

● 连线自贸区

上海自贸区扩区的着力点依然是制度创新

■ 宋清辉

上海自贸区自建立以来取得了许多重要成绩,形成了许多可提供给我国各地区进行对外贸易发展的可借鉴经验,作为对贸易、投资、金融和行政制度进行深化改革、不断优化试验场,上海自贸区在我国对外开放的进程中扮演着重要角色。为了获得更多发展可能以推动我国改革开放、对外贸易的发展,国家需要上海自贸区进行更多的探索。

从某种角度来说,上海自贸区自身也有扩区的需求。国家主席习近平在中国国际进口博览会开幕式上发表主旨演讲时宣布上海自贸区增设新片区的意义十分重大。一是说明国家对上海自贸区这五年取得的成绩表示认可,同时也对其首次扩区所达到的效果表示认可;二是说明在首次扩区之后,上海自贸区因自身的建设需求,有再度扩区的必要;三是说明上海自贸区所总结的一部分经验已足以被推广,可以通过扩区进行更深层次的探索。从上海整体的发展和对外开放的程度来看,可以为自贸区的探索和发展提供更多的支持,这也是上海自贸区扩区的自身需求之一。

从上海各行政区的发展情况来看,结合自贸区发展所需,集聚金融服务业、新兴产业、先进技术的行政区和片区若是能实现有效整合,将会为对外贸易发展及国际间的交流合作搭建重要平台。从上海自贸区的首次扩区也可以看出,扩区之后的自贸区将资源合理整合,并通过管理架构的调整,为上海自贸区的加速发展奠定了重要基础。

上海自贸区发展的难点在于,扩区之后新片区能否在短时间适应新环境,与原有的区域协同发展。对此,笔者建议:

第一,要考虑新增区域如何在原有的行政基础上,适应新的制度

改革,譬如上海自贸区管委会需要与这些新增区域的行政组织、片区机构进行组织架构衔接,由于再扩区的面积必然将远大于首次扩区的面积,因此管理架构调整的难度也将大于首次扩区。

第二,要考虑如何将已经形成的经验、制度和所形成的效应,扩大到新增区域,挖掘出更多的优势,包括制度优势、改革优势、创新优势、技术优势等等,协调好市场制度创新和政府之间的关系,让改革、制度红利更好地在新增区域内落地。

第三,要考虑如何培养和转化新增区域的创新优势,让新增区域在适应新环境、制度的同时,承接好自贸区新的试点任务,让更多的产业、行业可以在自贸区进行探索、测试,在不同产业类型上进行新的尝试,以此来检验制度创新的成效。

第四,要考虑如何将顶层设计、

国家相关对外金融、贸易等方面的政策在原有和新增的片区内进行落实,如何防止自贸区的创新变为被动创新,如何将效率提升。

第五,要考虑自贸区扩区之后,如何进一步完善相关综合配套体系。

归根结底,上海自贸区扩区的着力点在于制度的创新,即以深化改革开放为最终目标,在推动改革开放的同时,优化制度和规则、将其合理完善,推动我国对外贸易实现高质量、高水平的发展。根据官方透露的信息,上海自贸区4.0版建设方案将更多与“一带一路”联系起来,服务“一带一路”建设。

从服务“一带一路”建设的角度来看,上海自贸区将重点服务于“21世纪海上丝绸之路”,即从沿海港口过南海,一是经马六甲海峡到印度洋至欧洲,二是向南太平洋延伸。

作为我国重要港口,上海自贸



2017年整车销售继续保持全国第一;第14次跻身《财富》世界500强,排名第36位。上汽集团把创新融入每辆车的“基因”里,改革开放40年来,企业走出了一条自己的道路。图为上汽大众工作人员在生产流水线上作业。

新华社记者 丁汀 摄

● 国际经贸观察

我国数字经济发展的现状和市场机遇

■ 路雯棋

近20年来,信息技术即互联网、大数据、云计算、人工智能、IoT和区块链、半导体芯片等新技术持续叠加创新,推动了数字经济的高速增长,并广泛渗透到各个领域,成为世界经济社会发展的新动能。

目前中国已是全球第一电子商务大国,2017年中国电子商务交易额达29.2万亿元,约占全球电子商务零售市场40%;第一移动支付大国,2017年中国移动支付市场规模达99万亿元;第一智慧物流大国,2017年中国快递物流量达401亿件,占全球40%以上;第一数字经济就业大国,仅电子商务及相关产业直接和间接带动就业人数已达3700万。

