

中国消费大趋势

中国将成为全球最大的服务贸易国

中国(海南)改革发展研究院课题组

伴随着经济服务化进程的加快及城乡居民服务型消费潜力的不断释放,我国服务贸易正释放出巨大发展潜力。我国有条件成为全球最大的服务贸易国,这不仅将对国内经济转型产生重要推动作用,也将对世界经济贸易格局与全球化进程带来重大利好。

近年来,我国服务贸易规模迅速扩大,服务贸易占对外贸易总额的比重上升趋势明显;服务贸易结构不断优化,呈现出传统服务贸易占比逐步下降、高端服务贸易占比快速增长的特点;服务贸易数字化转型加速,表现在数字化交付服务贸易快速增长、信息消费助推信息通信服务贸易高速增长等多方面。

为推动我国服务贸易的优质服务,应从以下几个方面努力:

一是扩大优质服务进口满足城乡居民高端服务需求。首先,适应消费升级趋势主动扩大进口,2010-2019年,我国旅行服务(含教育、医疗、旅游等服务)进口额由548.8亿美元增长至2507.4亿美元,年均增长18.4%,是同期全球旅行服务进口增速的3.5倍。“十四五”期间,综合考虑疫情防控等因素,我国平均每年旅行服务进口额约为1800亿美元,到2025年,我国累计旅行服务进口额将达到1万亿美元左右。其次,扩大服务进口中带动优质商品进口,我国消费品进口占比不仅远低于美国(36.8%)、英国(40.39%)等国家,与世界平均水平(30.92%)也有较大差距,这意味着我国还有巨大提升空间和增长潜力。

二是加大优质服务出口使世界

分享优质“中国服务”。首先,扩大数字服务出口,分享我国数字化红利。近年来,我国电信与计算机信息服务经历了由起步到迈向价值链中高端的历史跨越。2010-2019年,我国电信与计算机信息服务出口额由104.8亿美元增长至537.85亿美元,年均增长19.9%。未来几年,在软件出口促进政策红利不断释放、“一带一路”信息基础设施互联互通等有利因素促进下,我国电信与计算机信息服务出口仍将保持快速增长态势。其次,扩大特色医疗健康服务出口,分享传统中医服务。随着“一带一路”建设的推进,我国与“一带一路”沿线国家和地区在中医药服务领域的合作日益增强,截至2019年,我国已建立49个中医药海外中心。此外,扩大来华留学规模,分享中国优质教育服务。亚洲和非洲发展中国家学生来华接受高等教育,在促进科技人文交流等方面发挥了重要作用。目前,我国继续保持全球第三大留学目的地国位置,且有超过英国成为全球第二大留学目的地国。来华留学生的专业结构不断优化,学习工科、管理、理科等

专业的学生数量增长明显,“留学中国”品牌逐步建立。

三是推进中国与世界的服务对接融合。首先,以扩大进口倒逼国内服务业市场主体转型升级。与发达国家相比,我国服务业整体竞争力不足的矛盾依然突出,这就需要在扩大优质服务进口中倒逼国内服务业企业改善服务质量、提高相关技术,加速转型升级。其次,在加大优质服务出口中提高服务业国际竞争力。我国在电信计算机服务、商品相关服务、其他商业服务、建筑服务、维护与维修服务等领域具有一定的比较优势和国际竞争力,未来几年,积极支持优势服务企业“走出去”,参与更广泛的国际合作与竞争,可以进一步提升自身竞争优势。

“十四五”期间,按三种情形估计:一是如果我国面临的外部环境有所改善,服务业市场开放取得重大进展,服务贸易有条件保持9%的增速,到2025年服务贸易额将达到1.3万亿美元。二是如果若我国面临的外部情况保持不变或有所恶化,服务贸易保持7%的年均增速,到2025年服务贸易额将达到1.2万

亿美元。三是如果我国面临的外部不利因素明显增多,服务贸易保持5%左右的增速,到2025年服务贸易额将达到1.1万亿美元,占外贸总额的比重达到18%~20%,接近世界平均水平。同时,到2025年,我国将成为全球最大的服务进口国。2010-2019年,我国服务进口由1934亿美元增加至5007亿美元,年均增长11.1%,远高于美国同期3.4%的平均增速。“十四五”期间,若我国服务进口保持6%的年均增速,到2025年将达到7100亿美元,届时将超过美国成为世界第一大服务进口国。

在此基础上,2035年,我国将成为全球最大服务贸易国。2010-2019年,我国服务贸易额年均增长8.7%,是美国服务贸易年均增速的2倍以上。充分考虑我国服务型消费增长空间、服务业市场开放空间等因素,2020-2035年,我国服务贸易有条件实现年均8%左右的增速;到2035年,我国服务贸易额将达到2.7万亿美元,成为全球第一大服务贸易国,占世界服务贸易总额的比重达到12%左右。



