

从FTA谈判看自贸试验区制度创新之必要

■ 张凡

自我国于2013年设立上海自贸试验区以来,有关自贸试验区的研究成了学界热点,与之相关的研究书籍也越来越多。在翻阅这些书籍时会发现,每本都会提及制度创新是自贸试验区的核心任务、国际上的自由贸易区(FTA)与自贸试验区的区别等,但关于自由贸易区、自贸试验区与制度创新这几者之间的关系,却很少涉及,也没有给出详细答案。日前,在中韩自贸协定第二阶段第四轮谈判中,中方首次引入负面清单进行服务贸易和投资谈判,则很好地回答了这个问题。

一段时间以来,我国各自贸试验区在制度创新方面取得了一些成果,并在一些地方以及全国进行了推广和复制,例如负面清单制度、FT账户等等,但由于一些政府官员没有研究明白自由贸易区、自贸试验区与制度创新这几者之间的关系,导致有些自贸试验区在推进制度创新方面大打折扣。

尽管中央三令五申地说明,自贸试验区不是地方的自留地,而制

度创新的“试验田”,为此,还批准、印发了各自贸试验区总体方案,为其建设规划了路线图。但我们看到,一方面,一些地方把自贸试验区政策仍旧用于招商引资,将GDP增长速度和入驻企业数作为政绩大加宣传;另一方面,有些自贸自贸试验区是为了制度创新而制度创新,不是看重复制经验,就是轻视自主创新,将力量集中在“多证合一”“一次性审批”等开发区、高新区就能完成的改革事项上,杀鸡用牛刀。

如此一来,负面清单这项制度创新成果用于此次自贸协定谈判,无异于狮子吼,是我国高层用实际行动来警醒一些与自贸试验区建设相关的部门与官员。

我们知道,当今世界经济有两个趋势,全球化与区域经济一体化。与全球化相比,区域经济一体化发展很快,许多国家都相继承立了自由贸易区。例如,北美自由贸易区(NAFTA)、美洲自由贸易区(FTAA)、中国—东盟自由贸易区等等。

就参与自由贸易区建设的各国而言,这有利于进一步发挥经贸合作的地缘优势,并至少带来两个好处:一是签订自由贸易协定形成自由贸易区,有利于推动各成员国内的经济结构改革,借助更多外力来推进国内改革;二是加强各方交流合作,不仅增强了自身抗风险能力,也有助于防范新的经济危机出现,推动世界经济稳定向前发展。

然而,罗马不是一天建成的。自由贸易协定谈判或自由贸易协定升级谈判是一项十分艰苦的工作。在谈判过程中,不可不提的一项就是降低关税,以促进商品在区域内流通。在降低关税后,摆在我国面前的还有国际贸易中形成的生态环保、技术、服务、知识产权等各种样来自于其他国家的国内法的非关税壁垒。为了保护其国内市场,发达国家也不断提高这些非关税壁垒的自由贸易区。为了促进我国与他国之间签订自由贸易协定,或掌握自由贸易协定升级的主动权,我国必须以不断的制度创新来打破这层层壁

垒,中国自贸试验区应运而生。

改革开放40年来,我国越来越重视自由贸易区战略。中共十七大把自由贸易区建设上升为国家战略,十八大提出要加快实施自由贸易区战略。中共十八届三中全会提出要以周边为基础加快实施自由贸易区战略,形成面向全球的高标准自由贸易区网络。中共十九大提出,赋予自由贸易试验区更大改革自主权,探索建设自由贸易港。这都体现了加快实施自由贸易区战略是准确把握经济全球化新趋势和中国对外开放新要求的正确选择。

现在我们可以看到,我国不同自贸试验区的定位虽有所不同,具体目标有所不同,但皆是分工合作,其中一项重要的战略目标便是为我国与他国签订自由贸易协定或自由贸易协定升级谈判获取足够的筹码。为了达到这个目标,自贸试验区制度创新更应该在精准上下功夫,进一步推动我国改革开放,为自由贸易发展贡献力量。

