

稳住外贸外资基本盘 扩大制度型开放

——“中国经济圆桌会”聚焦高水平对外开放新机遇

□新华社记者 谢希瑶 潘洁 邹多为

我国外贸外资发展形势怎么看?中央经济工作会议在部署今年重点任务时强调要“扩大高水平对外开放”,明确提出“巩固外贸外资基本盘”,释放出怎样的信号?外贸外资企业如何把握新机遇、培育新动能?

新华社8日推出新一期“中国经济圆桌会”大型全媒体访谈节目,邀请商务部外国投资管理司司长朱冰、商务部国际贸易经济合作研究院副院长张威、中国(上海)自由贸易试验区管理委员会保税区管理局副局长赵宇刚、海信国际营销公司总裁方雪玉,共同探讨高水平对外开放带来的发展新机遇。

吸引外资规模波动 仍处于历史高位

自2023年二季度以来,中国吸引外资规模由升转降。吸引外资规模出现波动,怎么看?

针对外界关切,朱冰说,2019年至2021年,中国吸引外资实现连续三年高增长,2022年前11个月实际使用外资金额11560.9亿元,为历史同期最高水平;2023年前11个月,全国实际使用外资金额也达到1万亿元以上,仍处于历史高位。

“外资规模出现波动,既有经济因素,也有非经济因素。”朱冰说,一是新冠疫情全球大流行造成的冲击和影响还未消退,疫情阻断了线下考察交流,影响跨国公司投资决策,由于跨国公司投资决策周期较长,导致数据出现滞后;二是受地缘政治影响,跨国资本流动出现一定波动;三是全球跨国投资规模整体萎缩,国际引资竞争加剧,宏观上造成一定的分流影响。

联合国贸发会议(UNCTAD)报告显示,2022年全球跨国直接投资规模同比下降12.4%至1.3万亿美元,仅为历史高点(2015年、2016年均突破2万亿美元)的约六成,2023年仍面临比较大压力。据UNCTAD统计,2022年各国出台的投资激励政策多达102项,同比增加50%以上。

“尽管如此,中国经济长期向好的基本面没有改变,中国超大规模市场优势,比较完整的产业链供应链,都对外国投资者形成长期的吸引力。”朱冰说。

正如朱冰所言,长期看好中国市场的跨国公司不在少数。不久前,空中客车在中国投资的A320系列飞机总装线第二条生产线在天津破土动工。

“我们最近刚发布了未来20年全球航空服务市场预测。中国在未来二十年航空服务市场价值将翻三倍,成为最大航空服务市场。”空中客车全球执行副总裁、空中客车中国公司首席执行官徐岗说,即便在疫情三年最困难阶段,公司在华投资的步伐也未停止。

2022年,空客在苏州设立研发中心,以苏州为支点,利用长三角地区航空、氢能相关产业链优势,进行氢能基础设施研发,推动航空产业转型升级。

“我们的信心不仅来自于巨大的中国市场,更来自于看好中国经济的高质量发展、绿色发展。”徐岗说。

空客加码投资中国,正是中国高质量吸引外资的缩影。

2023年前11个月,我国新设立外商投资企业48078家,同比增长36.2%。高技术产业引资规模占比为37.2%,比2022年全年水平提升了1.1个百分点。

赵宇刚说,目前上海自贸试验区聚集跨国企业地区总部超400家,外资研发中心超250家,体现了高水平对外开放所取得的积极进展。

连续缩减外资准入负面清单;2021年版自贸试验区外资准入负面清单实现制造业条目清零、服务业持续扩大开放;新版鼓励外商投资产业目录新增条目数量达到历年新高、增加多条高技术制造业条目;进一步鼓励外商投资设立研发中心;全力抓好“稳外资24条”……近年来,一系列稳外资政策相继出台,不断提升引资质量和水平。