近年来,江苏省苏州市吴江区大力推进制造业智能化改造和数字化转型。在吴江区盛泽镇,化纤、纺织等企业建设大数据资源共享平台,实现全流程信息化、数据化管理,推进智能制造车间建设,打造智慧工厂。据介绍,2021年,吴江区盛泽镇计划推进制造业智能化改造和数字化转型项目230余个。

新华社记者 李博 摄

外贸高质量发展应多探究新议题

本报讯(记者 刘国民)“现在探讨‘外贸高质量发展’,肯定要多维度地来研究它,涉及的维度要比从前更多。”在5月15日由对外经济贸易大学主办、对外经济贸易大学国际经济贸易学院承办的“国际经贸问题学术研讨会暨王林生教授文选发布仪式”上,中国社科院经济研究所原所长裴长洪分析说,第一是生产环节,过去一般关注进出口结构怎么样,怎样能够提高附加值,现在生产环节要重视产业链供应链安全稳定。裴长洪分析说,第二是流通环节。从进口来讲,主要是贸易便利

化,在“一带一路”建设里中欧班列是非常大的突破,因为过去的国际贸易基本上是海洋贸易,现在中欧班列开创了陆路国际贸易的历史,同时海外舱面有很多的分销、批发、零售的业务待研究。

“第三是结算问题,这表现在人民币结算推进比较快。需要扩大人民币结算范围,同时保证金融安全。”裴长洪说,能源贸易是外贸高质量发展不可回避的问题。按照2030年前碳达峰、2060年前碳中和的目标,第一步应该控制煤炭消费,余下的石油天然气能源消耗高度依

赖进口,石油天然气进口对中国能源安全影响很大。

数字贸易也是外贸高质量发展需要深耕的领域。“数字贸易涉及数字贸易规则、数据安全流动等问题。”裴长洪说。

除此之外,裴长洪认为还要强化全球治理能力建设,今年是中国加入世贸组织20周年,需要考虑对外怎么和国际规则接轨,对内做好开放型经济治理,以及在共建“一带一路”过程中,怎样和共建国摸索出一些区域性的规则、标准,使之成为国际性的公共产品。

稳外贸的县市区视角

国际商情

秘鲁成为中国铜和锌第二大供应国

《秘鲁人报》消息,秘鲁能矿部部长加尔维斯表示,中国是世界铜和锌的主要消费国,而秘鲁是中国铜和锌的第二大供应国,满足中国27%的铜需求和19%的锌需求。加尔维斯强调了两国贸易关系的稳固和中国市场对秘矿业投资和金属矿产品出口的重要性,去年秘64.2%的铜和23.8%的锌出口销往中国,铜出口占秘对华出口的65%,中国复苏强劲,铜需求将显著增加,对秘矿业而言是一个重要机遇。

今年一季度越南进口废钢大幅增长

越南(Vinaret)网报道:据越南海关统计,2021年一季度越南进口废钢铁近144万吨,价值5.69亿美元,平均价格为395.6美元/吨,数量、金额和价格同比分别3.5%、55.4%和50%。报道称,越南废钢铁进口主要来自日本、美国和澳大利亚。其中,一季度自日本进口61.4万吨,约2.6亿美元,分别占越南全国进口废钢铁总量的42.6%和进口总额的45.7%。自美国进口26.8万吨,1.07亿美元,占其进口总量的19%。自澳大利亚进口14.6万吨,6.19亿美元,占其进口总量的11%。总体来看,一季度越南从国外市场进口废钢铁同比均大幅增长。

4月菲律宾汽车销量同比增长133倍

据菲律宾《商业世界报》近日报道,菲汽车生产者商会和卡车生产者协会数据显示,今年4月菲汽车销量达17,843辆,较去年同期133辆的销量水平增长了13,315%,创下历史最高增幅纪录。4月汽车销量环比减少13.8%,一方面是要今年3月末的隔离措施影响,另一方面,银行借贷收紧,民众储蓄意愿增强,贸工部对进口车辆新增关税等因素均降低了民众对汽车及相关行业的消费度。数据显示,丰田菲律宾汽车公司占据市场最大销售份额,销量占比达47.35%,其次是三菱和福特公司,占比分别为15.54%和7.44%。(本报综合整理)

记者观察

记者近年来常听到外贸业内人士感慨,越来越难接到金额很大、很稳定的订单了,外贸订单小型化、零碎化的特点日益明显,过去传统的大外贸正出现越来越多的新情况。面对“春江水暖”,一部分行动派的外贸企业已经开始选择自我调整适应变化。但企业怎样才能做好小订单生意呢?

