

出口延续较快增长 增速恐将继续承压

■ 本报记者 刘禹松

中国银行研究院日前发布《中国经济金融展望报告》(2023年年报)。该报告显示,近年来受国内供应链较快恢复、外部需求逐步复苏等因素拉动,中国出口总体保持在高增长区间,在全球出口中的份额不降反升。

根据该报告,2022年1月至10月,中国出口累计同比增长11.1%(以美元计价,下同),略低于15%的2020年至2021年同期两年平均水平,总体延续较快增长。净出口对经济增长的贡献率上升。2022年前三季度,货物和服务净出口对GDP累计同比贡献率为32%,比2020年至2021年平均水平高9个百分点。但自8月以来,受外需走弱影响,出口增速下行趋势逐步确立,10月当月甚至转正为负,为-0.3%。值得关注的是,受人民币对美元汇率贬值影响,以人民币计价的出口增速放缓幅度要慢于以美元计价的出口增速,10月当月以人民币计价的增速仍保持7%的正增长。

该报告认为,当前我国对主要目的地出口增速呈现分化。一方面,对美、欧出口增速放缓。2022年1月至10月,中国对美国、欧盟出口分别累计增长6.6%、14%,分别较2020年至2021年两年平均增速低

9.1和3.6个百分点。尤其是在下半年后,高通胀背景下货币政策加快收紧,抑制美、欧中间品和消费品需求,导致中国对美、欧出口增长明显放缓,同比增速分别于8月、10月开始落入负值区间。另一方面,对东盟出口稳中有升。2022年1月至10月,中国对东盟出口累计增长20.5%,增速较2020年至2021年两年平均增速加快3.6个百分点。其主要原因在于中国与东盟产业链的互补关系增强,东盟生产和出口依赖于中国中间品和原材料供给,2022年上半年中国对东盟出口的中间品占其出口总金额的55%。2022年东盟出口和制造业高景气带动了从中国产品的需求。

该报告显示,价格因素对出口增长的影响正在加大。报告认为,2020年和2021年出口增长主要依靠数量支撑,平均贡献率约为56.8%。2022年价格因素对出口增长的支撑较为明显,平均贡献率约为95.1%,而数量贡献仅为13.3%。尤其是在8月和9月,出口金额增速承压但尚维持在正增长区间,而出口数量同比增速已落入负值区间。主要原因在于全球大宗商品价格高企带动出口价格提高,而外需整体走弱导致出口数量增长不振。

此外,不同类型产品出口增速也在出现新的变化。一方面,劳动密集型产品出口增速放缓。2022年1月至10月,服装、纺织产品出口分别累计增长6.4%、6.9%,较2020年和2021年两年平均增速低1.9、4.5个百分点。该报告认为,这与疫情多发散发、中美经贸摩擦、低成本优势减弱等多重背景下出口订单、产业外迁有关。另一方面,汽车出口高速增长。2022年1月至10月,汽车出口累计增长67.9%,较2020—2021年两年平均增速高8.2个百分点,且主要依靠数量拉动,数量增长54.1%,贡献度约为三分之二。其中,新能源汽车出口49.9万辆,同比增长96.7%。“这与中国汽车制造业产业链完整、竞争力增强等优势有关。”该报告称。

展望未来,该报告认为,外需疲弱叠加价格涨幅放缓,我国出口增速将承压下行。一方面,欧美经济放缓拖累外需走弱。从美国来看,2022年持续加息所导致的经济放缓和劳动力市场疲软将持续至2023年。根据美联储最新预测,2023年美国GDP增速仅为1.2%。从欧盟来看,国际冲突和能源危机持续侵蚀家庭购买力、抑制生产,2023年经济衰退风险持续上升。

2022年11月欧盟委员会再次下调对欧元区的GDP增速预测至0.3%,前值为1.4%。目前对美、欧出口仍占中国总出口的30%以上,其需求放缓将对中国出口造成较大拖累。另一方面,随着全球经济下行和供给给缓慢修复,2023年大宗商品价格将在波动中下行。世界银行预计,能源价格将在2023年出现11%的回调,有色金属、农产品价格中枢下移,这将带动生产购进价格涨幅降低,进而带动产品出口价格降低,价格对出口名义增速的支撑将减弱。

