

中国贸促会研究院发布《欧盟营商环境报告 2021/2022》

五大问题凸显欧盟营商环境保护主义加码

■ 本报记者 张凡

在全球疫情反复延宕、世界经济缓慢复苏的当下，中欧双边贸易投资规模却呈现出迅速增长的态势。数据显示，截至2021年11月，中欧双边货物贸易总额为7476.33亿美元，同比增长29.2%。目前，中国已经成为欧盟第一大贸易伙伴，欧盟是中国第二大贸易伙伴。2021年1至9月，中国对欧盟直接投资49.9亿美元，增长54%。但是在刚刚过去的2021年，欧盟保护主义加码，给在欧盟投资经营的中国企业造成了负面影响。

中国贸促会研究院2022年1月17日发布的《欧盟营商环境报告 2021/2022》认为，欧盟保护主义加码，营商环境存在五大突出问题。

第一，欧盟从外资审查、外国补贴审查、公共采购审查三个方面全面提高了市场准入壁垒，违反了WTO自由化原则。2021年以来，欧盟及成员国出台或调整的外资审查制度涉及敏感行业范围更广、触发审查门槛更低、政府自由裁量权更大，提高了外资企业进入欧盟市场的前置成本与合规成本。调查显示，58.97%的受访企业表示外资审查给其赴欧投资及在欧运营带来负面影响。

2021年5月5日，欧委会发布了《针对扭曲内部市场的非欧盟成员国补贴的条例草案》(以下简称《条例草案》)。欧盟增设外国补贴审查为欧盟保护主

义提供了新的工具，《条例草案》过度解读企业与政府关系，忽视国有企业的市场属性，将企业通过市场化行为获取的支持错误地定位为不合理补贴，构成对国有企业的歧视，违反了WTO非歧视原则。调查显示，87.55%的受访企业表示《条例草案》对“外国补贴”的定义过于宽泛。

2021年12月14日，欧洲议会投票通过了《国际采购工具》提案的决议。根据《国际采购工具》，不开放本国公共采购市场的第三国投标方参加欧盟公共合同招标将会受到更多限制，甚至有可能被排除在欧盟公共采购市场之外。在这些主要的保护主义措施影响下，52.48%的受访企业认为欧盟市场准入壁垒提高，比上一年提高了9.43个百分点。

第二，欧盟及成员国以人权为名行保护主义之实，违反WTO非歧视原则。欧洲议会通过涉疆决议、《企业尽职调查和企业责任法案》、新的对华战略等，罔顾事实真相，诋毁中国新疆人权状况，将人权问题同贸易和投资议题挂钩，要求欧盟企业对供应链上的合作伙伴进行包括强迫劳动在内的的人权和环保尽职调查。部分欧盟企业和机构在没有事实根据的情况下抵制新疆产品，还有部分欧盟企业在和中国企业合作时要求出具“不涉疆证明”，是对新疆企业和新疆产

品的严重歧视，不仅影响中国企业供应链伙伴的选择，更损害了新疆居民的劳动就业权和民生福祉。

第三，欧盟以疫情为名行保护主义之实，区别对待内外资企业。调查显示，大部分的受访企业表示欧盟在优惠政策实施方面对内外资企业不能一视同仁，仅有14.38%的受访企业同欧盟本土企业同等享受扶持政策。28.52%的受访企业表示2021年欧盟应对疫情表现较差，该比例比上一年提升了8.76个百分点。

第四，在欧中资企业在执法层面面临的歧视有增无减。调查显示，37.92%的受访企业认为欧盟对中资企业执法不公平，该比重比上一年度调查上升了6.3个百分点。企业反映，欧盟在公共采购资质预审环节针对欧盟企业量身定制入围标准，在中资企业中标后采取拖延、不授标的方式逼迫企业主动放弃，或者中标后仍要求中资企业提交各种资质证明、认证证书，拉长项目周期等，使得中资企业越来越难以获得欧盟公共采购项目。调查显示，2021年仅有7.72%的受访企业参与了欧盟公共采购项目。

第五，欧盟因为保护主义、准入壁垒提高、歧视性执法等原因，营商环境出现退步。调查显示，27.18%的受访企业认为欧盟营商环境比上一年恶化，该比例

较上一年增加了0.28个百分点。欧洲议会冻结《中欧投资协定》批准程序，损害了双方企业的投资利益，32.01%的受访企业表示欧盟冻结中欧投资协定阻碍了其欧盟投资计划。同时，受访企业认为德国、法国、荷兰、意大利、西班牙是营商环境最好的五个欧盟成员国，企业对立陶宛的营商环境评价最低。

