

全球商品贸易放缓  
服务贸易增长趋于平稳

本报讯 联合国贸易和发展会议日前发布的《2023年统计手册》(下称《手册》)显示,世界疫后复苏迹象显著,但行业之间的贸易表现各异,全球商品贸易价值下降,服务贸易增长趋于平稳。

《手册》显示,全球商品贸易放缓。2021年,世界贸易从新冠疫情中强劲复苏,2022年商品出口增长11.4%,达到29万亿美元。但统计数据显示,2023年上半年商品贸易同比下降了4.6%,贸发会议目前预测第三和第四季度将继续同比下降。

与此同时,服务贸易继续增长。根据《手册》,2022年服务贸易出现反弹,增长了14.8%,超过新冠疫情前的水平。发展中国家的服务贸易增长较快,2022年占全球市场的份额为30%,达到迄今为止最高水平。贸发会议预测,2023年全球服务贸易将增长7%左右。

全球贸易不平衡加剧,发达国家商品贸易逆差持续扩大,2022年贸易逆差达到1.6万亿美元。商品出口增加,2022年,所有主要商品类别的贸易都有大幅增长。由于价格上涨,燃料出口增长了近62%,粮食出口增长了10%。

此外,区域之间贸易情况存在差异。《手册》显示,欧洲和亚洲一半以上的出口销往本地区,而大洋洲、非洲和美洲的大部分出口则流向其他地区。发展中国家之间的贸易额增长了13%。但发展中国家与发达国家之间的贸易额(8.9万亿美元)仍然超过发展中国家之间的贸易额(6.1万亿美元)。

贸易构成也因地区而异。非洲主要出口初级商品(2022年占79%),而亚洲和大洋洲主要出口制成品(2022年占72%)。根据统计数据,初级产品占比高可能表明一个国家需要实现经济多样化或加强生产能力,以生产贸易附加值更高的产品和服务。

(毛斐)

# 加强中日韩经贸合作 推动RCEP提质升级

■ 本报记者 张寒梅

随着中日韩外长时隔四年再聚首,三国的经贸合作情况又一次成为大众关注的焦点。作为一衣带水的近邻,中日韩产业关联度高、经济互补性强,三国合作已成为东亚地区机制化程度最高、覆盖领域最广、内涵最丰富的多边合作架构。

“中日韩合作始于1999年,二十多年来已经建立起以领导人会议为核心,以21个部长级会议以及70多个机制性对话为支撑的合作格局。”中日韩三国合作秘书处副秘书长颜亮日前在第六届中日韩工商大会暨首届RCEP产业合作活动上表示,作为中国、日本和韩国同时加入的唯一多边贸易协定,RCEP已成为东亚经济增长的新催化剂,其落地生效激活了地区内的人流、物流、资金流和信息流。

RCEP的全面生效实施也为恢复中日韩自贸协定谈判创造了积极

条件。此前,中日韩三方就打造全面、高水平、互惠且具有自身价值的中日韩自贸协定达成重要共识,并一致同意在RCEP基础上,进一步提升货物贸易、服务贸易、投资自由化的水平和规则标准,打造“RCEP+”的自贸协定。

在活动现场,日本和韩国工商界普遍表示看好三国经贸合作前景。中国日本商会副会长小野寺修提到,在第十次中日韩外长会上,三方一致同意在人文、经贸、科技和数字化转型等领域推进形式多样的合作项目,以确保中日韩未来合作的稳定与可持续发展。三国的经济合作不仅有助于加强东亚地区的和平稳定,更将对东亚乃至世界的经济发展起到积极作用。

中国韩国商会首席副会长金洪基也认为,在全球经济和国际贸易不确定性加剧的情况下,中日韩三

国的相互合作愈发重要,未来三国在技术投资、人员往来方面的紧密合作关系,将会成为克服东亚乃至全球经济危机的“钥匙”。

中国是中日韩经贸合作的积极参与者,更是RCEP的重要推动者。以中国的对外开放大省浙江省为例,据浙江省贸促会副会长林炜介绍,今年前三季度,浙江对RCEP其他成员国进出口总额超9000亿元,其中进口超3500亿元,出口5500亿元。RCEP国家已成为浙江第一大进口和出口市场,也是浙江省利用外资的重要来源地和对外投资的主要目的地。

“浙江是日韩的重要合作伙伴。”林炜表示,日本、韩国作为RCEP的主要成员,经济禀赋和浙江高度互补,经贸往来活跃。今年前三季度,浙江与日本进出口额达1375亿元,占总量的3.7%;与韩国