与之相比,我国对东盟出口则有望延续更高增长。该报告认为,东盟经济处于疫后修复期,内生增长动能较为强劲,服务业等增长潜力将得到进一步释放,带动东盟内需增长。同时,东盟在全球的出口份额有望进一步提升。作为全球产业链中加工制造环节的集中地,东盟目前的出口份额在7%左右,远低于日本(约10%)和中国(约15%)。随着全球制造业加速向东盟转移,东盟的出口份额有望进一步提升。此外,RCEP合作不断深化,中国对东盟投资增长强劲,这些投资有望在未来转化至生产,进一步增强中国与东盟的产业链协同效应,有利于增加中国对其中间品的出口。

经济全球化刺激了文化商品的全球流动和不同文化形态之间的对冲。在全球化过程中,文化交流的增加不仅为国际文化产业的发展带来更多的市场需求,同时这种跨国界的文化流动与商品配置也不可避免地造成不同地区之间文化与价值观的交流与渗透,在一定程度上引发了文化冲突与融合。因此,以文化产业为主要形式的文化发展和贸易在本质上具有经济和政治两层含义,国际文化贸易既反映了一国文化及其产业的繁荣程度,也揭示了一国文化、文化产品与服务

的国际影响力,是考察国家文化安全与国家软实力的重要指标。因此,在国家文化软实力视角下分析国际文化贸易格局,不仅需要重视国际文化贸易发展的整体趋势,同时也要关注国家间文化贸易力量对比和政策选择态势。

受自由贸易和开放市场的影响,国际文化贸易也具有全球化特征,主要体现在各国对文化产业发展的普遍关注,以及文化产业主体、市场和消费的全球化。美国早在1965年通过法律法规保障政府每年拿出相当比例的资金投入文化艺术;日韩分别于1995年、1998年确立了“文化立国”方针。21世纪以来,包括中国在内的广大发展中国家也纷纷从国家战略高度重视文化产业发展。此外,巨型文化传媒集团成为文化产业的主体,诸如华纳、迪士尼等,这些文化产业集团其业务内容涵盖广播、电视、报纸、电影、娱乐等,其业务范围实现了跨国、跨行业扩张,从而也导致其文化产品流动于全球各地,实现了文化消费的全球化。

各国间国际文化贸易的发展极不平衡。国际文化贸易的特点是利用各国比较优势形成全球分工。美欧等国利用自身的技术和规模优势成为全球文化产业最主要的研发、生产和贸易中心;具有深厚历史文化积淀的新兴国家,比如埃及、印度等在传统手工艺、内容创意和工艺品等领域异军突起;日韩等国借助互联网、数字化和虚拟经济的后发优势,在动漫影视、时尚产品结构占据一席之地。但是,纵观全球文化贸易结构,具有突出文化影响的电影视听、印刷出版、表演艺术等文化产品依然是以美国为首的西方各国占据主导地位,这些产业在意识形态表达、价值观渗透等方面具有更强的文化软实力效应。也正因如此,各国政府基于实际情况制定了不同文化战略和产业贸易政策。作为世界第一大文化产业强国的美国倾向于采取扩张型文化战略,希望通过本国强势文化贸易输出来保障其文化产品、服务和文化价值观的全球传播和全球影响力;诸如印埃日韩等不具备强大的经济和政治力量支持的国家,二战后又受到了西方文化的严重侵蚀,因而采取扶持型文化政策,政府牵头带动民间力量支持本国文化及产业发展。

由此可见,一国文化软实力与其国际文化产业发展水平密切相关,尤其是和该国文化产品的输出能力成正相关性。我国拥有丰富的文化资源,经济实力和政治实力也日益强大,积极开展对外文化贸易成为历史的必然选择。目前,我国将文化软实力提升到国家战略高度,提出必须把中国特色社会主义文化与民族传统文化相结合,共同构建社会主义中国的民族意识和思想,通过文化载体,传播我国的执政理念和政治意识,通过文化贸易,增强我国文化产品的世界影响力,提升我国的综合国力。

具体而言,可以分为经济效益实现和社会效益实现两个方面。在经济效益方面,一是要与国际文化贸易和国际文化市场的发展规律相契合,不仅在生产制作、发行渠道以及消费方式等方面与国际市场接轨,还要淡化意识形态色彩,突出中国传统文化特色,减少“文化折扣”的负面影响。二是主动引导科技、时尚与传统的创意结合,技术和内容并举,推动高质量精品项目走向国际市场。在社会效益方面,对于文化产品的输出,要从中华优秀传统文化中汲取养分,通过发掘文化遗产和文化故事中的文化元素和人文情感进行文化产品的生产和传播,扩大中华文化影响力;对于文化产品的输入,要做到严格筛选和把关,引进的产品不仅要真正适合国内的消费需求,同时还要具有正向积极的引导作用,使我国民众受到世界优良文化的滋养,增进世界各民族之间的了解和同情,而对于文化糟粕要坚决抛弃和抵制,防范低劣外来文化及价值观的侵蚀和渗透,维护我国文化安全。

