

中贸时评

外贸保稳提质关键是主动提升抗波动能力

■ 张凡

习近平主席在十四届全国人大一次会议上发表重要讲话时指出,“我们要扎实推进高水平对外开放,既用好全球市场和资源发展自己,又推动世界共同发展。”这说明,作为全球第二大经济体,中国经济指标的变化,特别是外贸等对外经济贸易领域指标的变化,都随时牵动着全球市场的神经。自党的二十大报告提出“加快建设贸易强国”以来,我国不断推出相关政策举措,推动外贸高质量发展,加快我国从贸易大国向贸易强国进军的步伐。于是,主动提升我国外贸抗波动能力便是题中应有之义,将会向全球市场释放出我国稳经济促发展的信心,为加快构建新发展格局提供有力保障。

提高外贸抗波动能力,旨在保持外贸进出口额或者增长速度在较长时期内行进在合理可预期的范围之内,即使遇到极端情况,也能多措并举,尽量避免相关指标的剧烈波动。

从长期来看,提高外贸抗波动能力有利于不断提升我国外贸主体的信心。改革开放45年来,我国外贸发展已经取得巨大成就,我国稳居全球货物贸易第一大国,外贸基数不断增大,但任何国家的发展都不可能是直线升级的,或许在将来我国的外贸也会迎来中低速增长期。在庞大的基数之上,外贸数据的微小波动,都反映出千千万万的经营主体业绩的具体变化,也会进一步反作用于经营主体,影响其信心。

从短期来看,当下我国外贸发展环境发生了复杂的变化,无论是地缘政治博弈、逆全球化思潮、贸易保护主义,还是俄乌冲突、新冠疫情、全球高通胀、硅谷银行倒闭,都会给外贸发展带来更多的不确定性、不稳定性。

好在我国外贸发展拥有十足的底气。这种底气来自于我国拥有雄厚的产业基础、完善的产业配套、超大的市场规模、多元的贸易伙伴、创新的贸易方式、丰富的贸易主体和有效的支持政策。只要在此基础之上,提升外贸抗波动能力便是水到渠成之事。总体来看,提高外贸抗波动能力,就是聚焦于做好自己的事,而关键的关键就在于“主动”二字。我们不妨从以下四点入手:

一是优化产业链海外布局,努力提高出口产品的附加值。全球贸易格局发展到现在,货物贸易的结构发生了巨大的变化,中间品贸易占比逐渐提高,目前国际贸易的70%以上都是中间品贸易。在这样的背景之下,需要推动外贸发展从产品“走出去”转变为产业链“走出去”,鼓励产业链龙头企业将组装工厂布局到目标市场及周围,在就近满足当地市场需求、带动当地就业的同时,也拉动技术含量较高、附加值较高的中间品出口,带动我国专精特新企业更好开拓国际市场。特别是在贸易保护主义抬头、国际政治纷争波诡云谲的当下,产业链、供应链重构出现近岸化、友岸化的趋势,我们重视优化产业链布

局可以更好帮助外贸企业规避各种贸易壁垒,进而在稳定外贸出口的同时,提高出口产品附加值。

二是加快畅通国内大循环,持续助力内外贸一体化发展。随着我国对外开放不断向更大范围、更深领域、更深层次挺进,企业无论是否走出国门都面临着国际化的竞争,外贸企业内外贸一体化将成为保持竞争力的路径。此外,还需要通过促进进口来进一步拉近我国与贸易伙伴之间的关系,为贸易强国建设筑牢根基。从发达国家的外贸发展历程来看,出口大国不一定是贸易强国,但进口大国一定是贸易强国;其一,进口所需的大量外汇都来自于高附加值的出口产品和服务;其二,进口方不仅掌握着话语权,还需要庞大的市场规模来支撑。这样来看,无论是内外贸一体化还是促进进口,畅通的国内大循环都是不可或缺的重要条件。为此,政府需要将扩大内需摆在重要位置,促进共同富裕,加快建设全国统一大市场,不断扩大消费市场的规模、提升消费水平,为外贸企业发展营造良好的国内市场环境。

三是推动贸易通道多元化,有力保障供应链产业链畅通。这就需要进一步推动中欧班列、西部陆海新通道等陆路贸易运输方式的高质量发展。一方面,随着我国与“一带一路”沿线国家和地区经贸联系日渐紧密、产业分工日益深化,中欧班列、西部陆海新通道不仅将降低我国与“一带一路”沿线国家和

