

辽宁全力推进东北亚开放合作枢纽地建设

■ 本报记者 王曼

东北是我国向北开放的重要门户,在我国加强东北亚区域合作、联通国内国际双循环中的战略地位和作用日益凸显。记者从辽宁省商务厅了解到,2024年,辽宁将全力推进东北亚开放合作枢纽地建设,紧盯消费、外贸、招商3大商务重点指标,瞄准向北、向东、欧美、中西亚、东南亚及港澳5个重点方向,深度融合共建“一带一路”。

“打造东北亚开放合作枢纽,将为东北地区的开放发展注入新活力。”商务部研究院学术委员会副主任张建平在接受《中国贸易报》记者采访时表示,目前我国正致力于打造新质生产力,打造东北亚开放合作枢纽,将深化与日韩等国家的经济合作,促进辽宁通过开放集聚各种创新要素,塑造创新发展新动力;在推进低碳节能环保产业发展,实现双碳目标以及打造绿色全球供应链价值链的背景下,打造东北亚开

放合作枢纽,开展广泛的国际合作,将有助于培育绿色低碳发展新动能,有利于我国和发达经济体共同推进可持续发展。

辽宁在打造东北亚开放合作枢纽方面具有多重优势。张建平说,首先是区位优势,辽宁是东北地区唯一的沿海省份,地处东北亚经济圈核心地带,是中国对接东北亚、沟通欧亚大陆桥的重要海陆门户;其次是产业发展优势,辽宁是我国重要工业基地,同时,新动能新优势加速集聚,高技术制造业不断发展,产业转型升级加速推进;此外是开放发展优势,辽宁拥有大连大型国际港口和自贸试验区等开放平台。

辽宁有学者表示,打造东北亚开放合作枢纽地,就是要充分发挥辽宁独特优势,在畅通国内大循环、联通国内国际双循环中,充分激活开放基因、释放开放潜能、激发开放活力,全力打造对外开放新前沿。

去年辽宁对外开放合作成绩斐然。共建“一带一路”取得新进展,与“一带一路”共建国家经贸合作不断深化,3项成果入选第三届“一带一路”国际合作高峰论坛成果清单;对外贸易取得新成效,辽宁商品已经出口到全球两百多个国家和地区,中欧班列开行数量保持东北地区首位,对俄进出口增长53%;招商引资取得新突破,辽宁—长三角、京津冀、粤港澳大湾区系列招商引资促进周活动“带火”了辽宁,华晨宝马、华锦阿美等重大外资项目取得重要进展,招商引资实际到位资金增长16%,实际利用外资33.8亿美元;平台能级实现新提升,辽宁自贸试验区2项创新经验在全国推广,辽宁国际投资贸易洽谈会、全球工业互联网大会等一批展会影响力不断增强。

“在东北亚区域开放合作中,辽宁应该发挥以开放促发展的引领作用,全力打造对外开放新前沿。”张建平表示,要全力打造市场

化、法治化、国际化一流营商环境,以高水平开放吸引更多外资企业落户辽宁,构建政府服务企业的新型政企关系。在打造新质生产力方面,要加快传统产能转型升级,通过数字赋能,加快工业互联网高质量发展;在战略性新兴产业方面,聚焦软件、新能源汽车、生物医药等重点领域,不断形成产业的集聚效应和规模效应;在培育未来产业方面,前瞻布局细胞治疗、柔性电子等未来产业,为塑造制造业新优势增添动力。

辽宁省商务厅副厅长刘殿辉表示,辽宁将全方位、有重点扩大辽宁经贸“朋友圈”。一是推进向北开放。健全对俄专班办公室,推动与莫斯科州、滨海边疆区建立工作机制。办好第二届中俄地方投资发展与贸易合作大会。在俄罗斯、蒙古国举办首届辽宁出口商品自办展。二是巩固向东开放。在日

本举办大连周、在韩国举办沈阳周,进一步扩大辽宁在日韩的影响力和辐射面。广泛开展中日韩经贸交流活动,促进与日韩重点产业深化合作。三是深度对接欧美。推动中德(沈阳)高端装备制造产业园等园区建设。以宝马、利安德巴塞尔等项目为支撑,引进上下游关联企业,形成集群效应。四是挖潜西亚地区。办好辽宁—中东国家重点项目对接会。加强与阿拉伯国家经贸合作,加快推动辽宁—沙特电力装备产业园等项目建设。五是巩固提升港澳及东南亚地区。深化同招商局集团、新华集团等知名企业联系与合作。参与澜湄合作机制,在贸易、金融、旅游、医疗等领域加强合作。六是主动融入“一带一路”建设。支持企业参与国际产能合作,推动装备制造“走出去”。加快境外经贸合作区提质升级,引导企业筹建新的境外合作园区。