中国贸促会研究院副院长赵萍表示，中欧作为全面战略伙伴，双方都秉持多边主义理念，都坚持推进多极化进程，双方市场高度互补，互利合作拥有巨大潜力和广阔空间。中欧应成为当今世界的稳定性力量，双方要在合作中扩大共同利益，在发展中破解难题，维护全球产业链供应链稳定，助力疫后世界经济复苏。

为提升中资企业对欧盟投资的信心，《报告》对欧盟优化营商环境提出十条建议：一是继续坚定贸易自由化和多边主义的立场；二是尽快重启中欧投资协定批准程序；三是放宽外资进入欧盟市场的限制；四是谨慎使用外国补贴审查工具；五是保障中资企业公平参与公共采购；六是停止对中国新疆企业和新疆产品的歧视；七是停止对中国通讯企业的打压；八是尽快推动与中国碳定价制度互认；九是从执法层面公平对待中资企业；十是加强疫情防控提供健康安全营商环境。

工程机械行业韧性提升

根据中国工程机械工业协会行业统计数据，2021年1月至12月，纳入统计的25家主机制造企业共计销售各类挖掘机产品34.28万台，其中，国内市场销量27.44万台，同比下降6.3%；出口销量6.84万台，同比增长97.0%。中国工程机械工业协会挖掘机分会会长黄敏总结说，2021年，挖掘机机械行业在克难奋进中交出逆势而上的优异答卷。

“2021年前几个月，挖掘机销量保持增长，但是下半年，销量连续下滑，曾一度引发业内担心。”中国工程机械工业协会副秘书长吕莹向记者表示，现在看，挖掘机2021年全年的销售情况还不错，总销量基本符合预期。

挖掘机销量被视为工程机械行业的风向标。吕莹表示，工程机械行业中不仅挖掘机销量增长，装载机也实现增长，只有汽车起重机和摊铺机两个品类下降。可以说，工程机械行业整体形势不差，与2012年至2016年那个周期完全不同。

至于形成新局面的原因，吕莹分析说，经过上一轮周期的洗礼，工程机械行业更加成熟，适应能力更强。全行业有一个统一认识，就是规模总量是相对稳定的，不可能出现剧烈变化，所以在扩大市场上，行业企业有所为有所不为，确保了行业没有出现断崖式下降，总体还是历史最高水平。具体来说，工程机械企业纷纷提前做市场研判，降低预期，统一思想，在资金投放、投料、外购件采购工作等方面做了相应调整。企业经营状况特别是库存、应收账款等指标都比往年要好，其增长幅度远低于营收增幅。

不仅销量稳中有升，工程机械的产业韧性还有效提升，产业结构持续优化，产品质量显著提升，智能化和绿色发展底色愈浓，抵御风险、稳步发展的定力和能力不断增强。

十几年前，200吨以上超大型挖掘机必须从国外采购；如今，从200吨至700吨的超大型挖掘机，中国都能制造。徐工集团成功研发出具有自主知识产权的700吨级超大型液压挖掘机“四轮一带”并进行试装，彻底摆脱过去受制于人的局面，短短数年实现吨位“跳级”，缔造了行业发展奇迹。

凭借着领先的科技实力和优秀的产品质量，2021年，工程机械出口增长接近翻倍。吕莹表示，2021年工程机械出口预计达340亿美元，顺差大约300亿美元。特别需要指出的是，工程机械行业整机出口增长，而整机进口金额下降20%。

2022年，作为典型的投资依赖型和周期性行业，工程机械行业面临国际贸易关系复杂竞争加剧、原材料价格上涨、供应链紧张、排放升级等诸多不确定因素。

黄敏表示，挖掘机行业要坚持创新驱动发展战略，聚焦“专精特新”，加速布局工业互联网，加快数字化、智能化转型升级，力促挖掘机机械产业基础高级化、产业链现代化，供应链自主可控，通过扩链、补链、强链，形成具有全球竞争力的产业链集群，快速提升产业竞争力，强化风险意识，营造良好竞争发展环境，实现中国挖掘机机械行业高质量可持续发展。

对工程机械行业整体而言，吕莹认为，通过自身调节，工程机械行业平稳度过了周期低谷，2022年会转入一个比较好的局面。尽管周期还在，但行业会顺势而为。

(刘瑾)

国际商情

中国是俄油脂产品第一大出口目的地国

俄农业投资网近日报道，俄油脂联盟表示，受国际油脂产品价格大涨影响，2021年俄该类产品出口额预计突破70亿美元，比2020年高出20亿美元。出口目的地国达104个，中国排名第一，俄对华油脂产品出口量达170万吨，其次为土耳其(120万吨)、伊朗(72万吨)、白俄罗斯(68.5万吨)。

