

临空经济迎风起航

■ 本报记者 胡心媛

型向技术密集型转变,临空经济以自身独特的优势发展高时效性、高附加值的航空运输服务业和航空制造业,以及电子信息、生物医药等高新技术产业,进一步推动了区域产业结构优化升级。

据业内人士预测,今后的十几年,临空经济与全球价值链和区域产业链深度融合,将迎来发展的黄金时期。目前,中国很多省市都在积极探索临空经济的发展模式。

“临空经济发展模式有多种,譬如北京采用的是大型枢纽机场带动下的临空发展模式,天津采用的是航空制造带动上下游产业发展的模式,郑州采用的是航空引擎产业带动下的发展模式,还有上海虹桥模式,以及通航制造、研发等产业带动的临空经济模式等。”白明认为,要建设一个成功的临空经济区,必须要有准确的战略定位,要严格遵循临空经济的科学发展规律,即港、产、城互动发展的关系。同时还要准确把握“一带一路”战略的产业转移。

国家战略助力临空经济提质增速

当前,“一带一路”、长江经济带和京津冀协同发展三大国家战略进入了实质性操作阶段。业内人士认为,国家实施的重要战略给中国临空经济创造了新的发展机

遇。除了“一带一路”之外,上海、天津、广东、福建等自贸区的建成和临空经济的发展形成了良性互动的关系。

“随着‘一带一路’战略的全面启动,临空经济已经成为全球化时代的必然选择,因为在全球化时代,国际新经济需要一种能够快速并且在更大空间有效配置优质资源的方式,临空经济应运而生”。白明表示:“发展临空经济,正逐步成为当今城市发展新路径,是一个城市是否能实现和更多的国内、国际城市相连接的关键,这决定了一个城市的价值。”

据悉,我国目前已初步形成了以北京、上海、广州为中心,以天津、成都、郑州等城市为骨干,其他城市为补充的临空经济发展格局,逐步探索出了以航空制造、IT产业、旅游休闲、现代服务业、航空物流为主导的多种模式的航空经济形态。

对于临空经济的发展,中国城市临空经济研究中心秘书长马剑提出了4个方面的建议:“要优先谋划机场、航空枢纽发展,打牢临空经济的发展根基;要充分发挥地方政府统筹协调、规划引领的作用;要加强政策支持,发挥市场配置资源的决定性作用,形成多方共同推进的合力;要综合考虑推动区域经济社会一体化协同进步。”

◆数据播报

23.7% 一季度我国服务贸易额同比增长

商务部5月13日公布的数据显示,今年一季度,我国服务贸易继续保持良好的增长势头。服务贸易进出口额达12218亿元,比上年同期增长23.7%。其中出口4286亿元,同比增长4.5%,进口7932亿元,同比增长37.3%。服务贸易占对外贸易比重继续提升,促进外贸结构升级作用显著。

另据统计,今年1月至4月,我国企业签订服务外包合同金额2760.6亿元,执行金额1708.4亿元,分别同比增长23.9%和7.5%。其中离岸服务外包合同金额1935.3亿元,执行金额1120.4亿元,分别同比增长37.9%和6.1%。

6.7% 前4个月塑料制品出口增长

中国海关最新统计数据显示,4月份我国塑料制品出口量为93万吨,1至4月累计为317万吨,与去年同期相比增长6.7%。中宇资讯分析师徐时楠表示,近几年来,我国塑料制品行业产业规模不断扩大,产品产量逐年增加,同比增速近两年虽有所放缓,但该行已成为我国国民经济的重要组成部分。

“相比今年前两个月,3月至4月国内外经济压力相对缓解,外贸环境有所好转,无论是国内还是国外的需求,明显感觉塑料产业销售阻力在3月到4月开始下降。”徐时楠表示。而国内对塑料制品的总需求主要是受季节影响,徐时楠认为,4月塑料制品的支撑因素主要是来自塑料薄膜、医用塑料、建材、日用品以及汽车产业,从国际塑料制品竞争情况看,中国传统塑料制品的市场份额仍比东南亚国家有优势。

(本报综合报道)

◆地方扫描

10个物流贸易项目入驻重庆

本报讯 记者近日从重庆保税港区获悉,总投资3亿元的新加坡丰树(重庆)保税港物流平台项目已入驻保税港区空港国际商贸物流园,这是该物流园吸引的第二个中新示范项目,该项目将于今年下半年开工,投用后年产值在4.4亿元左右。此外,新加坡物流巨头普洛斯也将于下半年开工建设普洛斯重庆空港北物流园项目。

