

该报告显示,从出口目的地来看,中国中小微外贸企业出口额前三大目的地地区依次为北美、欧盟和东盟;中国中小微外贸企业出口额增长率较高的国家包括美国、加拿大、新加坡、意大利、南非、菲律宾等。我国对北美和东盟出口的持续高景气,成为拉动出口稳步向好的重要动力。

从出口产品类别来看,对于主要出口国家,交通设备和皮革及其制品的出口额增长最多,均同比增长38.2%;医疗精密仪器同比增长23.2%;金属及其制品同比增长18.2%。

在B2B出口贸易中,收款数据往往先于海关数据和物流数据显现趋势。“目前,国内经济运行总体稳中向好,在各项促进外贸保稳提质措施的有力推动下,我们预计下半年中国外贸出口将进一步稳中提速、稳中提质。”该报告称。

沪深两地外贸增长后劲足

今年上半年,上海、深圳接连遭遇新冠肺炎疫情影响。作为我国外贸重镇,两地外贸企业的经营情况始终牵动人心。根据本次发布的《2022年上半年上海外贸出口先行指数》和《2022年上半年深圳外贸出口先行指数》,疫情影响过后,两地外贸发展如今正在呈现喜人态势。

XTransfer商业智能中心表示,虽然4月份上海先行指数一度出现

下探,但随着全市复工复产加速推进,产业链供应链趋于修复,社会运转逐步回归常态,积压需求释放,上海先行指数持续企稳回升。2022年上半年,上海中小微外贸企业收款量同比增长8.8%。下半年,随着一系列稳外贸措施落地,产业链供应链进一步修复,复工复产加快节奏推进,上海外贸将迎来新的蓬勃生机,有望实现全年出口稳定增长。与此相比,深圳虽然受到疫情短期影响,但并未对外贸出口造成明显冲击。3月至6月期间,深圳先行指数稳中有升,且显著高于去年同期。2022年上半年深圳中小微外贸企业收款量同比增长17.6%,增速略高于全国整体的收款量水平。深圳作为最有活力的外贸城市之一,国际竞争力的增强优化了外贸结构,多种贸易新业态共生共荣。“下半年,深圳外贸出口将持续保持强劲增长动力。”该报告认为。

RCEP区域贸易增长潜力大

截至目前,RCEP落地生效已过半年。商务部研究院亚洲研究所副所长袁波近日透露,从产业层面来看,RCEP区域已经成为全球制造和生产中心,并且其地位还在不断提高。

根据本次发布的《2022年上半年中国中小微外贸企业出口RCEP区域活跃指数》,中国中小微外贸企业对RCEP区域出口表现出较强韧性,在疫情冲击及国际形势复杂严

峻的背景下仍呈稳中有升的态势。根据这一指数,上半年中国中小微外贸企业出口RCEP区域收款量同比增长11.4%,向RCEP区域国家出口的中小微外贸企业数同比增长了23.1%。

“RCEP落地生效半年来,政策红利逐步释放,为外贸企业降低关税成本、抢占国际市场提供了新机遇,更为中国外贸注入了源源不断的新活力。”该报告称。

从出口目的地来看,中国中小微外贸企业RCEP区域出口额前三大目的地国家依次为:韩国、日本和越南;中国中小微外贸企业RCEP区域出口额增长率前三大目的地国家依次为:新加坡、菲律宾、印度尼西亚。

从出口产品类别来看,对RCEP区域主要出口国家,交通设备及零配件出口同比增长达59.3%;皮革及其制品出口同比增长达39.7%;医疗精密仪器出口同比增长达29.4%。受益于较低的人工成本、土地成本和较好的本地优惠政策,以代工为主的制造业正在向部分RCEP区域国家转移,进一步推高了各类零配件和原材料的需求。

随着RCEP合作深化、政策落地,区域内国家产业链供应链实现优势互补和深度融合,激发外贸发展活力。XTransfer商业智能中心认为,下半年,中国中小微外贸企业对RCEP区域出口贸易将会释放出更大的发展潜力。

进口商品线上市场持续增长 为买全球加油

■ 本报记者 刘禹松

7月30日,第二届中国国际消费品博览会(简称消博会)在海南省海口市落下帷幕。记者从本届消博会上获悉,我国进口消费品线上市场正在稳步发展,国内消费者对海外品牌的跨境购买力持续增强。