2021年乌拉圭海外网购数量和金额双增长

据乌拉圭《国家报》近日报道，乌国家海关总署公布的数据显示，2021年乌海外网络购物数量和金额双增长，全年海外网络购物包裹数达415604件，同比增长14.8%，总价值达4948万美元，同比增长17.8%。乌拉圭快递员协会(CUC)主席Carlos Bertelli表示，2021年海外网购最多的产品是服装、鞋、电子产品和汽车零部件。随着开放出境旅行和边境，海外包裹数量有所减少，许多人特地赶往阿密购物。目前乌拉圭民众每年只享有三次海外网购包裹免税特权，每笔订单的最高限额为200美元，许多民众通常等到黑色星期五和利手星期一(时间为感恩节后的第一个星期一)集中网购。

印尼放宽煤炭出口 批准37艘运煤船离港

印度尼西亚政府1月13日宣布，鉴于国内煤电供应短期内得到保障，已批准37艘装载出口煤炭的货船离港。印尼海洋与投资事务统筹部长卢胡特·潘查伊坦在声明中说，部分本国煤炭企业已遵政府指示，出售部分煤炭供应国内煤电市场，使印尼国营电力公司采购到足以保障15天发电所需煤炭。针对这部分企业，政府放宽今年1月1日起实施的煤炭出口禁令，批准37艘运煤船离境。这些船受禁令影响，月初以来滞留印尼港口，等候离港许可。去年12月31日，印尼政府突然宣布，自今年1月1日起实施为期一个月的煤炭出口禁令，以缓解国内电厂用煤紧张。由于印尼是全球最大电煤供应国，这一消息在世界煤电市场引发震动。路透社援引路孚特-艾康公司数据报道，截至1月12日，大约120艘运煤船停靠在婆罗洲岛加里曼丹地区的货运港口，等待或已开始装运煤炭。(本报综合整理)



江苏省无锡市锡山区是国内重要的不锈钢加工贸易基地之一，图为在锡山区大明工业科技集团有限公司内，一群质检人员正在检测一批用于锂电池的焊接部件。

通讯员 杨木军 摄

敦煌网：新市场新概念或带来海外新消费需求

■ 本报记者 张凡

在全球经济复苏仍受疫情影响的情况下，我国进出口规模实现持续快速增长，进出口总额突破了6万亿美元。这其中，跨境电商表现突出，据海关统计数据，2021年我国跨境电商进出口1.98万亿元，增长15%，其中出口1.44万亿元，增长24.5%。那么，未来跨境电商的走势如何？从2021年底跨境电商最为重要的“黑五网一”购物季或许能看出一二。

敦煌网分析出2021年“黑五网一”跨境电商消费呈现出以下几个特点：

因为临近岁末，节日消费成为“黑五网一”购物季的一大主题。2021年，随着欧美疫苗接种率上

升、社交活动增加，不少家庭纷纷重启聚会与庆祝计划，带动了相关商品的销量。敦煌网2021年“黑五网一”数据显示，“婚纱与礼服”类目同比增长565%，“玩具与礼物”类商品也增长近五倍；在二级品类中，“角色扮演服饰”实现了超过十倍的增长，充分体现了强大的节日效应。

“宅经济”依然是2021年电商消费的一大主题。尽管疫情年中稍有缓和，但年底又在欧洲多地出现反弹，一定程度上再度刺激了对相关商品的需求。2021年“黑五网一”期间，敦煌网在“家居与花园”类目上实现了189.8%的增长，与“宅经济”密切相关的“游戏卡及软件”、“乐器”等二级品类均有上佳表现，同比增幅最高达100倍。与此同时，在刚刚到来的2022年，跨境电商有一些新的趋势值得注意。

趋势一是新兴市场成跨境电商的增长重点。美欧传统市场表现强势，中东、东欧实现高速增长。据敦煌网2021年“黑五网一”大促数据，北美、欧洲市场依然占据平台交易额前十位置。值得一提的是，今年的海外市场呈现多元化趋势。一些新兴市场异军突起，增速迅猛。从2021年敦煌网“黑五网一”的增幅看，中欧、东欧实现了高速增长，地处东欧的罗马尼亚、保加利亚、爱沙尼亚等国

增幅均在9倍以上。亚太、中东和非洲地区的新兴市场紧随其后，菲律宾增幅达853.7%，阿联酋达768.3%，南非达728%，显示出这些市场在跨境电商方面的巨大潜力。预计到2025年，非洲的电子商务交易规模将达750亿美元。新兴市场无疑是跨境电商的下一个增长重点。

趋势二是新概念新理念或催生海外新需求。2021年大热的“元宇宙”概念催生了新的消费需求。2021年被称为“元宇宙”元年，科技巨头争相入局，带动了虚拟世界概念的火爆。这也反映在跨境电商热销商品上，年底大促期间，敦煌网“VR眼镜及配件”品类下单量暴

