

直舒胸臆

拼搏奋进总其时 中国商务再出发

□ 本报记者 杨舒

金秋北京,全球瞩目。10月29日,党的十九届五中全会在京落下帷幕,为“十三五”规划圆满收官定调。回眸过去这五年,中国经济总量接近100万亿元,人均GDP突破1万美元,中国制造、中国建造、中国创造惊艳世界,各领域交出的成绩单让人惊叹不已,在新时代中国发展征程上写就了又一个浓墨重彩的篇章。对于中国商务而言,这同样是奋进的五年。“十三五”以来,在习近平新时代中国特色社会主义思想指引下,商务系统开拓进取,迎难而上,对内坚定实施扩大内需战略,搭平台,促流通,全力做强国内市场;对外不断提高开放水平,推动健全开放型经济新体制,为国民经济和社会发展作出了重要贡献。——社会消费品零售总额从2015年的30.09万亿元到2019年的41.2万亿元,五年间,中国消费规模不断扩大,消费结构持续升级,已成为全球第二大消费市场。其间,为进一步释放消费潜力,促进形成强大国内市场,商务部由供给端入手,通过改造提升步行街、鼓励便利店连锁化发展提升城市消费,通过推动“农产品进城、工业

品下乡”扩大农村消费,通过培育网络、文化、养老等服务优化消费供给,有效弥补了消费发展的短板,进一步夯实了消费发展的基础,也为中国消费市场尽快克服疫情影响、实现稳步复苏筑牢了根基。——货物贸易进出口总额从2015年的3.95万亿美元到2019年的4.58万亿美元,五年间,中国连续3年位居全球货物贸易第一大国地位,同时服务贸易快速增长,稳居世界第二。商务部作为对外贸易主管部门,提出国际市场布局、国内区域布局、商品结构、经营主体、贸易方式“五个优化”,强调加快外贸转型升级基地、贸易促进平台、国际营销体系“三项建设”,掀起了贸易领域科技、制度、模式、业态创新新高潮。受此推动,“十三五”期间,中国跨境电商综合试验区增加到105个,市场采购贸易试点增加到31个,服务贸易创新发展试点不断深化,对外贸易渠道愈发丰富、畅通,越来越多的中国制造、中国创造走出国门,也使更多满足中国人民对美好生活向往的优质产品进入了国内市场。尤其是两届中国国际进口博览会的举办,有效促进了国内产业消费的双升级,实现了国内国际市场更好联通,让2035年前基本建成经贸强国、2050年前全面建成经贸强国的愿景日清晰。

——吸收外资总额在2016-2019年实现5496亿美元,同期,对外直接投资规模合计高达6344亿美元。五年间,哪怕全球跨境投资一度低迷,中国利用外资仍能实现逆势增长,对外投资规模更稳居世界前列。按照党中央、国务院部署,商务部长期以来以高质量“引进来”和高水平“走出去”为己任,一方面持续优化营商环境,包括推动缩减全国和自贸试验区负面清单,认真落实外商投资法及其配套法规,全力确保所有外资企业在中国市场放心、安心、有发展。另一方面,商务部也全力支持有实力、信誉好的中国企业“走出去”,通过搭建平台、强化规划引导和风险控制尽己所能地为有意“走出去”的中国企业在全中国范围内配置要素资源创造有利条件。——自贸试验区数量在2015-2019年连续增加17个,目前总量达到21个,共向全国复制推广260项制度创新成果。五年间,对外开放新平台建设不断加快,开放战略举措成效显著。商务部会同各地各部门着力完善自贸试验区布局,增设上海自贸试验区临港新片区,推进新设山东等6个自贸试验区,开展“证照分离”改革全覆盖试点,赋予自贸试验区更大改革自主权。在此背景下,对外开放的新高地不断形