在消博会期间举办的2022消费创新论坛上,《RCEP区域跨境电商进口(B2C)指数报告》正式对外发布。据了解,这是国内首个聚焦RCEP区域的跨境电商进口指数。该指数由浙江大学、阿里研究院及天猫国际联合制作,关注海外中小企业,结合天猫国际上RCEP区域国家的贸易规模、企业发展、市场需求、消费体验,呈现区域内数字贸易的发展态势。

该报告显示,上述指数呈现“逐浪上升、快速增长、周期变化”的趋势。自2019年一季度到2022年二季度总指数上涨了1.96倍,2019年至2021年的年化增长率达33.2%,是同期海关总署发布的“中国—东盟贸易指数”(19.6%)增速的1.69倍。

在四个分指数中,RCEP区域国家的跨境进口贸易规模的指数增速最快,达43.8%;从企业发展和市场需求来看,RCEP区域国家的新增企业数、品牌数持续增长,同时品牌黏性持续上升,持续满足域内国家进口消费需求,体现出RCEP区域数字贸易活力强劲。

与此同时,率先从疫情中恢复的中国市场也展现出强大的内需潜力,跨境电商新模式灵活性强、持续创新,吸引区域内品牌加速在华拓销。

阿里巴巴B2C零售事业群副总裁王浩洋表示,RCEP区域跨境电商零售进口在与全国经济走势基本一致的基础上,叠加了电商的季节性特点,逐浪上升,发展快于整体贸易大盘和区域一般贸易进口,展现出勃勃生机。

除此以外,京东消费及产业发展研究院也在本届消博会期间基于京东平台消费情况发布了《2022年进口消费趋势报告》。该报告显示,上半年京东进口品牌商品SKU(最小存货单位)数量同比增长51%;今年618期间,京东国际超过400个品牌成交额同比增长超过100%,近100个细分类目成交额同比增长超过100%。

该报告认为,跨境电商的日渐完善以及跨国物流的飞速发展,促进了出境游热门国家的在线商品消费持续增长。新冠肺炎疫情虽然阻碍了人们境外出游的脚步,但国内消费者对境外商品的需求并未因此减弱。

该报告显示,自疫情发生以来,旅游热门国家的消费品进口持续增加。从进口国来看,美国、日本、法国、德国和瑞士连续三年蝉联进口国前五名。值得关注的是,日本和韩国这两个出境购物目的地国家的进口品牌商品在疫情后的销售额增长迅速,与2019年相比,2021年韩国和日本的进口品牌商品销售额分别同比增长4.6倍和4.1倍。

由于出国旅游的限制,许多消费者从“游全球”转向“买全球”,让热门旅游国家的进口消费大幅度增长,而具有代表性和国家特色的国家馆商品更是受到了消费者的青睐。京东销售情况显示,2022年上半年在京东平台上开设的国家馆达到了65个,店铺数量同比增长400%,与之相关的SKU数量同比增长378%。

随着国民经济水平不断提升和消费结构不断升级,进口市场的消费需求正在呈现出多元化、高端化特点。该报告显示,在进口品牌商品消费中,手机通讯设备、电脑办公、母婴、美妆护肤和家用电器等是中国消费者最愿意购买的品类。其中,2022年上半年手机通讯类进口品牌商品占到了消费者进口品牌商品成交额的三成以上。

进口消费的背后反映的是居民更高品质的消费需求。与去年同期相比,2022年上半年手机通讯、美妆护肤占比大幅提升。京东销售情况显示,今年“京东618”期间,京东自营进口保健品预售订单额同比增长140%;跨境食品酒水生鲜品类预售订单额同比增长100%。

大量的进口品牌在中国市场上销售增长飞快,进口品牌成长背后很大程度上是消费者长期以来建立的对其品质的信任。在成交额TOP100的进口品牌中,电脑办公、美妆护肤、个人护理、母婴和家用电器品类的知名进口品牌数量最多,前100中个数总和达到61个。

在此背景下,年轻人仍然是进口品牌商品消费主力军。26岁至35岁用户人群占比达到近五成。46岁至55岁年龄段人群对于进口品牌商品的消费热情也在快速提升。与2019年相比,46岁至55岁年龄段人群的进口品牌商品成交额在去年增长了283%。