地区的运输成本,还可以避免海运所带来的不确定性风险;另一方面,中欧班列等铁路运输方式可以最大程度实现工厂(园区、仓库)到工厂(园区、仓库)这样的“门对门”布局,可以触达市场末端,与跨境电商等外贸新模式新业态的发展更匹配。这便可以更好发挥中国外贸企业的优势,在提高话语权的同时,保障供应链产业链畅通。

四是稳步扩大制度型开放,不断释放高水平开放新红利。这就要求我们在全中国范围内高质量地履行WTO规则,高质量地实施RCEP,在自贸试验区率先高质量地对标CAI、CPTPP、DEPA等高标准国际经贸规则。这些高标准国际经贸规则不仅包含货物贸易、投资等内容,对服务业领域开放也有涉及。在新技术不断涌现的当下,我国主动扩大服务业对外开放,促进服务贸易发展,将会让更好的技术赋能我国的产品和服务,提高其国际竞争力,从而形成服务贸易与货物贸易相互促进的发展格局,驱动我国外贸高质量发展。

我国外贸发展的优势是在长期的国际竞争中形成的,外贸发展长期向好的趋势是不会改变的,这都是我国综合实力的反映。我们相信,在党中央的坚强领导下,在政府、企业、促贸机构、商协会等外贸参与主体的共同努力下,我国外贸抗波动能力将会不断提升,我国外贸高质量发展、建设贸易强国的目标一定会实现。



连日来,河北省邢台经济开发区外贸企业开足马力生产,赶制订单。当地相关部门在降低企业综合成本,加大政策、金融、培训等支持力度方面精准发力,助力企业实现2023年首季“开门红”。图为工人在邢台经济开发区一家外贸企业生产车间组装童车产品。
新华社记者 骆学峰 摄

今年前2月新疆霍尔果斯口岸进出口货运量超500万吨

本报讯 自疫情“乙类乙管”政策落地以来,霍尔果斯口岸实现客货双通,多种贸易方式齐头并进。今年前2个月,霍尔果斯口岸进出口货运量达509.2万吨。其中公路口岸进出口货运量9.4万吨,铁路口岸进出口货运量139.3万吨,同比分别增长43.6%和43.9%。

前2月霍尔果斯口岸主要进口商品为机电产品、农产品、肥料、食品、纺织纱线、织物及其制品等。出口商品为机电产品、高新技术产品、服装及衣着附件、纺织纱线、织物及其制品等。

霍尔果斯爱华国际货运代理

有限公司经理朱小雨告诉记者:“今年以来,我们公司向哈萨克斯坦出口了500余辆商品车,货值6000余万元。下一步,我们计划加强与疆外厂家和中亚市场对接,争取更多的整车和机械装备从霍尔果斯对外出口,助力中国制造走向国门、走向世界。”

近年来,为进一步提升通关效率,促进口岸外向型经济高质量发展,霍尔果斯持续推进自报自缴、电子支付等重点业务改革和通关便利措施推广,压缩整体通关时效。积极发挥“铁路快通”模式、“关铁通”项目、“准轨换宽轨”等项目势能,提

升大宗资源型商品流通效率。并协助企业搭建跨境电商平台,引导企业用好便利通关政策,实施跨境贸易“一站式、全流程、数字化”服务,助力企业快速完成跨境电商出口的“换挡升级”。

霍尔果斯海关综合业务科一级行政执法员杨惠帆说:“我们创新智慧监管、畅通物流举措,持续优化监管服务流程,提升全流程作业效率,利用‘单一窗口’‘互联网+海关’等智慧平台,实现一体化通关,叠加运用‘智能审图+人工审像’优势,大力推广‘归并申报’,提升通关便利化水平。”(李明 李辉慧)

海外需求同比增长 数字化外贸春意浓浓

■ 本报记者 刘禹松

3月21日恰逢春分。当天,面对外界有关中国外贸今年增长趋势的担忧,阿里巴巴国际站总裁张阔在媒体年度沟通会上表示,正如日渐温暖的天气一样,中国外贸的整体环境也在改善,数字化外贸就是其中的重要表现。

来自阿里巴巴国际站的统计数据表示,今年以来,在该平台上,海外需求同比增长达到30%。进入二月份,这一增速还在进一步上升。其中,阿里巴巴国际站的“高质量商机”同比增速最高达到48%,自主访问买家数量同比增长最高达到43%。

据张阔介绍,一些消费国的库存水平目前已经开始到顶回落。其中,美国市场零售数据平稳,去库存周期预计持续到今年下半年。针对目标人群和品类寻找结构性增长机会或将成为中国外贸新的增长机会。

他表示,从去年以来,欧美国家的消费者物价指数(CPI)逐步下降,美国消费者信心指数正在回升,东盟、“一带一路”沿线的中东和南美等地区的制造业快速复苏,消费类和非消费类商品的