●国际商情

1-3月哈累计出口肉类产品7700吨

据哈萨克斯坦 kapital.kz 网站近日消息,哈农业部副部长伊萨耶娃表示,2019年1-3月,哈累计出口肉类产品7700吨,其中牛肉为4400吨。去年全年,哈共向11个国家出口肉类3.3万吨,其中牛肉1.99万吨。出口量居前的地区依次为图尔克斯坦州(5000吨)、阿克纠宾州(4000吨)和阿拉木图州

(4000吨)。

伊表示,未来7年内计划进口100万头种牛,今年计划进口7万头。哈本国企业正积极尝试引进外国牲畜优良基因,提高当地牲畜生产率及肉质,增强出口潜力。伊强调,2018年,哈加大了对土耳其、中国和伊朗市场的肉类供应。

菲律宾寻求对华出口产品多元化

据菲律宾《商业镜报》近日报道,菲律宾劳工部长洛佩兹表示,希望菲律宾对中国出口的商品更加多样化,以缩小对华贸易逆差。他表示将进一步发展菲中双边贸易,向中国出口更多高价值产品,比如豪华家具、汽车零件和电子产品。据菲律宾统计局数据显示,2018年菲律宾对华出口86.9亿美元,同比增长8.5%,其中电子产品、机械零部件、香蕉、矿产品是主要出口商品。

哈萨克斯坦生产的铜精矿98%出口中国

哈 CRU 咨询公司顾问肖拉诺娃近日出席 Minex-2019 矿业论坛时表示,哈萨克斯坦铜精矿、锌精矿生产的主要驱动力来自于中国市场。2018年中国进口了300万吨铜/锌精矿,其中5%产自哈萨克斯坦。中国铜/锌精矿加工和消费量快速增长,超过了国内市场供应增速,因此将继续大量从国外进口,预计到2023年进口量将增长到500万吨。

意大利血橙首次登陆中国市场

“全球独一无二的血橙自意大利来到中国”活动近日在北京意大利驻华大使馆举行,意大利驻华大使馆公使衔参赞冯竹森(Fedele)宣布,来自意大利的血橙首次进入中国市场。

据悉,首批血橙于今年2月5日在意大利卡达尼亚装箱,通过海运方式,于3月19日正式进入上海口岸。经过海关查验后,这批血橙于3月23日进入中国市场,这是首批进入中国市场的意大利血橙。此前,从意大利出口到中国的水果仅限于猕猴桃。

冯竹森(Fedele)表示,首批西西里血橙能进入中国市场,具有历史性意义,这得益于中意两国政府、意大利驻华使馆以及中方经销

商的共同努力。中国国家主席习近平刚刚访问过西西里岛,拉近了西西里与中国的关系。首批血橙进入中国市场后,在电商平台受到了欢迎。

首批血橙的中国进口商毛洪明说:“首批血橙共2个集装箱,约36吨,进入中国市场后,分别销往上海和宁波,10天左右便被抢购一空,说明西西里血橙在中国有很好的市场前景。5月份还会有一个集装箱运达上海,未来将从意大利进口更多血橙,销往更多城市。”

据悉,这批进口血橙的批发价在每公斤30元人民币左右,随着进口量的增加,价格还有15%左右的下降空间。

(本报编辑部综合整理)

●记者观察

借鉴日本农业经验 培育区域性外贸品牌

■ 本报记者 刘国民

近年来,记者采访和参观了很多国家外贸转型升级基地,特色产业聚集地。印象较深的是,在西北某地区,一位农业企业负责人热情地引导记者参观,给记者介绍当地的一大特色产品——富硒大米,但知道这一地带有富硒优势的人并不多。和各地从业者交谈多了之后记者心中一直有一个待解的问题:某种农产品或某种工业品在当地家喻户晓,走出该地区或该省份之后知道的人却不多,更别提在国外的知名度了。

这一问其实戳中了我国很多区域性品牌的痛处。实际上我国很多地方都有这种知名度比不上国际知名品牌和国内知名品牌的特色产品,它们虽然很难在短时间内成为国际国内知名品牌,但品牌知名度和附加值确实很有提高的潜力和必要性。