截至目前,高线级市场仍是进口商品消费的主力,2022年上半年,一二线市场的进口品牌商品成交额占比达55%。但在国家政策的扶持下,进口品牌商品也在快速占领县域农村市场。近年来,县域农村市场的进口消费热度持续上涨,尤其是在疫情期间县域农村市场的进口消费成交额增长迅速。京东销售情况显示,与2019年相比,2021年县域农村市场进口品牌商品成交额增长了174%。

“伴随着中国经济持续增长,越来越多的进口品牌借助良好高效的供应链生态体系,进入中国市场,满足消费者更多样、更高品质的消费需求。持续活跃的进口市场将在很大程度上对国内消费市场起到补充作用,进而满足我国居民不断增长的消费需求。”该报告称。



图为关员保障徐州中欧班列越南河内线路首开
任韦韦 摄

徐州中欧班列实现多向联通

本报讯(记者 刘禹松)7月29日,在徐州海关的监管下,一列满载本地玻璃制品、母婴用品等出口货物的中欧班列驶出徐州淮海国际陆港铁路集散中心,发往越南河内安员站。作为徐州首个开出的中越线路班列,这也标志着徐州中欧班列正式打通南向国际陆路通道,实现多方向全面联通。

据了解,越南是“一带一路”沿线重要国家,也是RCEP成员国之一。此次新线路开辟了徐州与东盟成员国之间国际物流新通道,运输

时间比传统江海联运节约了近一半,有效提高了运输效率,对推动“一带一路”沿线国家贸易往来和经贸合作发展具有重要意义。

“徐州海关提前对接,安排专人全程跟踪指导,逐项解决新线路业务开展过程中遇到的各类问题。铁路徐州货运中心、中铁集装箱有限公司、江苏省班列公司也多方支持帮助,保障此次首列越南出口班列顺利开行。”徐州班列公司副总经理宋斌介绍,“这是今年以来继开通白俄罗斯回程班列线路、蒙古国去程

班列线路后,徐州中欧班列新开通的第三条班列线路。”

“为落实海关总署促进外贸保稳提质十条措施和南京海关18项细化举措要求,徐州海关充分发挥智慧海关作用,借助科技手段,不断完善优化现场监管作业流程,提升监管效能,全力保障班列稳定运行。”徐州海关副关长尤兴军表示,“下一步,我们将继续加强与相关部门联动协作,助力中欧班列充分发挥物流优势,不断拓展国际通道,推动地方外贸经济高质量发展。”

消费稳则市场稳 市场稳则经济稳 加快服务业市场开放 激发服务型消费潜力

■ 本报记者 张凡

今年6月份我国消费增速由负转正,出现回暖迹象。刚刚成功举办的第二届中国国际消费品博览会体现出这一趋势仍在持续向好。但正如业内人士所说,当前我国经济恢复基础尚不稳固,不确定因素较多,在这样的背景下,如何更好地优化消费供给、畅通消费渠道、提振消费信心、增强消费活力成为需要研讨的重大课题。

中国(海南)改革发展研究院日前发布的题为《中国消费结构现状与趋势》的研究报告显示,2021年,我国消费结构升级的趋势尚未改变,服务型消费实现“双回升”(服务型消费支出水平出现回升,服务型消费占比出现回升),消费对经济增长的贡献率有所提升,文化消费、健康消费、信息消费等仍保持两位数增长,绿色消费等新型消费亮点较为突出,服务型消费回流初见成效。报告认为,进入新发展阶段,14亿人的消费结构正由物质型消费为主向服务型消费为主升级。我国的消费结构升级,不仅为经济可持续发展注入重要动力,而且将推动经济结构的深刻变革,为构建新发展格局奠定坚实基础。2013年至2019年,居民人均服务型消费支出

水平从5216元上升到9886元,占人均消费支出的比重从39.7%提升到45.9%,预计到2025年,服务型消费支出占比将超过50%,到2035年将达到60%至65%。

报告还指出,从我国14亿人消费结构升级的客观趋势看,2021年消费复苏未及预期,消费结构升级面临放缓的压力。这其中有多方面结构性因素的影响,既包括疫情的严重冲击,也包括服务型消费供给受阻、家庭财富恢复偏缓、居民就业与收入预期不稳、消费市场环境欠佳等。为此,报告建议,需要把握消费结构升级的大趋势,紧紧抓住消费结构升级放缓的突出挑战,推动结构性政策调整和深化结构性改革,促进以服务型消费为重点的消费全面复苏与增长。