(作者系中国艺术研究院文化发展战略研究中心助理研究员)

提升文化贸易竞争力 增强国家文化软实力

■ 程冰

国际商情

西方对俄海运出口石油限价已生效

从12月5日开始,欧盟对俄海运出口原油实施限价正式生效。七国集团与澳大利亚也将一同开始实施对俄海运出口原油的限价。七国集团和澳大利亚2日宣布对俄海运出口原油设置每桶60美元的价格上限。同一天,欧盟各成员国也达成协议,对俄海运出口原油设置每桶60美元的价格上限,附带调节机制,使价格上限比市场价低5%。欧盟方面随后通过书面程序批准了该协议。这一限价措施将取代今年5月欧盟达成的对俄出口原油禁运措施,该禁运措施规定从12月5日起禁止进口俄原油,明年2月起禁止进口俄石油产品。

韩国连续8个月出现贸易逆差

据韩国《朝鲜日报》网站报道,11月,韩国出口额较去年同期减少14%,至519亿美元。韩国出口额自今年10月份时隔24个月首次出现负增长后,11月跌幅进一步扩大。同期,进口额为589亿美元,贸易收支出现70亿美元的逆差。至此,韩国贸易收支已经连续8个月出现逆差。韩国产业通商资源部近日公布的《进出口动向》显示,今年截至11月累计贸易收支逆差突破425亿美元,超越1996年(206亿美元)创下历史纪录。该部称,11月受全球经济低迷等因素的综合影响,出口出现减少,而原油、天然气、煤炭等能源进口增加,导致逆差产生。尤其作为韩国主力产业的半导体出口同比减少29.8%,石油化学品出口减少26.5%。从地区来看,对美出口增长8.1%,对中东出口增长4.5%,但对中国(-25.5%)和东盟(-13.9%)的出口额下降势头明显。

日本政府拟将锦鲤列为重点出口商品

据日本广播协会(NHK)网站报道,为了提前实现原定2025年将农林水产品及食品的出口额增加至2万亿日元的目标,日本政府汇总了新的战略方案。其内容包括,将在海外深受喜爱、售价颇高的锦鲤追加列入“重点出口商品”名单,并加强对养殖户及产地的支援。为了有重点地推动商品出口,日本政府此前已将牛肉、大米、水果等大约30种商品列为“重点出口商品”。为了防止农产品的品种专利权流失海外,政府还打算设立相关机构,行使对注册和侵权情况进行监督等职能。此外,还将对食品标识制度进行调整,以便与国际标准接轨。2022年,截至10月,农林水产品和食品的出口额已经超过1万亿日元,目前仍在持续增加。照此速度,将打破2021年创下的最高纪录。在此背景下,日本政府考虑近期敲定新的战略方案,提前完成原定目标。

(本报编辑部综合整理)



12月5日,在浙江省湖州市德清县禹越镇的湖州博阳太阳能科技有限公司生产车间内,工人正在赶制一批出口欧洲的太阳能光伏电池组件订单。目前,该公司70%的光伏产品出口海外,远销英国、法国、意大利以及中东等80多个国家和地区。

中新社发 王树成 摄

“从中国经济高质量发展中受益”

■ 李志伟

世界银行前经济学家姆旺吉·瓦吉拉近日接受记者采访时表示,中国坚持经济全球化正确方向,致力于推动全球发展合作。中国经济持续发展,将为世界经济复苏带来更多活力。

瓦吉拉表示,在中国共产党的坚强领导下,中国深化改革开放,推

展带来更多机遇。”

“中国是引领全球经济发展的重要力量,世界各国将从中国经济高质量发展中受益。”瓦吉拉说,中国坚持对外开放的基本国策,坚定奉行互利共赢的开放战略,将对全球经济发展产生重要影响,有利于维护和践行多边主义,推动构建更加公平的国际贸易体

用品生产企业。今年,这家公司在阿里巴巴国际站上接到了卡塔尔世界杯足球赛纪念奖杯、球迷纪念章和钥匙链等产品的订单。为了尽快完成生产,工人们吃住住在厂里,加班加点地追赶进度。该公司负责人表示,仅今年上半年,该公司的商品成交额就已超过去年和前年的总和。