“随着疫情影响的消退,引资政策持续落地显效,中国对外资的吸引力还会持续增强。”朱冰说。

外贸增速由负转正 向好态势持续巩固

纵观2023年,中国外贸顶住压力,展现较强韧性——

2023年11月,以人民币计,中国出口额结束了6个月下降态势,当月出口贸易量增速达到二季度以来峰值,进口贸易量连续10个月保持正增长,进出口总值连续两个月同比增长。当前,中国仍稳居全球第一货物贸易大国地位。

“评价中国外贸表现必须基于全球经济发展总体情况。”张威认为。

当前,全球经济复苏进展缓慢,经贸活动持续低迷。UNCTAD报告预测,2023年全球货物贸易和服务贸易额下降4.5%,其中,货物贸易额下降7.5%。2024年仍然“高度不确定且总体悲观”,地缘政治紧张、债务问题加剧、商品价格波动、发达国家需求下降、贸易限制措施增多已成为主要影响因素。

“在这样的情况下,中国外贸不仅保持了总量的稳定,还出现了新的增长点,展现出非常强的韧性和竞争力。”张威说。

外贸实现“量”的稳步增长,更有“质”的显著提升。

2023年前三季度,民营企业月度进出口增速均高于整体,民营企业自主品牌产品出口比重同比提升至22.7%;跨境电商进出口同比增长14.4%;“新三样”产品出口同比增长41.7%,出口值连续14个季度保持两位数增长……

比数据更有说服力的,是外贸企业的切身体会。

“就家电产业而言,中国企业出海优势不再是单一的供应链成本优势,以前更多是拼价格,现在是高技术含量、高附加值、高品质的‘三高’优势。”方雪玉说。

她举例,第三方数据显示,500美元是低端家电与中高端家电的价格分水岭。2023年前11个月,海信500美元以上的产品销量同比提升70%,海信激光电视在德国、法国、意大利等市场的销量同比增长100%以上。

大尺寸电视、多门大冰箱等家电产品热销欧美市场,业务覆盖126个共建“一带一路”国家,海外电商线上线下融合发展……近年来,海信加大创新研发、力拓海外新兴市场,不断向价值链上游攀升。

海信加大全球布局的步伐,正是众多外贸企业加快走出去抢订单、拓市场的真实写照,也是一系列稳外贸优结构政策落地显效的有力印证。

出台《关于推动外贸稳规模优结构的意见》,中国自贸试验区提质扩容至22个,扩大跨境贸易投资高水平开放试点,印发《关于加快内外贸一体化发展的若干措施》,成功举办进博会、服贸会、数贸会、广交会等经贸盛会……中国加大贸易政策支持力度,助力企业稳订单拓市场。

2023年11月,中美货物贸易同比增长2.7%,结束连续6个月的同比下降;同期,中国对拉美、非洲、中亚五国进出口分别增长9.3%、8.4%、43%,中国持续扩大与新兴

兴市场贸易规模,区域合作紧密、贸易多元共进。

“随着中国自身竞争力的提升和国际形势的变化,可能会形成以中国强大制造能力为依托的全球制造网络。”张威说,未来中国贸易和引资优势或向全球范围的广度和深度拓展。

坚定高水平对外开放 培育新动能重塑新优势

2023年4月召开的中央政治局会议提出“把吸引外商投资放在更加重要的位置”,2023年7月召开的中央政治局会议提出“要多措并举,稳住外贸外资基本盘”。2023年底举行的中央经济工作会议提出“扩大高水平对外开放”“巩固外贸外资基本盘”。

“这一系列部署一脉相承,持续释放扩大开放、大力吸引外资的积极信号,就是要给予外国投资者稳定的预期,以对外开放的‘确定性’来对冲外部环境的‘不确定性’。”朱冰说。

朱冰认为,中央经济工作会议聚焦跨国企业关切和诉求,一系列部署具有很强的针对性,主要体现在三方面:一是要进一步放宽市场准入;二是要保障准入之后的准营;三是要解决好公平竞争问题。

2023年,商务部创新开展“投资中国年”系列活动取得显著成效,前11个月,全国新增1亿美元以上外资大项目500多个。

朱冰说,商务部正会同各部门、各地区落实好《国务院关于进一步优化外商投资环境 加大吸引外商投资力度的意见》,推动数据跨境流动、“中国境内生产”等配套措施加快实施,特别是推动在政府采购、招投标和标准制定方面,对内外资企业一视同仁、平等对待,全面保障外资企业国民待遇。

外界关心,今年乃至今后更长时间,外贸企业如何找寻新的增长点?