同时记者也想到了其他一些已经在国内较有知名度的区域品牌的处境。比如某些特色粉面以及一些特色小吃,只要一些商家想入行,十有八九会打出该区域品牌的招牌,进入门槛为零,退出机制不存在;比如某地做拉链很出名,有的从业者慕名来该地做拉链生意,不管有没有专业水准和信誉,只要在当地从事拉链业务,就可以共享该地拉链业以往的口碑和福利,至于该新进入者会不会危害该地拉链业的整体形象不确定。

由此可以看出我国区域品牌建设中的两大明显问题:一是品牌知名度和附加值不高;二是进入或获得品牌认证的门槛过低,很容易劣币拉低良币。

带着这两个问题,记者观察后得到一个认知,对我国很多知名度和保护程度有限的区域品牌来说,可能学习发达国家那些国际知名大品牌的经验对它们来说要求过高、不接地气,而日本一些区域性的农渔产品品牌的培育过程倒值得它们学习。

除了推动“一村一品”鼓励各个地区发展自己的特色农产品,日本还健全农产品认证体系,确立一项农产品的主要评价指标,进行品质认证,提高一个地区特色农产品的整体形象和竞争力。认证同时也为企业(商家)进入和退出一个行业设置了一定的门槛,防止一粒老鼠屎坏一锅粥。以京都蔬菜为例,相关行业协会通过认证的产品统一颁发“京都”标签,而且只有符合优质品质要求的产品才能获得认证。

在日本,还有不少走差异化路线、突出小而精特色的区域品牌,如山梨县的“山梨品牌”等。不少区域特色品牌重视讲故事,同时呼应处在特定发展阶段的日本社会的独特需求,将休闲、生态等元素巧妙地融入其中,提高了品牌知名度和附加值。

日本区域性特色品牌的成功故事也告诉我们:品牌的成功发展道路并不是唯一的,思路和方法可以很多多样化,就算做不大也可以做得小而精。

这几日,在中哈霍尔果斯国际边境合作中心(简称中哈合作中心)内的聚丰韩国免税店,老板刘贺正忙着店面升级。“要赶在4月哈萨克斯坦的商业旺季开业。”

中哈合作中心总面积5.28平方公里,其中中方区域3.43平方公里,哈方区域1.85平方公里,是世界首个跨境自由贸易区。中哈合作中心实行“一线放开、二线管理”的管理模式和“境内关外”的优惠政策,两国公民和第三国公民,无需签证即可凭护照或出入境通行证等有效证

件出入合作中心,实现面对面地商贸洽谈和商品交易。

刘贺是2014年第一批入驻中哈合作中心的商户,主要经营韩国免税商品。如今,他的店从1家发展到5家,员工也从十几人增加至上百人。

2018年11月起,刘贺开始增加线上销售,每家店都设了网红直播专区,借助新的模式增加销量,业务量上涨了60%。

霍尔果斯边检站统计数据显示,今年1月到3月,中哈合作中心

出入境人数达到112.1万人次,较2018年同比增长2.7%;出入车辆超过万辆。进入4月份以来,进入中哈合作中心观光旅游购物的游客和商人越来越多。目前,日均可以达到1.6万人次。

刘贺认为,销量越来越好的主因,是价格优势和地缘优势。中哈合作中心内商品免交关税、增值税和消费税,中哈两国人员进出合作区无需签证,极大地方便了业务洽谈和商品交易。“加上我们先进的运营理念,对周边国家经济发展也

能起到带动作用。”

在中哈合作中心哈方区金雕广场,哈萨克斯坦客商娜依拉·田努索娃经营的欧洲免税店也很受中国游客欢迎。

娜依拉·田努索娃告诉记者,欧洲免税店在合作区运营已有半年,每天都有很多中国游客到店内购物。“威士忌、白兰地酒卖得特别好,每天销量有200瓶到300瓶。”

在新疆游客陈爽的眼里,这里是离她最近的免税“福地”,各类免税商品种类繁多,价格优惠,让她每

次都能满载而归。“夏天快到了,我买了防晒霜、面膜之类的化妆品,尝试了一些新产品。因为经常光顾,我买的价格也更优惠。”