成,更多针对性强、实效性高、集成性强的制度创新成果不断涌现。——对“一带一路”沿线国家货物进出口总额在2016-2019年达到4.6万亿美元,占外贸比重提升至29.4%。五年间,“一带一路”工笔画愈发细腻,引领多双边区域合作持续深化。为了高质量落实“一带一路”国际合作高峰论坛精神,推动共建“一带一路”行稳致远,商务部进一步完善贸易投资促进机制,仅2019年就与沿线6个国家新建了贸易畅通工作组,推动新设9个对外投资合作工作组,与5个沿线国家新建了电子商务合作机制;通过成立境外中资企业商会联席会议、编撰出版《共同梦想》“一带一路”丛书等,讲好“一带一路”中国故事,推动“一带一路”建设高质量发展。与此同时,中国还与25个国家和地区签署了18个自贸协定,推动立足周边、辐射“一带一路”、面向全球的高标准自贸区网络加快建设。收官也是新起点。如今,新的五年规划即将上路。在这个全面建成小康社会基础上开启全面建设社会主义现代化国家新征程的第一个五年里,中国商务必将激流勇进,紧密团结在以习近平总书记为核心的党中央周围,以更大的决心和勇气,整装再出发,奋进新征程!

商闻热点

中国外贸以创新开创新局

□ 本报记者 吴力

受新冠肺炎疫情影响,全球市场需求萎缩,竞争更加激烈。好在中国外贸主体紧抓创新这一利器,育新机开新局,在逆势下实现了有效突围。疫情发生以来,跨境电商进出口贸易额“不降反升”,成为稳外贸的重要力量。今年前三季度,中国通过海关跨境电商管理平台进出口1873.9亿元,增长52.8%;市场采购出口5098.6亿元,增长35.5%。在深圳举办的2020跨境供应链生态峰会上,阿里巴巴国际站总经理张阔表示,疫情的发生加速了线上数字贸易发展,从4月份开始,数字外贸订单激增,全球对中国供给的需求出现井喷式增长。阿里巴巴国际站平台数据恰好证实了这一点。9月,阿里巴巴国际站平台交易额同比增长133%,订单数同比增长128%,支付买家数同比增长83%。阿里巴巴国际站商家普遍反映,疫情的变化为具有线上能力的商家创造了前所未有的发展机遇,使过去在线上平台的积累实现了“质的突破”。业态创新正加速为外贸发展注入新动能。海关总署新闻发言人、统计分析司司长李魁文此前表示,作为新兴贸易业态,跨境电商凭借线上交易、非接触式交货、交易链条短等优势逆势上扬,为外贸企业应对疫情冲击发挥了积极作用。实际上,以跨境电商为代表的新业态本身也在加快创新步伐。应对疫情挑战,“跨境电商+中欧班列+海外仓”“跨境电商+金融”等模式成为中国货物出海新路径。敦煌网创始人兼首席执行官王树彤在接受国际商报记者采访时表示,疫情影响之下,中国乃至全球的商业生态正悄然改变,线上化和数字化趋势越发清晰,供应链率先复苏的中国将成为全球数字化供应链的中心。为此,敦煌网迈出步伐,在8月上旬推出新平台MyyShop,以创新手段突破供应链及履约障碍。值得注意的是,新业态的蓬勃发展也对监管模式的创新形成了促进。今年,海关总署创新开展跨境电商对企业(B2B)出口试点,增设9710(跨境电商B2B直接出口)、9810(跨境电商出口海外仓)贸易方式。跨境电商监管创新成果从B2C(企业对消费者)推广到B2B领域,并配套“一次登记”“一点对接”“优先查验”“允许转关”“便利退货”等通关便利措施。

新业态新增增长点

“十三五”中国商务回眸

□ 本报记者 白舒婕

“走出去”已经成为中国经济发展、对外开放的时代特征。“十三五”期间,中国对外投资大国地位稳定,对外投资有序发展,在全球配置资源的能力不断增强。凭借对外开放的不断深化以及中国企业在全球价值链供应链中的配置和优势,中国对外投资更积极、更多元,“走出去”道路越来越宽。“走出去”道路越来越宽。作为“十三五”规划的收官之年,今年,突如其来的新冠肺炎疫情重挫全球经济,中国经济率先走出阴霾,“走出去”步伐依然稳健。联合国贸易和发展会议最新发布的报告显示,今年上半年全球外国直接投资同比下降49%,流入中国的外国直接投资规模仍然保持韧性。再将目光放大至“十三五”以来的五年。数据显示,2016-2019年,中国对外直接投资规模合计达6344亿美元,稳居世界