此外,受到“世界杯”经济影响,产自中国浙江和广东等地的移动板房同样得到大卖。早在卡塔尔球迷村亮相之前,“移动板房”就已成为阿里巴巴国际站跨境指数中热词。该指数预测,未来3年海外市场将有大量建筑采用预制化方式建设,其中医院、商用、工业等领域或将成为重点。

海外消费者追求美好生活

上述榜单还显示,在全球新冠肺炎疫情之下,海外消费者们对于美好生活的热情始终不减。海外化妆品行业在经历波动之后迎来增长。在欧美国家,以假睫毛、指甲贴为代表的中国流行配饰大火。阿里

巴巴国际站统计数据显示,最近两年,假睫毛买家数同比增长71%、美甲贴同比增长150%。

与此同时,露营帐篷、休闲养蜂设备的热销则体现出人们回归自然的群体新潮流。截至目前,在阿里巴巴国际站上,2022年帐篷类产品销量已经实现翻倍,山东威海等地露营帐篷产业带企业生产的露营产品甚至一度供不应求。

除此以外,在本次发布的年度十大商品榜单中,新能源行业独占三席。而据记者了解,在阿里巴巴国际站上,与新能源相关的国产商品已经连续三年保持三位数以上的增长。

今年以来,受到国际能源价格飙升影响,家用太阳能产品一度成为欧洲市场上的“香饽饽”。与此同时,国产电动自行车、新能源壁挂充电桩等商品的销量同样增长迅速。值得一提的是,由于安装光伏设备可以享受补贴,一些欧美家庭甚至将光伏设备的采购视为一种投资。

与新能源相关的供暖产品也在

系和开放型世界经济。瓦吉拉说,中国推动产业链供应链优化升级,将为世界提供更多高端制造产品。中国与亚洲、拉丁美洲等地区的经贸关系日益密切,在促进贸易与投资方面发挥更重要的作用。

瓦吉拉表示,与中国的合作对许多国家而言至关重要。中国已连

续13年保持非洲最大贸易伙伴国地位。在共建“一带一路”合作框架下,非洲新建了大量基础设施项目,有助于促进非洲工业化进程,增强了对非洲人民对实现美好生活的信心。“中国提出并积极推动全球发展倡议落地见效,世界各国特别是发展中国家必将从中获得更多机遇。”

数字化助中小外贸企业市场响应力提升

■ 本报记者 刘禹松

欧洲持续热销。今年前三季度,阿里巴巴国际站上国产电热水器、电暖器等品类销量激增。其中,电热毯销量增长近5倍。

有行业人士认为,中国新能源产品热销海外是我国构建以国内大循环为主体、国内国际双循环相互促进的新发展格局过程中涌现出的典型代表,国内竞争激烈的优质品类正借助数字化平台挖掘海外需求,打开新的增长空间。

而和新能源一起火热的还有工业激光机械。这个行业以往被海外大品牌垄断,如今国产激光机械正在打破这一局面。今年,在阿里巴巴国际站上,工业激光机械全球买家数同比增长51.1%,以山东济南等为代表的激光机械外贸产业带,正走出一条高质量出海的新路。

数字化促企业响应能力增强

“中国制造正借助数字化能力,快速洞察海外需求变化,成为世界供给里最具有‘确定性’的一部分。”张阔表示,不断涌现的国货“爆款”,充分表明中国供给在全球产业链协

同中发挥着日益重要的作用。在全球贸易面临不确定的新形势下,这份榜单反映了中国民营中小企业出口商品的景气程度,也展现出中国经济与全球市场联系依然紧密。“透过这份榜单,我们不但能够看到海外市场消费的新新趋势,同时也能看到中国产业链快速匹配海外市场需求的响应能力。”

中国国际经济交流中心副理事长魏建国认为,近年来我国对外贸易稳健增长,新能源、取暖设备等部分品类表现尤为亮眼。这种情况的发生,虽然不能排除受到短期突发偶然因素和热门事件的影响,但从长期来看也有其必然性。“随着国内商家对跨境电商平台的重视程度和运营能力的不断提高,他们捕捉海外市场突发需求的敏感度和响应能力也在提升。当前,我国外贸产业技术水平日益提高,商品出口呈现结构优化、产品质量和附加值稳步提升的趋势。有理由相信,未来中国外贸将在全球经济复苏的过程中发挥重要作用,为全球经济增长提供动力。”魏建国说。