

出口一带一路国家超百个 进口爆品多 实现消费共赢

多国跨境电商共绘网上丝绸之路

■ 本报记者 刘禹松

4月22日,京东大数据研究院发布《2019“一带一路”跨境电商消费报告》。京东进出口数据显示,在“一带一路”倡议下,中国与世界各国的线上商贸发展迅速。通过跨境电商,中国商品销往俄罗斯、以色列、韩国、越南等100多个签署了共建“一带一路”合作文件的国家和地区,线上商贸范围逐步拓展到欧洲、亚洲、非洲多国。开放、崛起的中国市场也为“一带一路”建设合作国家提供了新的经济增长点。

截至目前,中国已经与126个国家和29个国际组织签署了174份共建“一带一路”合作文件。通过对上述国家在京东平台进出口消费数据的分析,京东大数据研究院发现,中国与“一带一路”建设合作国家线上商贸呈现五大趋势,由跨境电商连接起来的“网上丝绸之路”正在描绘。

趋势一:线上商贸范围高速拓展

京东大数据研究院发布的报告显示,当前中国商品通过跨境电商已经销往俄罗斯、以色列、韩国、越南等100多个已经与中国签署了共建“一带一路”合作文件的国家和地区。线上商贸关系从欧亚

地区拓展到欧洲、亚洲、非洲,很多非洲国家实现了零的突破。跨境线上商贸在“一带一路”倡议下呈现出蓬勃活力。

根据报告,在2018年线上出口消费额增长幅度最大的30个国家中,亚洲和欧洲国家各占13席,其中越南、以色列、韩国、匈牙利、意大利、保加利亚、波兰等国表现突出;另外4席则被位于南美洲的智利、大洋洲的新西兰和横跨欧亚两大洲的俄罗斯、土耳其所占有。此外,非洲国家摩洛哥、阿尔及利亚也在2018年跨境电商消费中实现了较高速增长。非洲、南美洲、北美洲、中东等地区的民间商贸开始在线上活跃起来。

趋势二:跨境消费更频繁 品类更多样

报告显示,2018年“一带一路”建设合作国家在京东使用跨境电商消费的订单量是2016年的5.2倍,除了新用户的增长贡献,各国消费者通过跨境电商网购中国商品的频率也在明显增加。手机及配件、家居、美容健康、电脑和网络产品是最受海外市场欢迎的中国商品。近3年来,线上出口消费的商品品类发生了很大变化。手机、电脑的占比

下降,生活日常用品占比提升,中国制造与海外人民的日常生活关系更加密切。

从增速来看,美容健康、家用电器、服饰配件等品类销量占比提升最快,其次是玩具、鞋靴、影音娱乐。扫地机器人、加湿器、电动牙刷是销量提升较大的电器品类。目前,中国是全球最大的家电生产国与贸易国,“走出去”将为中国家电品牌创造新的机遇。

趋势三:各国出口消费市场差异大

根据报告,当前各国跨境线上消费结构差异较大。由此,有针对性的市场布局和本地化策略对于产品落地意义重大。

目前,在以韩国为代表的亚洲地区和横跨欧亚两大洲的俄罗斯市场,手机、电脑的销量占比开始下降,品类扩张的趋势十分明显。俄罗斯作为京东线上跨境消费额最高的国家,近3年来,手机和电脑的销量占比分别下降10.6%和2.2%,美容健康、家用电器、汽车用品、服饰配件、玩具的销量占比则出现上升。以匈牙利为代表的欧洲国家,对手机及配件的需求仍比较大,美容健康、箱包礼品、鞋靴的

出口销量占比提升明显。以智利为代表的南美洲国家,手机的销量占比下降,智能产品、电脑、数码商品出口销量占比提升。以摩洛哥为代表的非洲国家,手机、服饰、家电的出口销量占比增长明显。

趋势四:“一带一路”国家商品在华热销

京东的线上数据显示,2018年,韩国、意大利、新加坡、奥地利、马来西亚、新西兰、智利、泰国、印度、印度尼西亚,是线上销售额最高的“一带一路”沿线产品进口国家。在琳琅满目的线上商品当中,食品饮料、美妆护肤品、厨具、服饰、电脑办公用品是销量最高的品类。

随着缅甸翡翠、花梨木家具等商品进入中国热销,2018年进口自缅甸的商品,销售额比2016年增长了126倍。智利生鲜在中国热销,使2018年进口自智利的商品,销售额比2016年增长了23.5倍。此外,中国自菲律宾、波兰、葡萄牙、希腊、奥地利等国进口的商品,销售额也实现了较快的增长。中国多层次消费升级带来的市场空间和活力,为“一带一路”合作国家创造了新的经济增长点。

趋势五:“一带一路”特色经济获得助力

2014年,中国的进口消费还集中在奶粉、化妆品、箱包首饰等品类。2018年,新西兰蜂胶、牙膏,智利西梅、印尼方便面、奥地利红牛等日常进口快消品销量出现较快增长,进口产品已经进入中国居民的日常消费。