数字化赋能 海南自贸港建设

■ 本报记者 毛雯

3月20日,劲升逻辑与海南省大数据管理局正式签署合作意向书。根据协议,劲升逻辑将依托首创的“全方位贸易”(Total Trade)服务范式,围绕智慧港口、单一窗口、贸易合规、通关便利化等领域,与海南省大数据管理局开展深度合作,包括共建海南自贸港港口社区系统、降低贸易服务成本,助推海南进出口贸易创新发展、建设更加便利的企业通关环境等。

例如,在贸易合规领域,利用劲升逻辑智能咨询解决方案,共同推进贸易合规咨询平台建设,探索形成政企数据跨境流通机制,助力海南进出口贸易创新发展。

海南省大数据管理局副局长孙少科表示:“当前,海南自贸港建设已进入关键时期。基于本次合作,我们希望借助劲升逻辑在自贸港建设的国际经验及全方位的数字化解决方案,通过双方的资源融合和优势互补,为创新发展释放新动能,不断培育壮大具有海南特色的新质生产力,以‘数’赋能,助力海南自贸港建设。”

劲升逻辑东北亚、中亚与东南亚地区副总裁兼大中华区总经理黄志强表示,很高兴能够与海南省大数据管理局开展合作,持续深化与海南本地的交流、深入探索发展机遇,这是劲升逻辑在中国发展的新里程碑。“我们将充分发挥‘全方位贸易’服务范式的优势,助力夯实海南高质量发展的数字底座。未来,我们也将继续深耕中国市场,与各方伙伴携手,共同推动中国贸易数字化进程,助力新质生产力的发展。”

此外,双方还将在网络安全和数字安全方面携手,通过多领域、深层次的合作模式,助推海南自由贸易港实现高质量发展。

国际商情

墨西哥旅游业 增长势头强劲

墨西哥旅游部近日发布的最新数据显示,2023年墨西哥旅游外汇收入达308.09亿美元,较2022年增长10%;2023年共有4215.3万人次国际旅客入境墨西哥,与2022年相比增长10%。墨西哥旅游部长托鲁科表示,2023年墨西哥旅游外汇收入创下新高,国际旅客平均支出也有所增长,旅游业增长势头强劲。墨西哥旅游部预计,2024年墨西哥旅游外汇收入有望超过311亿美元,入境旅客数量将达4246.9万人次。

韩国自中国 跨境电商进口猛增

韩国关税厅(海关)近日发布的一组统计数据表明,2023年韩国从中国进口的跨境电商货物规模同比增长70.3%,达8881.5万件。韩国2023年跨境电商进口货物总量同比增加36.7%,约为1.31亿件。从中国进口的增速远高于整体进口增速。韩国从中国网购规模逐年增加,从2020年的2748.3万件增至2022年的5215.4万件,2023年进一步增至8881.5万件。从中国网购数量占比也从2020年的43%逐年递增至去年的68%。2023年韩国从中国网购金额同比增加58.5%,至23.59亿美元,增幅也远高于整体跨境电商进口额增速(11.7%)。

日本央行 17年来首次加息

日本央行19日召开货币政策会议,决定结束负利率政策。这是日本央行17年来首次加息,也标志着日本维持了约11年的超宽松货币政策开始走向正常化。根据日本央行官网发布的文件,日本央行决定将政策利率从负0.1%提高到0至0.1%范围内,同时决定结束收益率曲线控制政策,并停止购买交易型开放式指数基金和房地产投资信托基金。文件说,日本央行认为物价上涨伴随工资增长的良性循环已经出现,并预期将稳定、可持续地达成2%的通胀目标。为实现通胀目标,日本央行于2013年推出超宽松货币政策。2016年2月,日本央行开始实行负利率政策,并于同年9月开始实行收益率曲线控制政策,即日本央行通过大量购买债券,将10年期国债收益率控制在目标范围。