众所周知,外贸企业分为不同类型,加工厂、纯商贸企业和工贸一体企业,各自具备的优势和面临的困难也各不相同。从转型跨境电商的效果来看,工贸一体企业更具优势,也更能应对订单碎片化的挑战。但其他类型的企业若能扬长避短,也有各自的发展潜力。企业应尽快找准自己的定位,是继续做加工厂、纯商贸企业还是成为工贸一体企业,当然,这三种类型的企业也可以随着市场变化不断相互转换。但企业无论过去有哪些优劣势,都有必要做好以下几项功课。

一是认真研究一个行业、一种产品的国际产业链条。这主要是为了更好地弄清楚产品的用途和流向。有的国外采购商是将产品分销到自己国内,有的则是转手流转到其他国家。外贸企业对一种产品的最终消费市场有了更多了解,就能针对最终消费市场做深入的市场开发动作。这种市场开发的价值之一是绕开了一部分中间环节,能获得更高的利润率。更高的利润率正好补偿了企业处理碎片化订单所耗费的时间精力等成本。

二是做好销售端(店铺)定位,是杂货铺式销售还是专攻某一种、某几类产品?现实中,这两种类型的店铺和一些介于二者之间的店铺都有成功案例。但在订单碎片化趋势下,木业有专攻的销售定位会比杂货铺式的销售定位更能通过局部标准化、制式化的优势节省时间精力成本,也更能洞察行业发展趋势,后期获得高利润率和附加值的潜力也更大。

三是选好产品。很显然,不是所有产品都适合接小订单,这里面大致存在一个适合接小订单的产品范围。最适区间。外贸企业对此要多做功课,做好分类和筛选,就可免于为不合适的产品和工厂磨合协商。

四是与工厂生产线密切互动磨合,推动生产线柔性化、弹性化,使生产线带有更多终端需求导向的成分。一些工贸一体企业转型跨境电商后,尝试将自己工厂的生产线一分为二,一部分用来加工生产大外贸订单,另一部分则为小订单提供生产保障,遇到网店出现爆款等各种特殊情况,还可以灵活调配更多原本用于大外贸的生产线来赶工,很有弹性。客观地说,尽管这类比较笼统的调配,基本可以满足大外贸和小订单两种生产需求,但基于长远考虑,这类工贸一体企业仍然需要多借助信息化技术手段的支持,比如设计出对应的生产—供货模型,综合考虑企业大外贸订单和小订单的交货期、交货量,进行更科学、更柔性的产能调配。

五是除了加强信息化生产—供货模型之外,外贸企业还应积极应用订单管理系统、在线集单系统等IT、互联网手段。以在线集单系统为例,考虑到一部分小订单甚至低于工厂的开机起订量,又或者工厂虽可开工但给出报价偏高无法维持企业利润,此时借助当下热门的共享经济思维,可以开发出在线集单系统,将本企业和同行遇到的此类小订单信息上传、共享,其中一部分订单通过在线比对应是可以高效完成拼单的。这样一来,原本太小的订单量得以增加,或者因此符合加工厂的开机起订量,或者因此能从加工厂拿到更优惠的报价,原本做不了的一些小订单生意就可以做下去了。同时,订单管理系统及其他IT、互联网手段,还可以将外贸企业一部分业务流程标准化、高效化,降低碎片化小订单对企业人时间精力的消耗,让企业能持续地接碎片化小订单。

我国自主品牌隧道掘进机首次出口菲律宾

本报讯(记者 张凡)记者从中国铁建重工集团获悉,5月18日,我国研制的具有完全自主知识产权的岩石隧道掘进机顺利通过验收,将通过海运发往菲律宾,参与菲律宾卡利瓦大坝工程引水隧洞建设。这标志着国产品牌隧道掘进机实现在菲律宾市场零的突破。

掘进机刀盘涂装底色使用菲律宾国旗白、红、蓝三色,图案设计成两只紧握的手,设计元素体现了中菲双方以礼相待、平等诚信的友谊和展开合作的美好愿景。中国铁建重工集团海外部总经理杨方明介绍说,掘进机装机功率3800千瓦,总长372米,总重1000吨,是名副其实的“钢铁甲虫”。设备命名为“茉莉号”,菲律宾语言表达为“Sampaguita”,“茉莉花是菲律宾的国花,是纯洁、热情、友谊、爱情的象征。”

卡利瓦大坝是菲律宾新百年水源计划的重要组成部分,该工程由中国能源建设股份有限公司总承包,工程引水隧洞存在破碎带、大涌水等复杂地质,设备需要掘进17.55千米,有望开创我国参与的海外隧道工程掘进里程最长纪录。