销售在不同区域呈现了不同的恢复和回暖的态势。

从不同国家市场的具体表现来看,阿里巴巴国际站上欧美市场消费品类产品销售已经开始回升,东盟、中东等地区市场则对建材、机械设备等非消费品的需求增长迅速。

在阿里巴巴国际站上,海外市场需求的变化也呈现出不同的行业机会。新能源、建材、机械、新能源车及其配件等外贸新热点行业保持了高速增长。正在进行的阿里巴巴国际站3月新贸节上,新能源充电桩等产品成为“爆款”,海外需求增长了218%。

而在消费品行业,海外买家在追求性价比的同时,更追求有微创新、多功能一体的个性产品。3月新贸节期间,智能穿戴、宠物智能喂养等创新产品深受海外买家欢迎。

面对外界有关中国部分外贸产业发生转移和东南亚部分国家对中国出口市场形成挑战等方面的担忧,张阔表示:“尽管个别发达国家一直倡导‘制造业回流’,但从制造业采购经理

指数(PMI)可以看出,真正能够回流的只是少部分的垂直品类,整体的制造业品类回流难度依然较大。”而从消费类商品来看,中国在耐用品(服装、3C)和快消品(母婴、宠物用品)供给方面,拥有比较丰富的品类和多样化的布局。尽管存在一些此消彼涨,但整体上来看,中国外贸出口依然维持非常不错的发展。

在张阔看来,中国外贸的出口总量与东南亚国家相比并不在同一数量级。中国幅员辽阔,每年新产生的工业技术人口数以千万,而东南亚每个国家只有数十万。“从过去11个月的数据来看,当中国外贸出口遇到困难时,东南亚一些国家订单数量下降的速度甚至更快。”张阔说。

展望未来,张阔认为,科技创新或将深刻影响外贸行业,智能化和视频化将会定义下一代外贸体验。

未来,阿里巴巴国际站将加大智能技术的创新和应用,优化采购体验,大幅降低外贸商家的日常运营成本 and 门槛。同时,在跨境物流、资金流服务等

党的二十大报告提出,构建优质高效的服务业新体系,推动现代服务业同现代制造业深度融合,加快发展数字经济,促进数字经济和实体经济深度融合,打造具有国际竞争力的数字产业集群。“服务外包产业是数字经济和数字服务的重要组成部分。”3月21日,在第十二届中国国际服务外包交易博览会的开幕式暨国际服务外包发展论坛上,中国国际投资促进会会长马秀红表示,今年是中国服务外包千百十工程启动实施17周年,经过17年的发展,我国服务外包产业水平全面提升,综合实力跻身世界前列,已经成为我国经济创新发展的新引擎、开放型经济的新亮点,数字技术与实体经济深度融合的新平台、贸易结构优化的新标志、绿色共享发展的新动能、高学历人才集聚度最高的新产业。

马秀红说,过去三年,面对复杂严峻的外部环境和新冠疫情带来的严峻挑战,我国服务外包产业凭借与时俱进的创新能力,不断拓展和提升的数字服务与远程服务优势,实现了逆势快速增长,展现了自身强大的韧性,为我国经济社会稳定发展作出积极贡献。

商务部数据显示,2022年,面对需求收缩、供给冲击、预期转弱等三重压力,我国服务外包产业依然保持了较强的活力和韧性,全年完成服务外包执行额1.6万亿元人民币,其中离岸服务外包执行额8953亿元,同比分别增长10.3%和4.1%。

商务部服务贸易和商贸服务业司司长王东堂表示,服务外包产业以数字技术为支撑,已广泛深入生产、流通、消费等各环节,促进智能制造、智慧物流、远程医疗、在线教育、数字农业等新业态新模式快速发展,助力相关行业加快数字化转型。

世界贸易组织副总干事张向晨说:“在数字化转型的新时期,外包正在成为企业业务闭环的重要组成部分,使企业专注于其核心业务并降低运营成本。外包还可以帮助企业提高效率,改善客户服务,促进创新,并在快速演变的全球市场中变得更加灵活。”

与会企业认为,数字中国战略的全面加速实施,为服务外包企业与制造业等实体经济企业加强合作,共同推进产业数字化、数字产业化提供了战略机遇和无限的商机。当前我国服务外包产业发展机遇大于挑战。