这五年,“走出去”稳步迈向高质量

前列。2019年,世界经济增速降至国际金融危机爆发以来最低水平,全球货物贸易增速显著放缓,中国依然跑赢了大多数国家,在全球外国直接投资中的影响力不断扩大。日前发布的《2019年度中国对外投资直接投资统计公报》指出,2019年,有关部门积极引导有条件的企业“走出去”,发展质量稳步提升。首先,中国在国际市场投资合作的布局更加优化,对新兴市场出口占比增加至49.2%。对此,中国经济交流中心经济研究部研究员刘向东对国际商报记者表示,“一带一路”沿线国家是中国对外投资的主要市场,尤其东盟国家成为中国重要的海外承包工程市场和劳务合作市场。同时,随着“一带一路”的不断延伸,欧洲、非洲和拉美国家也日益成为中国对外投资的新兴市场。其次,《公报》称,中国企业在国际市场的投资结构更加均衡,主要投向租赁和商务服务业、制造业、批发和零售业等领域,2019年制造业投资占比14.8%,全球产业布局进一步优化。对外投资结构的变化实际体现了中国产业转型和消费升级的进程。最后,《公报》指出,投资海外的市场主

体更加多元。五年间,越来越多的民营企业选择“出海”,出口占比2019年首次超过50%,增加至51.9%。“尤其是‘一带一路’倡议的实施为民营企业提供了更多机遇和施展平台。”刘向东说。企业是对外投资的主力军,在“十三五”期间发挥着至关重要的作用。截至2019年年末,中国共在188个国家和地区设立了4.4万家企业。今年有117家内地企业进入世界500强,74家企业上榜“全球最大250家国际承包商”,企业数量和市场份额均居世界前列。2016-2019年,中国企业通过对外投资合作累计带动出口5000多亿美元。刘向东认为,“十三五”时期,中国企业“走出去”呈现四大新变化:一是由出口美欧市场转向出口更多元化的新兴市场;二是进出口结构中,中间品贸易占比上升,意味着与区域产业链的紧密度增强,出口由加工贸易为主转向一般贸易为主;三是逐步由出口

劳动密集型产品转向出口中高端产品;四是企业海外布局由单纯的外贸布局到全方位布局,包括到境外设立海外仓和投资设厂。在东南亚市场开展贸易投资多年的江苏华昌化工进出口公司副总经理翟丞对此深有感触:“近五年,在东南亚,中国投资的项目和工厂随处可见。尤其随着‘一带一路’建设的推进,中国企业对东盟国家的投资突飞猛进,涉及贸易、物流、建筑、能源、制造业和商业服务等众多领域。”翟丞告诉国际商报记者,新兴市场起点低,可挖掘的市场潜力大。公司在2016年与马来西亚一家化肥企业投资合作后,2018年又与印尼一家企业投资合作。未来公司还将开拓越南和泰国市场。商务部研究院副研究员王业对国际商报记者表示,“十三五”时期,中国对外投资从高速增长向高质量发展迈进,一方面,“走出去”坚持企业主体、市场化运作;另一方面,相关主管部门不断简化对外投资审批流程,为企业“走出去”铺平道路,使企业“走出去”步伐更稳健,进一步拓展市场空间和提升全球资源配置能力。

“走出去”步伐更加稳健

苑林,商务部机关服务局医务室负责人,大家都更愿意喊他苑大夫。作为一名经历过2003年抗击非典的老兵,这次,苑大夫又站在了部机关防控新冠肺炎疫情的前沿阵地。

老兵遇上新挑战

提起商务部机关入门体温检测,苑大夫非常感慨:“红外体温检测设备以前没有接触过,设备采样要求高,易受雨雪天气、温度变化、周围环境等条件干扰,开始阶段每天一大早都要现调试,而这在7:00前必须完成。”春节期间,他配合中电科十一所连日工作,第一时间完成了两台红外体温检测设备的安装调试,确保了设备在2月3日前准备就绪。从部机关职工春节假期后大批返岗上班起,苑大夫每天早晨6:30就到大门口值守,做好现场测温,应对处理突发情况。“部机关大门口的体温检测是做好部内疫情防控工作的第一道防线,大门没把好就等于‘城门失守’。现在设备运行稳定了,定期进行设备检查就可以了。”