去年意大利水果 和蔬菜出口创新高

意大利国家统计局表示,2023年,意大利新鲜水果和蔬菜出口额创历史新高,与上一年相比增长9.1%,达到57.8亿欧元。去年蔬菜和水果在进出口量上的逆差非常明显,进口量比出口量多50万吨,创下历史性的逆差记录。去年,意大利出口了更多块茎作物、蔬菜和豆类,出口量和出口额分别增长了8.7%和18.4%;柑橘类水果表现不俗,出口量和出口额分别增长了9.9%和19.3%。干果出口表现不佳,在出口量几乎不变的情况下,出口额下降了13.3%,热带水果的出口量和出口额都增长了逾20%。这表明意大利经营者越来越希望成为欧洲果蔬市场的枢纽之一。

(本报编辑部综合整理)



近年来,江苏省张家港市大力拓展外贸企业出口市场,不断优化营商环境,通过产业政策引领、人才引进、落实税收优惠等举措,推动外贸企业做大做强。图为在位于张家港经开区(杨舍镇)的江苏时汉思科技有限公司车间里,工人正在加紧生产,赶制外贸订单。
中新社发 施柏荣 摄

DHL报告:全球化程度仍在历史高点

■ 本报记者 张凡

“我们的最新发现明确反驳了全球化进程正在逆转的观点。全球化不仅是一个流行词,更有一股影响力的力量。它深刻重塑了我们的世界,且仍然蕴含进一步发展的巨大潜力。拥抱全球化可以开创一个充满希望的未来,建设一个更加紧密连通、繁荣昌盛的世界。”DHL快递首席执行官蒋明桑(John Pearson)近期在《2024年DHL全球连通性报告》(以下简称“报告”)发布会上表示,通过扩大市场和创造机会,全球化将以其独特的方式为个人、企业和国家的发展赋能。

这份报告显示,在过去10年中,尽管全球经历了包括新冠疫情、俄乌冲突、加沙战争以及英国脱欧等一系列冲击,但全球化仍在2022

年创下历史新高,并在2023年仍然保持这一水平,这有力地反驳了“全球资金流动增长已出现逆转”的观点。报告还发现,当前的国际流动模式尚未显现出由全球化向区域化转变的迹象。

报告指出,贸易增长在促进全球连通性方面发挥了关键性作用。2022年,国际贸易占全球产出的比重回到了历史最高水平。贸易增长在2023年放缓后,预计将在2024年继续加速增长。信息流动的全球化在过去20年中尤为强劲,尽管最新数据显示其增长停滞不前,部分原因是中美之间的研究合作减少。企业全球化正在兴起,随着企业在国际上的影响力不断扩大,海外销售额也在不断增加。报告认为,全球

流动持续增长仍有巨大潜力。

“目前,去全球化仍然只是风险,而非现实。地缘政治带来的威胁及公共政策的转变,让许多人预测世界经济将沿地理或地缘政治分界线分裂,甚至从开展国际业务退回至国内业务。但最新数据显示,国际流动仍在增长,只有极少数国家与其传统伙伴国家切断联系。”纽约大学斯特恩商学院未来管理中心高级研究员兼DHL全球化研究项目主任埃特曼(Steven Altman)表示,目前认识到全球流动的韧性很重要,如果片面强调全球化所面临的挑战,那么可能会使去全球化成为自我实现的预言。

报告指出,目前世界的全球化水平仅为25%(0%为无跨国界流

动,100%为国界和距离已不再重要)。报告对各个国家的全球化程度进行的排名显示,新加坡、荷兰和爱尔兰是全球化程度排名最高的三个国家。在榜单上所有国家中,143个国家的全球连通性有所提高,38个国家的连通性下降。就连通性而言,欧洲是世界上全球连通性最高的地区,其次是北美,以及中东和北非。

作为全球第一货物贸易大国,中国已成为140多个国家和地区的主要贸易伙伴,并不断深化对外开放。在报告中,中国在贸易“广度”方面再次脱颖而出,总体排名第四,在商品出口“广度”方面蝉联第一,充分体现了中国贸易大国的地位。

DHL集团首席执行官麦韬远

(Tobias Meyer)曾在2023年底举办的“推动贸易(GoTrade)”峰会上表示,中国是成功的世界贸易体系不可或缺的重要组成部分,中国的制造业规模使所供应商品的成本更加低廉。此外,麦韬远认为中国等制造业强国的参与,对通过全球贸易和生产体系推动可再生能源的开发和利用至关重要。

据了解,DHL与美国纽约大学斯特恩商学院发布的《DHL全球连通性报告》通过分析15种类型的国际贸易、资本、信息和人员流动,对全球化趋势给出客观判断。今年的报告基于近900万个数据点,对181个国家和地区的连通性进行排名。这些国家GDP占全球的99.7%,人口占世界总人口的98.7%。