2018年,以色列Tripollar射频美容仪成为爆品,尤其受到中国“90后”消费者的喜爱。智利车厘子、泰国黑虎虾、新西兰奇异果等更是连续多年热销。此外,来自各国地产的原料成为优质商品的标签。由捷克水晶制成的酒具,缅甸花梨木、玉石制作的家具、工艺品,泰国乳胶制作的枕头、床垫,逐步从潮流新品演变成大众商品。

从销量来看,韩国化妆品、新西兰乳品,泰国、印尼零食,意大利面是最受欢迎的“一带一路”沿线特色进口商品,消费频率高,深受年轻消费者青睐。从消费额角度看,泰国乳胶、新西兰乳品、韩国化妆品,很受注重生活品质的城市白领和中产人群欢迎,这类商品的产地特色,也体现出中国当前的消费升级趋势。



中铁呼和浩特局积极打造“快捷准时、安全稳定、绿色环保”的国际联运货物运输品牌,二连浩特铁路口岸通道运量实现稳步增长。目前经二连浩特铁路口岸出入境的班列线路已达到28条,覆盖亚欧10个国家和60多个地区,为“一带一路”沿线国家贸易畅通提供了保障。

中新社发 唐豆子 摄

中美贸易关系缓和利好亚太经济发展

本报讯 (记者 刘国民)4月23日,由国际货币基金组织(IMF)驻华代表处、中国人民大学国际货币研究所(IMI)、国泰君安证券研究所联合主办的“2019年国际货币基金组织(IMF)《亚太区域经济发展报告》发布会”在中国人民大学举行。

IMF亚太部主任Changyong Rhee在发布会上指出,去年10月印尼总统佐科·维多多曾表示,经济寒冬已经来临。当时的判断主要基于以下三个方面:国家间的贸易摩擦;亚洲主要新兴经济体面临通胀压力及本币汇率下滑的危机;油价上涨使得亚洲新兴经济体承受更大

压力。

然而,这样的判断却似乎并不准确。在Changyong Rhee看来,亚洲经济事实上保持了增长的势头,并有望在今明两年中贡献全球60%的GDP增量。同时,由于中国经济总量庞大,综合国家激励措施以及外部需求变动带来的正面及负面影响,中国经济增量依然会在全球经济增长中占有很大比重。

Changyong Rhee说,亚洲还有很多政策方面的储备能够维持经济增长并成为全球经济作出贡献,人们在未来要更多关注结构性改革,而不是单纯地看重经济增速。

Changyong Rhee认为,全球经

济体面临一定的挑战和困难,政治风险、欧美贸易摩擦加剧等因素增加了未来的不确定性,但他认同全球经济不会全面衰退的观点。他认为,当下中美贸易摩擦的缓和以及美国货币政策的正常化也为整个亚太区域经济的积极发展提供了一些有利因素。“中国55%的飞机进口自美国,为了缓和贸易摩擦,中国有可能大量进口美国飞机、农产品等。”Changyong Rhee说。

据悉,《世界经济展望报告》和《亚洲及太平洋地区经济展望报告》是由国际货币基金组织(IMF)研究人员撰写的经济概览,每年发布两次,分别在秋季和春季。

专家:推动一带一路高质量发展

■ 本报记者 刘禹松 王曼

中国与14个“一带一路”国家实现AEO互认

本报讯 中国海关总署4月22日称,截至4月底中国已经与14个“一带一路”沿线国家实现“经认证的经营者”(AEO)互认。

AEO是世界海关组织倡导的一项制度,即海关对信用状况、守法程度和安全措施较好的企业进行认证,为通过认证的企业提供通关便利,包括缩短通关时间,降低通关成本等。不同国家海关之间可以通过AEO互认制度,相互给予对方AEO企业优惠便利措施。实现AEO互认,有利于外贸企业减轻负担,提高竞争力。

海关总署透露,在第二届“一带一路”国际合作高峰论坛期间,中国还将与白俄罗斯、哈萨克斯坦以及新加入“一带一路”倡议的乌拉圭分别签署双边《AEO互认安排》,与俄罗斯签署《中俄海关

AEO互认行动计划》。

海关总署称,目前我国已与蒙古、马来西亚、阿联酋等国家海关基本完成互认磋商,有望于年内实现互认。此外,中国与伊朗、泰国等10余个“一带一路”沿线国家海关的AEO互认谈判也在积极推进中,力争于2020年底前完成与“一带一路”沿线所有已实施AEO制度且有合作意愿国家的AEO互认磋商。

当前,中国与“一带一路”沿线国家的贸易合作潜力正在持续释放,成为拉动外贸的新增长点。据官方数据,今年一季度中国与“一带一路”沿线国家和地区进出口总额达2.7亿元人民币,同比增长7.8%,高于同期中国外贸整体增速4.1个百分点,占同期外贸总额的比重已达28.6%。(李曉喻)