重庆保税港区开发管理有限公司监事长朱大伦说,空港国际商贸物流园自4年前启动招商至今,已吸引了嘉民现代商贸物流园、普菱(重庆)国际物流产业园、安博(重庆)空港物流中心、丰树(重庆)保税港物流平台等10个综合性物流贸易项目入驻。其中,总投资约8亿元的嘉民现代商贸物流园已投运。

朱大伦说,重庆空港国际商贸物流园将成为辐射重庆乃至整个中国的高规格空港国际商贸物流园区,预计到2019年,该园将实现年产值90亿元人民币,成为集现代物流、商贸、电子商务、总部经济、结算中心以及配套设施于一体的空港国际商贸物流园。

(吴陆牧)

广东与纽约经贸合作交流 签署28个项目

本报讯 中国(广东)—美国(纽约)经贸合作交流会在5月13日在美国纽约举行,广东省委书记胡春华率领的广东省代表团携85家中方企业参会,现场中美双方共签署28个合作项目,金额达41.4亿美元。

胡春华在交流会开幕式上说,广东与美国地方的友好交往源远流长,经贸合作持续加强,合作条件和机遇越来越好。广东率先进入经济发展新常态,继续保持了平稳的发展态势。广东将大力推进经济结构调整,进一步扩大对外开放,加快构建更高水平的开放型经济体系,希望加强与美国地方的交流合作,不断拓展合作领域,提升合作水平,实现互利共赢。

当天,约200家美国企业的代表参加交流会。纽约州副州长凯西·胡楚在致辞中欢迎更多中国投资者到美国、到纽约来投资,并希望双方的合作能够更加紧密、深入。

(邓敏)

欧洲经济重心悄悄东移 东欧八国成为黑马

■ 齐冠钧

在欧盟28国中,长期以来都是西欧一些国家在区域内唱主角,但近年来,尤其是在全球经济增长放缓的大背景下,东欧八国(CEE8)的经济发展以稳定的经济增长率冠绝欧盟。而这正得力于东欧各国实行了行之有效的经济改革的结果。打造高附加值商品的生产据点,注重市场的开发,成为了日后东欧八国经济发展的主要方向。欧洲经济重心似乎正在逐步“东移”。

过去两年,CEE8的GDP增长率均保持在3%上下,根据欧委会2016年2月发布的《2016年冬季经济预测》,2016至2017年CEE8的GDP增长率会在1.5%至4.2%的区间内浮动,虽然不是高速增长,但却可以保证相对的稳定性。

维持上述稳定增长的一个重要因素就是汽车产业,根据国际汽车工业协会(OICA)提供的数据,过去14年间,CEE8的汽车生产量达到了350万辆,照此进度推进的话,数年内可逼近美国420万辆的产量。根据欧盟统计局的数据,各加盟国制造业催生的附加值在汽车行业所占的比率分别为斯洛伐克21.9%、捷克17.7%、匈牙利17.6%、罗马尼亚16.1%、德国16.0%,东欧四国明显排在前列,斯洛伐克的汽车出口额甚至(包括零部件)占到该国出口总额的1/4。由此可见,德国、意大利、法国等传统汽车制造强国的地位已经受到了挑战。

随着东欧汽车市场的蓬勃发展,中国企业也敏锐地把握住这一“东欧商机”。在保加利亚市场,2012年2月,中国在欧盟国家建立的第一家汽车KD工厂——长城汽车保加利亚KD工厂正式投产。当年的前6个月,长城品牌总销量排名保加利亚第十位,而到10月和12月,长城总销量飙升至保加利亚全国第二位,占据10.5%的市场份额,仅次于大众汽车。长城在保加利亚的组装工厂也是其在整个欧洲扩张的起点,目前长城汽车在保加利亚的出口量已经小有成绩。

目前,在CEE8区域内开始出现了生产高附加值产品的倾向,美国的GE公司于2016年1月与捷克政府签订了对捷追加投资计划的备忘录,将在捷克设立涡轮增压器的引擎开发中心、试验中心、制造设备中心,并将于2020年正式制造,产品将直接运用于美国航空航天领域。