我国在培育壮大数字经济方面进行了积极探索。过去几年,中国研发投入年均增长11%,研发经费投入强度提升至2.13%,达到中等发达国家水平。“互联网+”广泛融入各行各业,电子商务、移动支付和共享经济等引领世界潮流。2017

年,中国数字经济新增就业552万人,对GDP的贡献率为55%。阿里巴巴已成为全球数字经济和创新领域的佼佼者,带动众多中外中小企业融入全球创新链、价值链。大众创业、万众创新蓬勃发展,日均新设企业达到1.8万多户,企业总数已超过1亿户。传统消费提档升级、新兴消费快速兴起,网上零售额年均增长30%以上,消费对经济增长贡献率超过60%。

当前,中国市场持续扩大开放,加快数字化转型升级,不仅有利于满足中国消费者对美好生活的向往,实现“全民进口”,而且有利于更好参与全球化和推动全球普惠贸易。这对于广大的海外品牌和商家,都是重大的合作和发展机遇。主要表现在以下几个方面:

一是市场比重不断提升。在中国稳定的经济增长下,中国消费者收入明显提升,消费需求持续释放。中国社会消费品零售总额达到36.6万亿元(约5.43万亿美元),同

比增长10.2%,占全球零售总额约25%。北京、上海、广州、深圳等10个中国城市,已经进入全球100个国际消费中心城市行列。未来一段时间,中国零售市场有望保持较高增速,在全球新增消费市场比重继续提升。

二是中国进口消费结构日益成熟。自2015年来,中国共5次降低部分消费品进口关税。中国不断增加的中等收入和高收入人群,成为消费市场核心力量。三、四、五线及农村市场消费环境不断升级,消费能力增强。消费持续升级,中高端商品消费占比不断提升。广大消费者获取信息的渠道空前丰富,更多从传统消费转向新兴消费,从商品消费转向服务消费,更加关注商品的品质、内容、购物体验等。

三是中国跨境电商电子商务迅速兴起,特别是2014年跨境电商进口政策的出台,为普惠贸易时代输出了“中国方案”,在全球带来广泛影响。2016年,泰国乳胶枕通过跨境

零售进口热销中国,带动泰国原胶的收购价格提高4倍。安瓶原是西班牙当地的护肤细分品类,在全球并不为广泛认知,2017年通过跨境电商进入中国市场后,迅速孵化成为爱美女士的挚爱,“双11”一天的销量超过本土数月销量,引发全球美妆行业新一轮开发创新。2018年,美容仪成为跨境新宠,7月日本研发企业TMG在东京证交所挂牌上市,其招股书中专门提及了中国市场对其业绩的巨大贡献。如今澳大利亚小村庄的蜂蜜、斯里兰卡的红茶、阿联酋的椰枣、以色列死海的浴盐、卢旺达的咖啡甚至新西兰的空气等等全球各地的特色产品,通过跨境电商进入日益开放的中国市场,在极大满足中国消费者消费升级和多样化需求的同时,也为海外中小企业发展、产品创新甚至当地民众福祉的提高注入了新的动力。

四是今年中国宣布新增22个跨境电商综试区,使综试区数量达到35个。跨境电商零售进口渗透率从2014年1.6%,迅速增加到2017年的10.2%。跨境电商零售进口消费群体迅速扩大,例如2017年天猫国际消费者人数是2014年的10倍。“90后”和“95后”一代,成长为跨境消费的主力人群。跨境电商购物体验大幅提升,其中跨境电商零售进口保税备货模式的平均收货时间,从2014年的9.22天缩短到2017年的4.49天,效率提升一倍以上。

五是海外商家正在借助中国市场实现数字化转型。对于海外品牌和外国商家,通过跨境电商和新零售模式进入中国,不仅可以更快更好地拓展中国市场和触达消费者,还可以融入中国市场的数字化转型进程。在中国创新发展的数字化环境中,以消费者为中心,借助于数字经济新技术、新业态和大数据打造全链路的数字商业,这对海外品牌和外国商家在中国和全球发展,实现自身数字化转型,都有重要的意义。