近年来“一带一路”建设取得了丰硕的成果,沿线国家也从中感受到实实在在的益处,“一带一路”的朋友圈正在不断扩大。当今世界正处于重要政治经济转型期和百年未遇之大变局,“一带一路”建设要更好地聚焦时代需求,需要在新形势下追求高质量发展。

最近,中联部当代世界研究中心主任、“一带一路”智库合作联盟秘书长金鑫在人大重阳举办的“共建‘一带一路’全球合作共赢”主题研讨会上表示,下一阶段推动“一带一路”高质量发展不妨从五个维度进行考量。

“一是要在‘创新’上下功夫。要把我们新科技成果应用到‘一带一路’建设上面,打造好创新丝绸之路、绿色丝绸之路和智慧丝绸之路。”在金鑫看来,不仅要继续推动高质量基础设施建设,还要根据合

作伙伴的发展需要,把先进的通信技术、电子商务、大数据,包括智慧城市建设等新的理念、新的科技带到沿线国家,帮助他们实现跨越式的发展。“现在有些国家,虽然交通基础设施得到了改善,但是信息基础设施还比较落后。我们可以在这方面为其提供帮助。”

“二是要在‘共同’上下功夫。要发动多元主体参与进来,建设好我们的丝绸之路”。金鑫表示,早些年前,国企是走出去的主要参与者,随着我国民营企业国际化能力的提升,民营企业参与“一带一路”建设的需求和愿望也在增强。因此,推动更多的民营企业参与“一带一路”建设,帮助他们找到用武之地十分必要。

“三是要在‘全球’二字上下功夫。鼓励国际社会共同做好全球和产业合作这篇大文章。”金鑫

表示,近年来,中国外的一些国家也提出了类似“一带一路”建设的理念,如欧盟提出的欧亚体系、印度提出的金融计划等。为此,中国智库可以积极携手相关国家和国际组织,共同规划互联互通的设计蓝图。

“四是要在‘内外联动’上面下功夫,要加强‘一带一路’建设与我国国内建设的区域发展衔接。”金鑫分析,随着“一带一路”逐步推进,国内各方也都在积极参与,但精准程度并不到位。因此,国内各地区要统筹协调、合理参与,把位能转化为势能。在这方面,智库学者可以根据一些地方的资源禀赋、科技研发能力,包括产业发展的优势来帮助他们找准融入“一带一路”的准确定位和差异化的发展目标,为各地区企业融入“一带一路”提供有价值的

◆ 国际商情

空客将目光投向孟加拉国市场

《金融快报》4月21日报道,孟加拉国航空市场增长迅速,预计未来将以更快速度发展,引起欧洲航空业巨头空客关注。空客高管表示,过去7年孟加拉国际客运量增长99%,若其经济继续以平均5%-6%的速度增长,则未来15年,孟加拉航空业增长率水平将有望与全球航空业持平。

保加利亚汽油价格再次大幅上涨

保加利亚《索非亚新闻》4月22日报道,保加利亚的汽油价格大幅上涨。因燃料提价而导致的大规模抗议活动仅过去几个月,A-95号汽油再次突破价格记录,自3月中旬以来,每升均价上涨了12美分。普通汽油价格也由3月14日的每升2.08列弗升至每升2.20列弗。

伊朗贸易中心在巴库开业

据巴库REPORT.AZ网报道,伊朗贸易中心开业仪式近日在阿塞拜疆共和国首都巴库举行。阿塞拜疆经济部副部长马梅多夫、伊朗工业矿业和贸易部长拉赫玛尼、伊朗驻阿塞拜疆大使贾汉吉尔扎杰等官员参加了开幕式。

据悉,该中心将为在阿塞拜疆的伊朗企业提供支持,并促进阿伊两国间贸易关系的发展。2019年一季度,阿伊贸易额达到2.3亿美元,比去年同期增长了237%。

沙特阿拉伯肉鸡产量上涨

沙特阿拉伯《经济报》4月21日报道,该国境内12个省份肉鸡养殖场产量在过去3年中达到23亿只。沙特环境、水和农业部向经济报提供的统计数据显示,2018年度沙特肉鸡产量达到7.8亿只,较2017年7.7亿只相比产量上涨3%,2016年度沙特肉鸡产量约7.55亿只。

2018年,卡西姆地区肉鸡养殖产量列各省首位,达2.66亿只,占2018年总产量的34%。麦加地区产量第二,达1.18亿只。利雅得地区产量第三,达1.13亿只。阿西尔地区产量第四,达130万只。

据了解,2018年沙特环境、水和农业部度共颁发了194份肉鸡养殖项目许可证,而在2017年,这一数字为175份。

访日外国游客消费额增长2.6%

据日本时事通讯社报道,日本观光厅近日发布的访日外国人次消费动向调查报告显示,1—3月的访日游客在住宿、餐饮和购物等项目上的消费总额达到11182亿日元,较前一年同期增长2.6%。

由于本次的调查方法与以往不同,不能单纯地进行数据对比,但是与去年同期的增长率17.2%相比,仍然下降了不少。

(本报编辑部综合整理)