此外,2014年至2020年的欧盟基金总额为3510亿欧元,其中1773亿欧元投向了东欧八国,约占基金总额的50.5%。对于经济总量规模不大的东欧各国来讲,来自欧盟资金面的支持无疑增强了维持区域经济发展的信心,使得CEE8的前景更加被世界所看好。

中国与东欧国家经济合作互补性强,发展潜力巨大。自2012年首次中国—中东欧国家领导人会晤在华沙举行以来,中国与东欧国家的合作取得了可喜成绩,2014年双边贸易额突破600亿美元。

中国与东欧经贸合作关系近年来出现了一些新趋势:一是东欧国家开始从多年来对中国商品的需求转为对中国装备和投资的需求,中国与东欧各国在基础设施建设领域合作潜力巨大。二是东欧国家商品,包括红酒、奶制品、果酱、植物油等日常消费品开始大量出口中国,东欧国家在食品等领域执行欧盟标准,产品质量高,但价格却低于西欧国家产品,因此“东欧制造”在中国会有不错的市场前景。三是中国和东欧国家出现了双向投资迅速增长的趋势,目前在中国的东欧国家企业约有1000家,一些东欧企业在华投资设厂,取得了较好的经济效益。

随着“一带一路”建设的推进,中国与东欧国家的经贸往来提速,近年来,东欧国家参与“一带一路”建设,以及东欧16国和中国(16+1)合作机制的有效运行,有力促进了地区经贸合作、基础设施建设、人文交流,给东欧国家带来重要发展机遇。

(作者单位:商务部研究院)

◆贸易视野

中国贸易条件持续改善

本报讯 商务部近日发布的《中国对外贸易形势报告(2016年春季)》称,2016年一季度,中国进出口累计有所下降,但3月以来出现向好迹象,贸易条件持续改善。

报告认为,当前外贸发展面临的挑战和压力突出体现在:一是外部需求总体偏弱;二是外贸竞争优势转换尚未完全到位;三是贸易摩擦的影响更加凸显。综合考虑国内外部环境,今年外贸形势依然严峻,但国家对外贸发展的支持力度

不断加大,将为外贸发展营造更加有利的环境,有效提振进出口企业信心,增强企业接单能力。

报告指出,外贸是国民经济重要组成部分和推动力量。促进外贸回稳向好,对保持经济平稳运行和升级发展具有重要意义。当前,中国外贸发展长期向好的基本面没有改变,结构调整和转型升级取得新进展。中国政府将积极落实支持外贸发展的各项政策,巩固提升传统优势,积极培育外贸竞争新优势和发展新动能。

(倪铭娅)



5月15日,浙江省临安市奥特曼鞋业有限公司员工在高自主创新和研发能力,生产的各类雨鞋、胶鞋深受欧美客商产销往法国的新款雨鞋。近年来,外贸雨鞋公司不断提

户青睐。
中新社 胡剑欢 摄

搭乘韩流“顺风车” 韩国食品对华出口加速

■ 本报记者 袁远

韩国贸易协会北京代表处近日发布的一份报告显示,2015年,韩国食品对华出口增长近20%。韩国加工食品对华出口额由2011年的3亿美元猛增到2015年6.2亿美元,在中国进口市场所占份额也由3.5%增长到4.5%。

值得注意的是,去年韩国食品对华出口增长,是在韩国对华出口总额同比减少的情况下实现的。

“这主要是因为韩剧以及韩国热播综艺节目、韩国旅游对我国广大观众带来较大影响,而韩国食品恰好搭乘了这趟‘顺风车’。”中投顾问宏观经济研究员白明鸣对此这样解释。韩国综艺节目以及韩剧在我国特别受到一些年轻人的喜爱,他们愿意模仿韩剧以及综艺节目中偶像的生活方式。此外,跨国旅游、跨境电商拉近了国内外消费者之间的距离,韩国食品也在此过程中越来越

越易于被广大消费者所接受。

在对华出口的韩国食品中,韩国泡菜以531.3%的增幅成为出口增长最快的加工食品。某品牌韩国泡菜的国内销售人员康佳告诉记者,泡菜是韩国食品中的经典的、最具特色的产品,最受国内人士追捧。另外,韩国泡菜口感偏甜,不太辣,符合中国普通大众的消费口味。但康佳认为,韩国泡菜卖得火,最主要的还是中国消费者的韩国文化情结在起作用,随着韩国文化对中国的传播,和韩国相关的一切似乎都变得美好起来,而相对于其他类型产品,饮食类产品更容易随文化渗透引入进来。这就像东亚国家接受美国文化后,麦当劳、肯德基就慢慢流行起来一样。可以说,韩国文化、韩国旅游以及两国交流的加深,对韩国食品贸易起到了很大的促进作用。