一个都不能少

发热病人处置事关部机关上班秩序的稳定大局。凡遇发热病人报告,苑大夫迅速联系本人,并严格按照操作程序,询问有无流行病接触史、症状、服药等情况,研判病情

严重程度,并根据发热病例处置预案积极给予就医指导。部机关很多发热病例都是晚上九点钟以后甚至11:00才报告,苑林每次都按规定第一时间对发热病例和密切接触者进行指导,并坚持对发热病人进行随访,尤其是每日两次体温监测,从发热开始直至恢复正常后三日。“因为怕漏接电话,我就把办公室电话呼转到自己手机上,争取第一时间给病人解答。为沟通方便,我和发热病人都添加了微信,现在我微信里的人特别多。”从苑大夫的声音中能感受到满满的充实感,对每一个发热病人的基本情况他都一丝不苟地完整记录在一张大表里。疫情最严峻的几个月,苑林一共接诊了部里59名发热病人,并全部做出了最佳处置方案。

与时间赛跑

防疫物资的配备至关重要。春节期间,苑大夫和医务室的同事们多方协调联系,与相关处室一道购置口罩、防护服、测温枪、红外测温仪等防疫物资,并抢在春节前向部机关干部职工组织发放了第一批

抗疫群英谱

“这是我们的责任”

——记商务部机关服务局医务室负责人苑林

□ 本报记者 李 宁

6000个口罩。此外,苑大夫发挥医务专长,配合机关党委在部内开展防疫知识科普,并积极与北京市、区两级疾控中心和商务部周边大型医院保持沟通联系,了解防控疫情知识和有关病例处置程序,先后在部机关工作微信群中发布了20多篇疫情防控和心理疏导知识指南。在疫情防控常态化下,他还配合部机关联系检测机构,先后组织核酸检测14场,总检测达3977人次。

难忘的71天

在本该是阖家团聚的春节假期,苑大夫一直都在为疫情防控工作奔波忙碌。他家住天通苑,离部机关20多公里,家里没有汽车。在疫情最严峻的春节假期,他每天早晨5:00多赶乘地铁,每晚9:00多才能到家,冒着寒风,两点一线,穿行在家里和商务部之间。2月27日起,部机关防控要求升

级,规定重点岗位人员不得乘坐公共交通工具。为做到万无一失,他索性搬到部里住,一直到5月初,共在部机关住了71天,中间只回了两次家。“我的岗位特殊一些,就是一个不能出问题的岗位。部里好多人也都是这样,从春节到现在一直坚守,走得比我还晚,工作都挺拼命的。”与一般理解的老北京风格有所不同,苑大夫言谈之中低调朴素。“这是我们的责任”是苑大夫接受采访时说得最多的一句话,没有一句说起自己的困难,他眼里看到的都是身边同志们忙碌工作的身影。虽然他只是一名入党积极分子,但他严格用党员的标准要求自己,用身体力行带动和影响了他其他同志一起做好防疫工作。小小医务室,扛起大责任。部内疫情防控工作平稳有序、科学精准地进行,直到目前一直保持着零感染纪录。苑林大夫以自身行动忠实地践行了自己的入党誓词。

创新抢得新优势

带按键可控流量的水龙头、无边际游泳池,可以折叠收纳的挂烫烫衣柜、加把盐就可以制造消毒液的消毒液制造机……近期,外贸企业创新的产品在近日闭幕的第128届广交会上纷纷亮相,材料、技术、外观、功能等方面的新变化为企业吸引采购商增添了新魅力。深圳美乐美生活用品有限公司专注多功能小家具的生产销售,10年前就凭多功能镜面珠宝柜、镜面翻斗鞋柜等创新产品保持每天100多个产品的销量,连续畅销多年。该公司总经理虞爱娟说,公司最近集中推出了70多款新产品,其中包括带灯化妆桌、多功能转换桌等,受到海外客户的青睐,使得公司业绩在疫情之下继续保持快速增长。近年来,外贸企业持续推进创新,而疫情的发生使企业创新的步伐迈得更大。中山市瑞康电器有限公司业务员陈敏锋说,今年公司结合全球疫情防控需求,在原来稳压电源等产品的基础上研发推出了消毒液制造机等全新产品,产品发布不久就实现了几千台的销量。受疫情影响,企业在营销方式等方面也持续加大创新力度,使新产品更加通畅地触达市场。台州丰华铜业有限公司外贸主管苏明燕表示,公司近年来持续加大对水龙头产品的创新力度,获得230余项国内外产品设计专利。面对疫情之下赴海外展销受阻的现状,公司加大力度转型,通过参加各类展会、跨境电商等渠道销售产品,并将新设计的产品逐一拍摄、制作3D图示、录制短视频,取得较好的效果,带动今年以来的销售额同比增长30%以上。