增4倍，销售额增幅达22倍以上。

近年来，全球变暖问题日益严重，随着COP26气候大会的召开，环保及能源问题日益成为关注焦点。2021“黑五网一”期间，太阳能、风能产品销量环比增长40余倍，体现了环保意识对消费者行为的影响。

此外，经历了疫情，海外消费者更加注重身心健康，“关怀经济”增势强劲。在敦煌网，“运动健身用品”品类持续火爆，大促期间订单量剧增4倍，销售额增长长达268.8%。饲养宠物能够缓解压力，促进心理健康。今年，“宠物用品”大受青睐，订单量和销售额均实现了双倍增长。

中国汽车产业全球化发展正迈入新阶段

■ 本报记者 王曼

2021年在国内宏观经济运行总体平稳持续恢复的背景下，汽车行业发展韧性继续保持。工业和信息化部近日发布数据显示，2021年，我国汽车产销分别完成2608.2万辆和2627.5万辆，同比分别增长3.4%和3.8%，结束了2018年以来连续三年的下降局面。按照整车企业出口统计口径，2021年，我国汽车出口201.5万辆，同比增长1倍，占汽车销售总量的比重为7.7%，比上年提升3.7个百分点。我国汽车出口首次超过200万辆。

中国汽车工业协会常务副会长兼秘书长付炳锋表示，近十年来，中国汽车出口一直在100万辆左右徘徊，2021年首次跨过200万辆大关，实现了历史性跨越，中国汽车产业全球化发展正迈入新阶段，并呈现出以下几方面特点：

一是中国品牌汽车企业出口均呈现快速增长。在出口前十企业中，和去年同期相比，9家中国品牌汽车企业，均呈现快速增长，其中有4家企业出口增速超过100%。

二是乘用车和商用车出口均高速增长。乘用车出口161.4万辆，同比增长1.1倍，SUV占据绝对主导，说明中国品牌在SUV车型方面更具竞争优势。商用车出口40.2万辆，同比增长70.7%，客车和货车均呈现高速增长。

三是直接投资模式发挥了重要作用。上汽集团、长城汽车、吉利汽车等中国车企在海外布局建厂，并开始发挥较好的作用。这些直接投资的工厂，支撑了中国品牌在海外落地生根，并为未来增长奠定了坚实的基础。

新能源汽车是全球汽车产业绿

色发展、低碳转型的重要方向，也是我国汽车产业高质量发展的战略选择。工业和信息化部装备工业一司副司长郭守刚表示，2021年我国新能源汽车表现出市场规模、发展质量“双提升”的良好势头，并呈现三个“快速”，即产销规模快速增长；质量品牌快速提高；产品出口快速增长。2021年，新能源汽车产销分别完成354.5万辆和352.1万辆，同比均增长1.6倍，市场占有率达到13.4%，高于上年8个百分点。

在出口方面，2021年，新能源汽车出口31万辆，同比增长3倍。受访专家表示，我国新能源汽车产业配套较完整，劳动力、资本和锂矿等生产要素也比较丰富，同时拥有世界第一大市场的规模经济优势，在动力电池生产和汽车组装等方面拥有优势明显，这些为我国新能源

汽车出口奠定了基础。

其中，欧洲市场成为我国新能源汽车出口一大主要增量市场，主要集中在比利时、英国、德国、法国、挪威等发达国家，体现了中国新能源汽车的国际竞争优势。据了解，今年以来，蔚来、小鹏、爱驰等本土品牌，陆续布局欧洲市场。

业内人士分析，欧洲新能源汽车增长的态势非常快，欧洲各国对新能源汽车的支持和补贴政策较强，如德国的补贴目前已经延续到了2025年。同时，我国新能源汽车企业产品竞争力正不断提升，从而使得对欧洲的出口量不断增长。

付炳锋表示，世界经济持续恢复，全球汽车消费也在复苏中；中国品牌转型升级形成优势，且供应链相对完备，可为海外消费者及时提供有竞争力的产品；以欧美为代表

的国家纷纷加大对新能源汽车的推广力度，新能源汽车成为我国出口增长新动能。这些因素共同推动中国品牌汽车海外发展持续增长，预计2022年我国汽车出口增速在20%左右。

中国汽车工业协会预测，2022年我国汽车总销量预计将达到2750万辆，同比增长5%左右，继续保持增长。付炳锋认为，有五大利好因素支撑持续稳增长局面：一是我国宏观经济长期向好的基本面不会改变，保障了汽车市场持续增长；二是汽车市场潜力巨大，需求依然旺盛；三是疫情防控措施常态化，由疫情带来的市场影响逐渐减弱；四是伴随芯片短缺逐渐缓解，汽车供给能力将进一步得到释放；五是新能源汽车市场需求旺盛，进一步推动汽车销量稳定增长。