在韩国食品对华出口大幅增长之时,多家韩国食品生产商加快在华市场的营销步伐,如聘请著名韩流明星开展营销,或在当地热播的韩剧和综艺节目中植入广告等。日前刚结束的韩剧《太阳的后裔》领衔主演宋仲基最近接拍了东原金枪鱼、HITE啤酒等多个食品与饮料广告。在华热销的好丽友公司的“呀!土豆”则力邀因《跑男》大受欢迎的韩星李光洙和金钟国为其代言。

另外,白明鸣认为,中国消费者对产品的多元化需求,有助于韩国食品生产商开拓中国市场并推出个性化产品或服务。如韩国海苔出口企业在包饭海苔基础上推出了零食海苔,酒类出口企业则凭借色彩艳丽的低度酒开拓中国市场,韩国新东津大米也即将在中国一线城市及电商渠道开售。

中医药贸易2016年多点多点突围

■ 柳燕 于志斌

2016年中医药贸易机遇来自对大健康时代的敏锐认知,来自对国家政策的准确把握,更来自对企业发展战略的精准定位。2015年,中医药发展已经确立了基调,2016年要抓住机遇,稳步前行。

政策护航

政策规划已为中医药行业发展保驾护航。自1983年首次提议为中医药立法以来,历经32年,第一部中医药立法迎来胜利的曙光,《中医药法(草案)》在法制层面为行业发展护航。

此外,《中医药发展战略规划纲要(2016—2030年)》出台,这是首次在国家层面编制的中医药发展规划,标志着中医药发展已被列入国家发展战略。依据战略部署,中医药从长期来看将迎来广阔的发展空间。规划提出,到2020年,实现人人基本享有中医药服务,中医药服务可得性、可及性显著增强,中医药产业成为国民经济重要的支柱之

机遇可期

中医药贸易将迎来突破式发展机遇。近几年,中医药贸易尤其是中医药贸易一直在低位徘徊,整体发展不温不火,可以说是进入了“瓶颈期”。2016年开始,这一瓶颈有望打破,迎来转型与改变。

目前我国中成药在国际市场上销售难主要集中在注册认证这一准入方面,2015年我国中成药出口的前10大市场,只有美国是按膳食补充剂的形式销售,其他9大市场均以中成药或传统药的形式销售。虽然很多国家已经承认中医,甚至非常认可针灸等形式的

中医疗法,但是中成药的注册却很难实现。《中医药发展战略规划纲要(2016—2030年)规划》提出的实施中医药海外发展工程,探索建设一批中医药海外中心,并按照国家“一带一路”倡议总体部署支持中医药机构参与“一带一路”建设,扩大中医药对外投资和贸易,或将开启中医药以服务贸易带动货物贸易的机遇。如此,中医药将堂堂正正地走入海外市场。

认证体系日臻完善助力中医药行业品质提升。2016年伊始,国家中医药管理局、国家认监委便联合签署了《关于共同推进中医药健康服务完善中医药认证体系的合作协议》,在中医药健康服务领域全面推行认证制度和检验检测体系建设,以提高中医药产品质量和服务水准,规范中医药健康服务市场,全面提升中医药健康服务产业的质量和效益。这一体系的完善对于整个中医药行业来说,意味着整个行业品质将有极大的提升。

在具体产品贸易领域,医保商协会也积极打造认证体系,与国际接轨,为企业创造更多机会。2016年,医保商协会联合美国国家卫生基金会(NSF)共同推出了“植物提取物优质供应商”认证(GEP认证),用以引领行业健康有序发展,帮助优质企业提升品牌价值。GEP认证包含诚信评价认证和工厂审核认证两个维度,且满足了美国《食品安全现代化法》(FSMA)的要求,以膳食补充剂21CFR111为主体框架,考虑了植提成份从原料到生产销售全过程的风险,而且报告采取中英文形式,满足了客户、食品和药物管理局(FDA)的要求,因此,将成为提升植物提取物企业在美国市场含金量的重要法宝。

企业主动发力海外有望收获丰硕成果。近年来,通过产学研国际合作推动中医药走向海外市场取得了不俗的成绩,也成为我国中医药发力海外的一条可循之路。