的进出口总额达1117亿元,占总量的3%,经贸合作态势良好。

此次活动选择在绍兴举办,离不开绍兴与日本、韩国密切的经贸合作关系。“改革开放伊始,绍兴就开启与日本、韩国经济经贸往来,在纺织、化工、通用设备等领域引进优质日韩企业,有力推动了绍兴工业经济的起步发展。特别是‘一带一路’倡议提出以来,越来越多的日韩企业来绍投资兴业。”绍兴市委副书记、市长施惠芳介绍,截至目前,绍兴市共有225家日资企业、399家韩资企业,绍兴对日韩两国的出口额也从2013年的80.1亿元增长到2022年的150.7亿元,年均增长9.8%。

值得一提的是,RCEP签署生效后,绍兴市不断开拓RCEP市场,抢抓区域一体化机遇。例如,绍兴市的外贸强区柯桥区向来以纺织产

业见长,2022年以来,RCEP成员国市场已成为柯桥区纺织贸易最大的出口地。

“绍兴市是历史文化名城,也是中日韩合作的示范城市,有着深厚的历史根基和扎实的产业基础。”颜亮表示,要利用好中日韩工商大会平台,把握RCEP落地生根机遇,共同打造合作典范,推动国际经贸高质量发展。

为进一步释放RCEP活力,为世界经济的不确定性注入强心剂,颜亮建议,中日韩应与其他RCEP成员国共同努力,坚持多边主义原则,最大程度地激活和利用原产地累积规则,形成更加合理的产业分工。除了扩大传统经济领域的合作外,还应关注在新经济领域的投资,如加强数字经济、绿色经济、跨境电商和康养产业等领域的合作。

## 中东绿色转型为人民币国际化带来机遇

■ 本报记者 刘禹松

中国银行研究院日前发布的《中国经济金融展望报告(2024年年报)》指出,以人民币计价的绿色金融产品可以为人民币国际化和跨境资金和资源流动作出贡献,并在中东地区发挥重要作用。

该报告显示,中东地区对绿色转型的融资需求很大,人民币绿色金融产品可以在一定程度上满足当地绿色转型的融资需求,促进人民币在跨境交易中的应用,从而实现人民币使用范围的扩大。通过推出符合中东地区伊斯兰教法的人民币绿色金融产品,人民币可以获得中东地区更多的认可和信任,进而提高人民币在国际金融市场上的地位和影响力。同时,推出以人民币计价的绿色金融产品还能增加离岸人民币市场的活跃度,吸引更多机构和投资者参与人民币离岸交易,从而推动人民币国际化进程。人民币绿色创新金融产品也能国际投资者提供更多元化的投融资选择,满足国际投资者对于绿色和可持续发展项目的需求,并增加他们对人民币的需求。此外,通过引入人民币计价的绿色金融产品,中东国家可以获得来自中国以及其他国际投资者的资金支持,加速其绿色转型进程。

该报告认为,由于中国政府和企业与中东国家在清洁能源领域的合作不断深入,人民币绿色金融产品可以与“一带一路”绿色基建联动,鼓励中东国家使用人民币购买中国的绿色基建设备和服务,构建人民币绿色金融跨境循环,促进人民币国际化。

人民币绿色金融跨境循环如何实现?该报告表示,中资银行可以在境外发行人民币计价的绿色存款、绿色贷款等绿色金融产品,用于募集资金以支持“一带一路”绿色基建项目。这些绿色金融产品的发行可以吸引国际投资者和企业以人民币进行交易和投资,促进人民币在跨境循环中的使用。通过发行人民币计价的绿色金融产品,境外国家和企业可以获得以人民币计价的融资,满足其在绿色基建项目中的投融资需求。境外国家和企业可以利用融资所得的人民币购买中国企业提供的绿色基建设备、产能和服务。这将促进中国新能源产业的出口和发展,并增加人民币在跨境交易中的需求。对人民币新能源产品和服务的需求可以进一步推动境外国家和企业在中国境内发行绿色熊猫债券,这将促进人民币的国际化 and 跨境使用。通过参与“一带一路”绿色基建项目,中国企业可以出口绿色基建产能、新能源设备和服务。这将促进中国企业的国际合作和业务拓展,同时加强人民币在跨境循环中的流通和使用。人民币绿色金融跨境循环将促进中国与中东“一带一路”国家的新能源合作,推动可持续发展 and 绿色经济,配合国内国际双循环经济发展,充分发挥国内国际市场的资金和资源的联动效应。