据了解,针对工程及地质难点,研制团队采取了一系列针对性设计,包括刀盘扩挖、顶升式主驱动、超高压脱困推进系统、掘进机超前钻探及超前地质预报系统设计等,使设备具备了强劲的地质适应性性能。

卡利瓦大坝是中菲两国在“一带一路”框架下的重要基础设施建设工程,水库设计容量为5700万立方米,建成后每天可向大马尼拉地区供应6亿升生活用水,对解决当地居民的基本生活需求和提升生活质量具有重要意义。

邢台经济开发区:

汇集创新设计资源 助力外贸企业提质升级

本报记者 张凡

面对近年来全球贸易不稳定、不确定因素给我国外贸带来的一系列挑战,各部门、各地方在不断出台扶持企业的政策措施的同时,也将不断提高企业国际竞争力摆在重要位置。纵观各地帮助企业转型升级的思路、方向也是八仙过海、各显神通,而河北省邢台经济开发区找到思路是进一步发挥工业设计的作用,以此提高当地外贸企业的产品附加值。

邢台经济开发区位于河北省邢台市市区东部,其外贸相关产业主要为太阳能光伏组件、牛仔面料、童车玩具等产品。邢台市经济开发区经济发展局工信科二级主办刘杰欣在几年前与相关部门负责人走访企业时发现,这些外贸企业在关键工艺提升、获取专利技术上存在痛点,尤其是面临着资金不够、资源不多的局面。而当时,河北省正在

向南方省份学习帮助企业提升工艺设计能力的作法,这给外贸企业提升国际竞争力找到了着力点。

“正是在这样的背景下,我们围绕着工业设计做了一系列文章,助力外贸产品提质升级。”在刘杰欣看来,目前,中国的大型外贸企业已经开始利用工业设计来提升产品附加值、打造品牌,这对中小外贸企业同样适用。

“由于我们当地许多企业规模较小,当他们一听到工艺设计也需要持续的投入,就本能地采用了偏保守的投资策略。我们便成立了相应平台,引导企业提升关键工艺流程,打造自己的核心技术。”刘杰欣介绍说,2018年,开发区成立了众联工业设计创新中心。

众联工业设计创新中心成立之后,针对邢台市的产业需求,先后引入Ed Design、Pentagon Design、Sky-

en、朗图、立意、爱淘器、再滕等多家优秀的国内外设计机构,并与武汉纺织大学艺术与科技学院、燕山大学艺术与科技学院、河北工业大学建筑与艺术设计学院等高校建立了合作,为制造业企业提供专业的设计服务。

此外,该中心还邀请设计专家走进开发区及邢台各县(市、区),开展设计讲堂、设计培训,针对企业需求提供咨询服务,并就企业关心的政策解读、创新产品落地、品牌推广、人才储备及企业法务等问题进行深入沟通,进一步提升企业对工业设计的认知水平。

“尤其是2019年,我们在河北全省率先推出工业设计创新券申领平台,服务企业进行创新券的申报、领取、使用、兑付,先后支持了区内5家外贸企业,资金达50余万元,目前尚有多家企业正在申领流

程进行中。”刘杰欣介绍说,创新券支持政策的制定和应用,进一步降低了企业的设计成本,激发了企业对设计创新的积极性和应用热情,提高了企业的自主创新能力,推动了设计成果的转化应用,并且对开发区甚至邢台全市的企业加快产品竞争力提升和设计创新起到了积极的示范引领作用。

对于邢台市的服装、童车玩具等企业来说,工业设计公司无异于一个编外的企业研发部门,可以源源不断地为企业注入创新动力,帮助企业提升产品竞争力和品牌形象。

众联工业设计创新中心入驻的设计机构河北立意,与开发区企业润泰救援联手设计的灭火救援机器人获得了第二届石家庄市十大优秀工业设计产品概念奖,并入围2020德国红点设计奖和中国优秀工业设计奖。说起这些,刘杰欣十分高兴:“这些奖项的取得,不仅推动了企业设计创新产品的市场影响力和竞争力,更展示了我市产业与设计创新融合发展的创新成果。”

“经过这两三年的探索,各方资源在我们搭建的平台上不断汇集,他们在与企业匹配方面也日益活跃起来。现在,比较大的企业都提升了关键的工艺流程,附加值也有了提升。一些企业的出口量也有增加。”刘杰欣说,邢台市相关部门也认识到,与当地在工业设计赋能外贸企业方面还存在一定差距,有些企业还停留在外观、包装、流程改进等浅层方面,核心技术依然有待提升。

“我们希望通过一系列政策的引领,帮助企业进一步打开应用工业设计思路,从而达到提升产品竞争力的目的。”

渐别大外贸,企业怎样做好碎片化小订单?
本报记者 刘国民