如今,中哈合作中心汇聚了来自世界各地上万千商品,涉及服装配饰、鞋帽箱包、建材家居、数码家电、美容护肤、食品百货等领域。截至目前,在中哈合作中心有商品展示、星级酒店、餐饮娱乐、商业设施、金融服务等近30个重点项目入驻,总投资超过300亿元人民币,入驻商户5000余家。

中哈合作中心迎客流高峰 跨境贸易日渐红火

■ 朱景朝 李明 魏丽娟

服务外包产业创新发展要有新思路

■ 王晓红

的提升。

综合成本上升导致企业负担较重。近年来,服务外包企业的人力成本及融资、土地、通信、水电等要素成本全面快速上升。仅人力成本在服务外包企业总成本中就占60%至70%。2010年以来,服务外包企业逐渐由北京、上海、广州、深圳等一线城市向西安、武汉、成都等二、三线城市转移,但目前二、三线城市的成本优势也逐渐减弱。这些因素都将导致离岸外包向印度、越南、菲律宾、马来西亚等东南亚国家转移。

中高端人才供给严重不足。中高端人才缺口较大严重影响了企业承接国际服务外包的能力,尤其是影响了承接高端价值链业务的竞争力。同时,公共服务体系建设比较薄弱。目前全国服务外包平台建设存在投入不足,行业协会在国际市场中缺乏影响力、行业标准制定不完善等都是我国服务外包产业发展所面临的问题。

当前,我国服务外包产业正处于实现高质量发展、向全球价值链高端攀升并形成国际竞争新优势的战略机遇期。因此,更好推动服务外包产业升级,要有新的思路。

第一,以创新驱动为引领,推动服务外包价值链向高端跃升。以大数据、物联网、云计算、人工智能引领的数字经济发展将不断引发产业变革,为服务外包产业向价值链高端发展提供了空间。对此,需抓住重点领域精准发力:要鼓励外包企业加大创新投入,在技术研发、交付模式、业务流程、经营管理等方面积极创新;要加强服务外包园区的创新能力建设,发挥好园区的企业集聚功能和产业示范带动作用;要强化服务外包标准体系建设,积极对接发达国家标准,同时在我国具有比较优势的重点领域制定一批具有国际领先水平的标准。

第二,以提高企业国际竞争力为导向,构建协同发展、互利共赢、

竞争有序的产业生态。注重发挥领军企业在接包、品牌、创新、标准、网络渠道等方面的优势,带动中小企业参与国际竞争,打造中国服务外包整体品牌,逐步建立大型外包企业向中小外包企业分包的协作机制;借力外资企业发展的带动作用,进一步放宽市场准入,吸引跨国公司信息技术、研发设计、医疗健康、教育培训、物流供应链管理、财务结算、专业咨询等服务机构进入我国,提供高品质服务;进一步优化营商环境,降低税费和企业综合成本。

第三,以专业化、国际化、高端化为目标,加快服务外包人才体系建设。注重发挥高等教育的基础性和支撑性作用,支持院校设置服务外包相关专业;建立创新创业创造和技能人才培养相结合的培训机制,发挥服务外包企业、培训基地、培训学院的作用;不断完善国际化高端人才的引进政策和激励机制。

第四,以在岸促离岸,推动国际

国内服务外包市场融合发展。国际金融危机后,国际市场大幅萎缩,一批外包企业把重点转移到了在岸业务,增强了规模效益和实力,由此带动了国际外包业务的发展。我国在岸市场规模巨大,为服务外包企业夯实基础、做大做强提供了有利条件。应引导鼓励外包企业服务国内市场,培育一批专业化、品牌化的优质服务供应商,为更好承接离岸外包业务奠定坚实基础。

第五,以“一带一路”建设为契机,形成发达国家与发展中国家双向拓展的全球市场战略布局。目前,多数“一带一路”沿线国家处于工业化和信息化初期阶段,对于服务外包产生了大量需求。加快“一带一路”沿线服务外包市场布局,是我国拓展国际市场空间,进而推动中国技术、标准和品牌“走出去”的现实需要。应在继续保持传统发包市场主导地位的同时,稳步开拓“一带一路”市场。(作者系中国国际经济交流中心信息部副部长)