而从可行性来看,多项因素的共同作用,也使得与中东国家展开绿色基建和金融合作,构建人民币绿色金融跨境循环具备可操作性。

根据上述报告,中国作为基建大国,在国内和“一带一路”新能源项目中积累了大量的绿色基建经验。中国在光伏、风能、绿氢等新能源领域拥有丰富的经验和先进技术,这有利于中国企业参与中东地区的绿色基建项目。目前,多家中国能源企业已经与中东当地企业建立了合作伙伴关系,做好了新能源合作布局。这种合作关系可以为人民币绿色金融产品的推广和使用提供支持。与此同时,越来越多的中资银行在海外设立分行,并且具备了提供绿色金融产品的经验和能力。中资银行和能源企业有很强的向心力和凝聚力,可以合作为国家战略作出贡献。此外,中东部分地区的自然环境非常适合新能源的发展,尤其是太阳能和风能资源丰富,这为中东国家实施绿色转型提供了良好的基础。沙特阿拉伯作为中东地区比较富裕的国家,拥有丰富的能源资源,也是地区金融中心之一。相较于其他中东地区的伊斯兰国家,这里的绿色金融市场较为成熟,也为人民币绿色金融产品的推广和应用提供了更加有利的环境。



位于江苏省宿迁市泗洪经济开发区的江苏东磁新能源科技有限公司是获得全球低碳认证的光伏组件制造企业,产品销往欧洲、美洲、韩国、日本、东南亚等许多国家和地区。图为该公司的工人正在生产车间内赶制光伏板组件出口订单。

中新社发 许昌亮 摄

## 我国汽车行业面临内需不足

■ 本报记者 周东洋

当前,我国汽车产业正处于向电动化、智能化转型升级的新发展期,也是迈向高质量发展阶段的关键阶段,汽车产业正不断向上突破,但在产业发展过程中,也暴露出了一些难点和短板。在近日举行的2023中国汽车产业高质量发展论坛上,众位专家就我国汽车行业面临的挑战进行了探讨。

根据中国汽车工业协会发布的最新数据,1至11月,我国汽车产销累计完成2711.1万辆和2693.8万辆,同比分别增长10%和10.8%,增速较1至10月分别提升2和1.7个百分点。至此,2023年前11个月,汽车产销量已超过2022年全年(2022年我国汽车产销分别为2702.1万辆和2686.4万辆)。

中国汽车工业协会副秘书长陈士华表示,今年汽车产销增速靠出口拉动。1

至11月,汽车出口441.2万辆,同比增长58.4%。新能源汽车出口109.1万辆,虽然量不多,但同比增长83.5%,增长速度非常快。

“中国汽车品牌的出口业务爆发式增长的同时,也受到了地缘政治、逆全球化,以及产业链等方面的挑战。”中国社会科学院工业经济研究所副所长季为民表示,新能源汽车可持续的高质量发展也面临着用户体验、产品技术、成本效益等方面的挑战。另外,与国际先进水平相比,我国汽车企业在关键领域的核心技术和创新能力还有待进一步提升。

在陈士华看来,汽车行业目前面临的最大问题是内需不足。内需并不只是一个汽车产业的事,而是与大消费整体关联,是我国在三年疫情转段以后各产业都需要快速恢复,尤其民营企业和民营经济。

易车总裁刘晓科也表示,从整体来看,车市的内需不足,现在的市场处于“以价换量”的阶段,车市降价力度比较大。据统计,目前单车的优惠力度已达到2.2万,大概有71%的品牌今年都进行了降价。“所以,目前车企面临的一大压力就是被迫转入价格战的体系。并且在价格战的过程中,整体看用户的忠诚度在下降,尤其从2022年开始,燃油车用户的忠诚度断崖式下降。”

一汽丰田汽车销售有限公司企划部部长赵东预测,2024年价格战仍然会持续,这对整个车企的挑战仍然巨大。“对于企业来讲,一方面要不断地推出新产品、新技术,核心放在品牌赋能上,由价格战向价值战转变,真正把企业的核心价值创造出来,而不是简简单单围绕价格做,这也是企业能够脱离怪圈的唯一出路。”

刘晓科认为,面对持续竞争,未来车企在“内卷”的过程中要做到两方面:一方面要重视利用新的互联网媒体环境,重塑针对新能源这个领域上的品牌;另一方面,要利用人工智能、大数据这些整合的数字化经营能力,提升从生产到成交的全链条能力。

“希望明年汽车市场能够更加健康平稳,不以价格作为竞争的最重要手段,而是提高企业的产品综合竞争力和品牌价值。”陈士华建议,汽车行业扩大内需的重点要放在三线以下城市。大城市充电基础设施非常完善,没有太多发展空间,但如果在三线以下的城市发展新能源则需把充电桩做好,这是未来市场增量的空间。此外,企业未来要逐渐地把产业链转移出去,在海外建立生产基地,进行海外布局。

## “碳关税”试运行 中企ESG披露需更加谨慎

■ 本报记者 张海粟

全球首个“碳关税”即欧盟碳边境调节机制(CBAM)自今年10月1日起试运行,并于2026年1月1日正式起征。对于正在加快“走出去”步伐的中国外向型园区及出口企业,在预判和响应ESG方面如何操作,将成为企业在未来竞争中制胜的关键因素。不少研究者在实践中发现,尽管欧盟碳关税法案还处于过渡期,中国企业仍然面临相当紧迫的任务。