“国际市场对一些‘老’的产品需求一定是有天花板的。”张威说,在全球市场总体处于饱和的状态下,创新尤为关键。

张威认为,中央经济工作会议提出“要加快培育外贸新动能”,包括拓展中间品贸易、服务贸易、数字贸易、跨境电商出口,定位和判断非常准确,对未来外贸发展起到非常好的推动作用。“我们也期待未来不只是‘新三样’,可能还有‘新五样’‘新六样’产品出现。”

“海信将在家电高端化、绿色化、智能化方面加大创新力度,进一步提高产品出海溢价能力。”方雪玉说。

与会嘉宾都认为,稳步扩大制度型开放,将为外贸外资发展开辟新空间。

不久前,国务院印发《全面对接国际高标准经贸规则推进中国(上海)自由贸易试验区高水平制度型开放总体方案》,提出80项措施。

赵宇刚说,下一步,上海自贸试验区要以更高水平压力测试推进制度型开放,使要素资源更高效流动;以更大力度先行先试推动深层次改革,市场的需求在哪里,压力测试的极限就在哪里;以更广领域试验探索助力高质量发展,吸引更多新业态、新模式发展。

“中国对外开放已经走过了单纯依靠要素低成本取胜的阶段。”张威说,中国现在打的不是“单项赛”而是“全能赛”,包括更高的性价比、完善的产业配套和良好的营商环境,将赋予各类企业更大的成长空间。

(新华社北京1月8日电)

客观看待外贸订单转移 以创新力提升竞争力

新华社北京1月8日电(记者 邹多为 谢希瑶)针对外界关切的海外订单向海外转移的现象,业内人士在新华社8日推出的“中国经济圆桌会”大型全媒体访谈节目上说,在外部需求减弱和国际分工调整等多重复杂局面之下,应理性客观看待外贸订单出现的变化,并通过加大创新力度增强我国外贸国际竞争力。

“不能单纯以订单转移来评价我国外贸运行向好还是向坏。”商务部国际贸易经济合作研究院副院长张威表示,订单转移存在多种情况,有的是中国企业基于全球竞争形势和产业格局变化进行的主动转移,符合市场规律;有的是受国际形势复杂多变影响,包括个别国家干扰等

导致的被动订单转移,这种情况就考验中国企业如何通过创新不断提升竞争水平和比较优势。

中国(上海)自由贸易试验区管理委员会保税区管理局副局长赵宇刚认为,部分订单转移反映的是外贸结构调整趋势,是中国市场辐射力和带动力的提升,企业要想方设法在这种趋势变化中抓住未来发展的机遇。

2023年底举行的中央经济工作会议部署今年重点任务时强调“扩大高水平对外开放”,明确提出“要加快培育外贸新动能”。

张威表示,外贸能否实现增长主要受国际市场需求影响。“通常而言,国际市场对一些‘老’产品的需求存在

一个临界点或者天花板,在全球市场总体处于饱和的状态下,创新尤为关键,要发挥产业集群优势,培育外贸新动能。”

2023年前三季度,民营企业月度进出口增速均高于整体,民营企业自主品牌产品出口比重同比提升至22.7%。

海信国际营销公司总裁方雪玉表示,不能片面理解订单转移,家电行业是全球竞争比较充分的行业之一,企业的生存和发展不可能依赖单一市场,还要积极开拓新兴市场,不断加强海外布局,通过持续创新提升产品出海竞争力。

“随着中国自身竞争力的提升和国际形势的变化,可能会形成以中国强大制造能力为依托的全球制造网络。”张威说,未来中国贸易和引资优势或向全球范围的广度和深度拓展。