这其中,推动以服务贸易为重点的高水平开放进程颇为重要。报告提出以下建议:一是全面实施跨境服务贸易负面清单管理制度。我国服务贸易规模不断扩大、结构进一步优化,将为释放服务型消费潜力提供重要条件。建议对消费潜力大、服务贸易的规则、规制,研究出台全国跨境服务贸易负面清单。允许负面清单

引导企业 用好用足自贸协定

本报讯(记者 王曼)记者从中国贸促会举行的7月例行新闻发布会上了解到,今年上半年,贸促系统原产地证签证金额共计1961.7亿美元,同比增长24.57%。其中,贸促系统RCEP原产地证书签证金额累计达到27.32亿美元,占中国外贸企业申办RCEP证书金额的23.44%,签证份数共计5.68万,占中国外贸企业申办RCEP证书份数的27.48%,预计可为中国产品在RCEP进口成员国减免关税4000万美元。

从RCEP证书出口目的国看,日本连续6个月排名首位,每月签证金额占比均超过90%,可以看出RCEP协定的实施对我国对日本出口的拉动效应显著、潜力巨大。

从对日本出口商品分类看,主要是服装及衣着附件(占比44.67%)、有机化学品(占比12.86%)、塑料及其制品(占比5.44%)、鞋靴、护腿和类似品及其零件(占比4.16%),客观反映了中国与日本的产业互补性,也说明RCEP能够有力助推相关行业企业扩大对日本出口。

从证书签发地区看,签证金额排名前五的地区分别是江苏(占比32.26%)、山东(占比19.56%)、广东(占比10.73%)、辽宁(占比10.14%)、浙江(占比8.71%)。另外,辽宁RCEP原产地证书签证金额2.77亿美元,优惠原产地证书签证金额8.3亿美元,合计金额同比增长64.35%,高于全国同期增长率,RCEP的实施对辽宁企业利用自贸协定出口金额增速贡献相当高。

RCEP实施半年来,为区域经贸发展带来了实实在在的好处,给企业带来了“真金白银”的实惠。但有部分企业近期反映,对RCEP关税减让、原产地、服务贸易、投资开放等方面规则掌握不熟练;部分企业表示,尚未享受到关税减免红利,迫切希望在规则解读、业务办理流程等方面获得更多指导和培训。

为扎实做好RCEP实施相关工作,引导企业用好用足政策红利,中国贸促会将以下三个方面努力:一是精心开展宣传培训和调研。举办自由贸易协定推广实施国际合作论坛,办好RCEP政策解读与利用系列培训,帮助企业掌握RCEP关税减让、原产地累积等规则,持续跟踪了解企业利用RCEP过程中面临的困难问题。二是持续加强信息体系建设。优化贸促会自贸协定服务网和“中国自贸FTA”微信公众号功能,加快建设自贸协定大数据库、咨询平台、查询平台,为广大企业提供更加智能便利的“互联网+FTA”一站式服务。三是继续做好原产地签证服务。升级原产地签证信息化系统,做好RCEP原产地证书签发工作,及时帮助进出口企业沟通解决享惠受阻问题。

面打破体制内外人才流动壁垒,构建专业性、开放型的人才管理与服务体系。率先与中国香港、欧盟、日本、韩国等开展专业技术人员的资格互认及服务业监管标准对接,试点服务贸易“经认证的经营者”。

三是办好中国国际消费品博览会。依托海南自由贸易港政策与制度创新优势,推动消博会品牌化、放大消博会效应,助推消费潜力释放。加快建设全球消费精品中心,为国内外消费精品提供常年展示交易平台,满足全球消费精品企业和品牌参展交易需求,在海南实现“买全球、卖全球”。

“未来几年,我国有望成为全球第一大消费市场。”中国(海南)改革发展研究院院长迟福林表示,我国消费结构升级仍是大趋势,我国14亿人的消费结构正由物质型消费为主向服务型消费为主升级。尽管短期面临疫情的严重冲击,但未来5至10年,中国以研发为重点的生产性服务业,以满足人民美好生活向往的生活性服务业仍处于较快发展态势中,市场潜力巨大。尤其是服务贸易蕴含巨大增长潜力,我国要抓住服务型消费需求升级的态势,推动服务贸易发展。