近日,由北京市商务局主办,上海祺鲲信息科技有限公司协办,“走出去”导航网承办的2023北京双向投资促进系列活动——ESG合规与国际供应链减排实践专题讲座在北京举行。活动邀请北京市商务局对外经济合作处处长庄建蓉、上海祺鲲信息科技有限公司行业总监浦天呢、德勤中国ESG总监严晋围绕中国企业如何应对欧盟碳关税路径进行分析和讲解,CDP全球环境信息研究中心中国区负责人吴芙蓉进行了视频演讲,指导出口企业正确完成碳披露。

有关人士表示,行业具有传导性,有些是按照企业和生产线传导的。比如宝马、施耐德、苹果、雀巢等的供应链已经纷纷要求直接供应商必须是100%的可再生能源企业,北欧的宜家等公司对于碳的要求和标准甚至远远比南欧乃至东欧国家

更为严格。企业出于什么样的动因披露ESG数据很重要。浦天呢介绍,企业一般基于资本市场、投资机构做评估,但其在资本市场的市值和估值往往与企业自身的经营状况、财务数据有偏离。ESG更多是从环境、企业社会责任和公司治理三方面评估企业可持续发展的核心指标。比如企业、集团、上市公司因受到供应链客户、资本市场或相关监管要求,需要进行自身的ESG披露与报告。

今年国际可持续准则理事会(ISSB)正式发布首批可持续披露准则,可持续发展信息披露开始迈入准则相对统一的新时代。企业在披露上一财年所有跟环境相关的报告里面,对于企业的排放用能部分、使用绿电的比例、产生用能的排放等数据方面也有了一个相对统一的披露标准,但合格完成披露并非易事。以国际最权威的CDP问卷披露为例,CDP是全球唯一的、独立的环境信息披露平台,具有非常高的国际认可度和影响力。组织温室气体核查仅仅是第一步,缺少专业的ESG管理架构设计,缺少可执行的减碳路径规划,没有切实的减碳行为表现将导致企业无法获得更高的CDP评级结果。

欧洲方面也有自己ESG的披露标

准,因此在经济和供应链层面与欧洲有贸易往来的中国企业也要受到欧盟新ESG披露要求的监管。“这些中国企业在跟欧盟企业打交道的过程中,实际上受制于欧盟全球各个行业的龙头企业对于欧盟ESG披露标准的执行,这种要求会传导到上游的中国供应商以及跟他们有贸易往来的中国公司身上。”浦天呢表示,一方面欧盟的标准不亚于全球的披露标准,企业应引入第三方审计的机制,例如聘请德勤来对所有排放数据及用能数据的披露进行独立审计。另一方面,欧盟已经在各行各业构建了贸易壁垒。欧盟今年颁布了诸多绿色环境能源法案,包括针对光伏的《净零工业法案》,针对动力电池的电池法案,针对包装废弃物的指令,还有纺织行业的循环纺织战略等等。这些法案对于很多国内的企业会有较大的出口影响,尤其是动力电池及光伏厂商。

“中国的光伏出口在全球占比非常高,隆基、晶科、阿特斯、通威等企业的产品出口到欧盟,就要受限于欧盟对于光伏组件碳值的门槛认证。”浦天呢说,比如像法国的ECS碳足迹报告显示,碳足迹认证要求所有进口欧盟的光伏组件的碳值不能高于每千瓦400至500千克,而中国平均光伏组件的碳值指标要高于欧盟大

约50%。很多国内企业在出口欧盟的时候需要做碳值的认证,将产品的碳值降低下来,如果没有达到欧盟标准,那么产品性能再好、产品价格再有优势也进入不了欧盟市场。这实际上是硬性的环境贸易壁垒。

吴芙蓉建议一些中国企业要格外注意环境和信息披露话题。首先是参与全球竞争的世界一流企业,尤其是在欧盟境内有子分公司或有资本运营的企业,要提前做好合规和数据的准备,积极构建在全球的影响力和美誉度。她提醒这类行业的领导者,目前中国企业主要是受被动接受欧美供应商的要求来披露环境和气候的影响信息,总部在中国的企业应该主动考虑怎样借助CDP的平台来管理自己在全球的影响力,主动要求企业在东南亚以及其他国家的供应商来披露自己的环境和影响信息,在绿色发展国际竞争的新赛道上占领先机。

吴芙蓉表示,欧盟的环境立法不仅针对欧盟自己的企业,立法的压力还会沿着供应链向下传导,所以出口企业和供应商企业应该尽早了解新的国际游戏规则,主动适应趋势,开展自身能力建设。上市公司或拟上市公司要及早了解监管要求,提前做好准备。