孟买、班加罗尔常见到英文广告,但三、四线城市都是印地语广告,中企一定要抓住非英语人口市场。

“印度企业移动互联网经验不足,落后中国很多年,没有自己的微信和搜索引擎。”Chiratae Ventures合伙人卡然建议中企投资印地语APP,因为英语APP市场已被英美公司占据。IT、互联网领域的投资机会也引起了中国一些风投公司的兴趣。零一创投合伙人谢佩甫观察到,过去3年便宜智能手机和便宜的上网套餐兴起使得印度互联网市场瞬间爆发。在他看来,印度互联网创投行业市场不是今年投、明年就退出的市场,而是需要耕耘几年的市场。

● 项目信息

罗马尼亚不锈钢产品上市公司出售股份

该公司位于罗马尼亚首都布加勒斯特,是罗马尼亚也是中东欧地区著名的生产不锈钢产品的上市公司。公司产品门类多,使用范围广,服务质量好,员工素质高。主要产品包含:各种厨房用品,食品台架,展示柜台;超市、酒吧的全套设备;用于办公室、学校、家庭、休闲娱乐场所的家具;医院、监狱用的家具和设备;烘烤加工设备;各种肉类和鱼加工设备;各种栏杆、梯子及交通设施;挤羊奶设备;室外烧烤设备;人和货物用电梯扶梯;不锈钢刀具等。公司产品符合全部欧洲标准,能提供咨询、设计、制造、供货、运营、维护、服务、培训等综合性服务,产品销售范围覆盖了罗马尼亚、保加利亚、摩尔多瓦和西欧国家市场。现该公司寻求股权投资,希望中国企业并购或控股该公司,有合作意向者请来电联系。

联系人:王女士
电话:010-82217954
邮箱:wangxicui@ccpit.org

加拿大出口咖啡分配器

公司名称:
VKI Technologies Inc.
出口产品:咖啡分配器
电话:(450) 676-0504
传真:(450) 676-9348
邮箱:
customer.service@vkitech.com
网址:www.vkitech.com

韩国公司出口自动化厂机械部件

公司:
Sungil Hitech Co., Ltd.
负责人:Kang yonghee
电话:82-51-263-7509
出口产品:
自动化厂机械部件
网址: www.isungil.co.kr
(本报编辑部整理)
(以上信息仅供参考)

投资印度市场需要细致和耐心

■ 本报记者 刘国民

对数字技术领域投资。

会上 Khaitan 公司合伙人卡尔提克则为参会企业介绍了有关法规和政策。“印度放宽了非敏感地区的商务签证限制,并将中国从预先审批国家名单中剔除,这意味着中国公司面临的政治风险正在下降;印度可能无法实行保护主义,因为外商直接投资是印度经济发展的主要动力;对电子商务/互联网等领域的外商持股比例没有限制。”他说,虽然外商投资路径包括外商直接投资、外商风险资本投资、外商证券投资,但中企到印度90%采取的是外商直接投资的形式。

“当年耐克在印度销售运动鞋,但那时候印度人不需要。所以企业

家想快速进入印度市场是不对的,还需先了解印度。”Ivy Cap Ventures 合伙人阿西什提醒说。

据了解,工商银行在印度开展业务已有7年,不仅从事商业银行业务,也从事投资银行业务,服务双边企业。工行在中国国内发起了一支投资印度的基金,受到民众欢迎。“印度市场巨大,相当于若干年前的中国。”工商银行(印度)工作人员郑斌说,印度希望引入战略性投资者,中企展现的吸引力不仅在资金方面,在管理和技术上的优势也很受期待,相对于印度的大市场来说,中资在印度投资增量大但存量不大,中企对印度的了解处在基础阶段,而且它们喜欢在孟买落脚。

“印度很大,不同地区的差异也大。在印度这个市场重要的是看对人,这一点与中国市场类似,我们对印度市场要有耐心。”郑斌感慨地说,在印度找到好的合作伙伴很重要,这决定了对印投资70%至80%的成功率。

契阔集团合伙人潘松在20世纪90年代中后期第一次去印度,这些年去过印度很多次,目前他在印度投资了几家互联网创业公司。“印度的独角兽企业还在 Baby 期,基建、医药健康和医疗器械等行业比中国落后5年至10年,还基本没有自己的产业,所以这些行业机会较多。”潘松提醒说,讲英语很流利的印度人不超过3亿人,虽然新德里、