预计2024年中国汽车出口将持续增长

■ 陈菁晶 孙晓红

近三年来,中国汽车出口一年迈上一个新台阶,出口数量由100万辆跨越至500万辆,从徘徊整理阶段步入高速增长期,开辟了属于中国汽车的出海黄金时代。在全球经济复苏乏力、地缘政治冲突复杂化、行业转型进入阵痛期等不利因素下,中国汽车出口跃居世界第一,带动了全球汽车产业链的深度融合,成为“稳外贸、优结构”的中坚力量。

据海关统计,2023年我国整车(不含低值电动载人汽车,下同)出口499.73万辆,同比增长59.1%;出口金额1013.77亿美元,同比增长69.0%。其中,乘用车出口420.92万辆,同比增长68.9%;出口金额752.87亿美元,同比增长78.0%。商用车出口78.8万辆,同比增长21.5%;出口金额260.90亿美元,同比增长47.4%。

2023年我国汽车出口呈现三大特点:一是乘用车强化了其在整车出口中的主体地位。分车型看,乘用车出口量远远超过商用车,占整车出口总量的84.2%,较2022年增长5个百分点。二是新能源汽车渗透率在30%以上。我国新能源

汽车出口158.48万辆,同比增长73.8%;出口额424.01亿美元,同比增长71.6%;渗透率分别为31.7%和41.8%。其中,纯电动乘用车出口占比最大,为132.19万辆,占新能源汽车出口总量的83.4%。三是出口市场分布呈头部集中趋势。欧洲为我国整车出口第一大市场,出口量为195.43万辆,占比接近40%;我国纯电动乘用车出口目的市场依然以欧洲、中东市场为主。纯电动乘用车出口前10位国家/地区中,出口额增长超过100%的有5个。

2023年,我国新车销量首次突破3000万辆,同比增长12%,连续15年稳居全球第一,出口是主要拉动力,增加了200万辆,尤其是纯电动车出口增幅较大。我们在看到发展成绩的同时,也要清醒地看到,我国汽车出口不利因素犹存。

其一,海外新车市场回暖,但电动车表现不佳。例如,2023年日本电动汽车进口总量为22890辆,同比增长60%,但纯电动汽车进口量却下降了6.8%。短期看,尽管全球电动汽车的渗透率不断走高,但个别市场的瓶颈仍难以突破。

其二,贸易摩擦导致保护主义

抬头,国际贸易壁垒增加。在我国汽车出口面临更大压力的同时,资源和要素无法在一定区域内自由流动,这也使得全球电动汽车供应链的稳定性正在经受考验。

其三,售后服务体系的完备与否,直接影响品牌形象。国内主机厂已对这一点形成共识,正着手加强本地化备件库建设,同时提升信息化管理水平,协助经销商做好库存管理和员工培训。但品牌建设绝非一日之功。

值得注意的是,中国汽车出海进入新阶段。不同于传统的一般贸易方式,中国车企正在探索海外本地化生产的新方向。一方面,中国车企不断拓展海外市场,并培育了销量较为稳定的重点市场,具备了本地化规模生产的盈利基础;另一方面,中国新能源汽车展现出较强的竞争优势,动力电池厂商及相关零部件产业链在海外配套能力也趋于成熟。毋庸置疑,海外设厂除了能够降低国际贸易当中的运输成本,还具有避免高关税和贸易壁垒的优势,这也是国际汽车贸易发展到一定阶段的惯常做法。

目前,部分中国车企已开始加快

全球化布局的步伐。2023年12月下旬,比亚迪宣布将在匈牙利建设新能源整车生产基地,投资额将达到数十亿欧元。作为较早加入共建“一带一路”倡议的欧洲国家,匈牙利近年来成为中国电池制造商的投资热土,宁德时代、亿纬锂能、欣旺达等多家厂商在此投资建厂。

百川汇海阔,风劲好扬帆。在中国汽车“走出去”的脚步愈加坚实

的形势下,展望2024年,笔者对中国汽车出口的持续增长充满信心。预计新能源汽车仍将成为主要拉动力,渗透率有望提升至35%以上;在巩固现有成果的基础上,进一步提升海外市场影响力,全年整车出口将向600万辆规模迈进,同比增长20%左右。

(作者单位:中国机电产品进出口商会汽车分会)



中新社发 王春 摄