“发展至今,我国的服务外包企业规模到了一定的程度,但是仍是大而不强,与国际上比较,我们跟埃森哲等跨国公司的差距还是有的。但数字经济或者数字变革转型,又给我们带来了新的发展机会、服务机会,尤其是数字中国的打造。那么为了抓住机会,我们就要不断创新服务模式,而且要跟客户一起,去发现新的需求、撬动新的需求,在转型升级的过程中,不断创新服务模式、拥抱新的技术,这样才可以成为数字变革中的主力军。”中软国际有限公司高级副总裁唐振明谈道。

张向晨表示,数字技术一直在改变全球经济,催生新产品、新商业模式、新参与者和新市场。根据世贸组织的模拟分析,数字技术将产生重大影响并推动全球贸易增长。随着中国数字经济的快速发展,预计中国外包市场有望在2022年至2030年间以11.3%的复合年均增长率继续扩大。

王东堂表示,商务部将加快服务外包转型升级,促进数字技术与实体经济深度融合,为服务外包产业发展创造良好的营商环境,主要从以下四个方面努力:

一是完善平台载体。高标准推动建设服务外包示范城市,通过先行先试和示范引领,带动加快服务外包向高技术、高附加值、高品质、高效益转型升级,进一步办好服博会、数贸会、数交会等各类重要展会,支持各地开展形式多样的服务外包投资产业促进活动,加强产业交流和项目对接。

二是加快数字化转型,顺应经济社会数字化发展的新趋势。加强顶层设计,抓住数字经济和数字贸易发展机遇,大力发展数字贸易,运用数字技术,大力推进众包、云外包、平台分包等新业态新模式发展。

三是优化区域布局,落实国家区域重大战略和区域协调发展战略,完善服务外包城市动态管理机制,有序新增示范城市,着力优化国内区域发展布局,形成东部引领、带动、中西部 and 东北地区加快发展的新格局,实现区域协调联动发展。

四是壮大市场主体,进一步完善财政、保税、投融资等各类支持政策,支持各地与服务贸易创新发展引导基金加强对接,推动服务外包企业创新商业模式,提高国际竞争力和国际化经营水平,培育全球价值链中的“隐形冠军”和“小巨人”企业,形成具有国际竞争力的产业集群。

跨境电商助纺织服装业拓展海外大市场

■ 本报记者 张寒梅

何家欢是美客多华南区商务及区域拓展负责人,在她看来,拉丁美洲同样拥有较大市场潜力。她表示,拉美地区不仅拥有人口红利,而且网购人数占比较高,是全球增速最快的电商市场之一。目前,拉美消费市场普遍处于待开发状态,买手可选择的品牌少、被提供的价格范围窄,进入当地市场的中国品牌也相对较少,因此拉美市场可成为产品质量好、价格优、客户服务能力强的优质中国服装品牌的出海新选择。

机遇的背后也存在挑战。极兔国际广西区域陆运总监黄瑾表示,订单碎片化、运输成本增高、本土用工成本增高、海外仓储库存滞胀、贸易摩擦加剧等都给服装产业出海带来了挑战。其中,服装企业尤其在跨境物流领域容易“踩坑”,如时效不达,追诉无果;货在途中,不知定位;货损货丢,索赔无门,追偿无期;退货无仓,尾货堆积,语言不通,效率低下等。为解决这些问题,极兔国际物流正通过实现数字化、一体化、定制化、稳定性服务,高效助力服装产业品牌出海。

值得一提的是,此次跨境电商峰会的举办地广西地处中国—东盟自贸区核心走廊,拥有河池市宜州区、环江县(中国优质蚕丝生产基地),玉林市福绵区(中国休闲服装名城),贵港市桂平市木乐镇(中国休闲运动服装名镇),贵港市港南区(中国羽绒之乡)5个国家级纺织服装产业基地,伴随着本土数字新外贸的不断发展,其区位优势、产业优势和市场优势得到了进一步释放。

徐建华表示,我国纺织服装产业正进一步向东南亚国家和我国中西部地区转移,广东、福建、江苏、浙江等地区纺织服装企业加大广西投资建设力度,大量纺织服装商品通过广西实现与东盟、RCEP成员国的互联互通,蕴含着巨大的商业机会。

对此,为助力广西优质产业货通全球,阿里巴巴国际站持续在广西本地开展电商培训和人才培养活动。阿里巴巴国际站云桂区域总经理陈文琨表示,阿里巴巴国际站云桂区域将以广西—东盟国际纺织服装产业博览会为契机,开展B端特有的本地服务体系和标杆游学,通过线上与线下的有机结合,全方位助力包括服装行业在内的广西商家数字化出海转型升级,帮助更多优秀的本土企业走向国门、全网获客。

抢抓数字经济机遇 加快服务外包转型升级

■ 本报记者 王曼