

识变应变 推动中非经贸合作绘新篇

□ 本报记者 汤 莉

在“一带一路”合作框架下,中非经贸合作结出累累硕果,双边互利合作发展领域广、速度快、质量高。《中非合作2035年愿景》《中非合作论坛—达喀尔行动计划(2022-2024)》等一系列纲领性文件和计划聚焦非洲经济社会发展及中非合作新机遇,为中非经贸合作指明了方向,将推动双边合作不断拓空间释潜能。

辨形势抓机遇

“一带一路”倡议的落实极大地促进了中非在各领域的合作进程。在日前于浙江金华举办的中非智库论坛第十一届会议第一分论坛上,不少非方代表表示,“一带一路”建设为中非合作树立了新型国际合作范式,让非洲发展受益良多。

在马里前总理穆萨·马拉看来,不少非洲国家的经济发展受益于“一带一路”合作中的基础设施建设,他希望中非“一带一路”合作更进一步,通过加强私营部门的合作和金融

领域的合作,推动非洲实现工业化。

尼日利亚是中国在非洲最大的贸易伙伴之一。尼日利亚拉各斯工商会会长奇尼耶·阿尔莫纳表示,多年来,中国一直是尼日利亚制造商的重要进口来源地,双边贸易不断增加,战略合作伙伴关系不断加深。

非洲是“一带一路”建设的重要参与方,“一带一路”倡议在非洲的实践不仅有利于构建更加紧密的中非命运共同体,而且也将为非洲带来巨大的发展机遇。元投资有限责任公司副总裁、中非产能合作基金副总经理佟庆指出,随着新一轮科技革命的兴起以及产业结构的调整,中非将在新型基础设施、产业链供应链融合、远程医疗、数字经济等新兴领域不断开拓合作。期间,中非产能基金将以高标准、可持续、惠民生为目标,聚焦更多小而美项目,促进中非投融资合作转型升级,推动中非合作互利共赢。

与此同时,新冠肺炎疫情冲击、乌克兰危机影响外溢、大国竞争挑战等也增加了中非合作的不确定性。

“非洲经济社会的低增长、高负债和欠发展成为新常态。”中国非洲研究院研究员、南非研究中心主任姚佳梅指出,疫情加剧了非洲国家资金短缺的困扰,加

重了非洲债务负担和脆弱性,且疫情下非洲国家通胀高企、货币贬值和贫困加剧凸显了社会隐忧。从国际对非合作方面看,国际对非合作总体呈现竞争与排他大于合作与互补的态势,这不利于非洲国家实施自主发展与国际协调并重的发展策略,也不利于中非经贸合作的稳定发展。

新思路新举措

面对中非经贸合作的新环境和新挑战,须运用新的发展理念,开发新的合作领域和途径,才能推动双边经贸合作实现协调共赢。

对此,姚佳梅建议,在发展战略目标、全球治理、气候变化、和平与安全、治国理政等方面加强与非洲国家的政策对接和协调,夯实中非经贸合作的政治基础;深化与非洲国家在基础设施、绿色农业、粮食安全、资源环境、卫生健康等领域的合作力度,筑牢中非合作的压舱石和民意基础;建立国家级易货贸易平台,激活中非贸易潜能;深化金融领域的合作,特别是要创新基础设施投融资合作模式,为中非经贸合作提供重要的融资支持;在新基建、油气资源、工业化、粮食安全、医药卫生、气候变化和教育领域拓展以“中非+第三方”的合作为主线,符合非洲需求和发展议程的国际合作项目,将非洲打造成国际多方合

作的大舞台。

对于新形势下的如何推动中非经贸合作,浙江大学非洲研究院党总支书记、副院长王珩认为,要聚焦重点国别和领域,通过经贸投资拓展产能合作,通过平台服务促进数字创新发展。

一是发展新型经贸投资,增强中非产能竞争力。大力发展农产品深加工、数字经济等行业,积极建设非洲新型工业园和特色产业区。深化“市场采购+跨境电商”贸易模式创新,推动扩大绿色金融交易规模,拓展中非绿色产业链、供应链和价值链合作,实现可持续发展。

二是建设信息服务平台,促进中非数字创新发展。利用数字科技赋能传统行业,加速推动科技创新并实现产业变革。中国可为非洲企业提供政策咨询、法律协助、贸易区域指引等一站式投资数字服务。建设线上企业服务云平台,将分散的合作项目联成产业网络,实时共享经验与动向,推动中非经贸合作更智能。

三是聚焦重点领域区域,提升中非经贸合作质效。聚焦重点国家,以毛里求斯、坦桑尼亚和南非等与中国签署自贸协定或国

际产能合作协议的国家为重点,以境外经贸合作区、经济特区、工业园区和港口为支点,深化双边经贸及国际产能合作。聚焦重点领域,加强海洋经济自由化和产业化合作,帮助非洲国家提升海洋治理能力。聚焦地方合作,打造中非经贸深度合作先行区。发挥中非发展基金和中非产能合作基金的作用,推动对非投资主体多元化。聚焦次区域组织,加强与非盟、东非共同体等的合作,与次区域开展自贸协定谈判,探索建立中国—东非自由贸易区等平台,助力构建全方位、立体化、多层次的中非经贸合作格局。

目前在非各领域中,资本市场的合作还较为有限。中国非洲史研究会副会长、中国社科院西亚非洲研究所研究员李智彪日前在参加中非智库论坛时表示,发展中非资本市场合作,不仅有助于解决非洲发展的资金需求,而且有利于拓展中国资本的海外投资渠道。其中,证券市场投融资合作值得重点关注。

挖掘中非资本市场合作潜力

□ 本报记者 汤 莉

在李智彪看来,中非证券市场投融资合作有基础、有空间、有前景。

事实上,非洲证券市场的发展起步较早,埃及、南非和津巴布韦的债券交易历史均已超过100年。据非洲证券交易所协会的统计,非洲证交所的25家会员为37个非洲国家服务,各证交所共有上市公司1100多家,证券总市值约2万亿美元。从成交量和换手率等指标看,市值靠前的尼日利亚证交所、博茨瓦纳证交所和毛里求斯证交所等交投气氛较为活跃。有研究者对非洲上市公司的调研显示,非洲证券市场的投资回报率高于中国、印度、越南和印度尼西亚等市场,其电信行业的投资回报率更是居于全球同业前列。

开拓中非证券市场投融资合作具有重要意义。李智彪表示,证券投资有其特殊性,有助于外国投资者规避厂房建设等各种实体经营风险,有助于东道国对资金的掌控,实现经济的自主发展。同时,对非洲市场而言,证券市场较强的资金筹集功能和促进经济发展的作用,有利于解决非洲国家普遍面临的资金短缺问题。对中国而言,更充分地利用非洲证券投资市场可拓展中国主权财富基金和境外国有资产的发展空间,优化中国海外资产结构,为中国的金融资本提供更多的海外投资渠道,为中国居民储蓄提供更多的财富增值机会,并为投资非洲的中国企业提供本土化的融资便利。

从投资前景看,非洲各国政府和民众对经济发展的需求强烈,具备丰富资源和人口红利的非洲经济前景看好,为非洲证券市场的健康发展提供了保证。

5月份,人民银行、证监会、外汇局发布联合公告《关于进一步便利境外机构投资者投资中国债券市场有关事宜》明确,进一步便利境外机构投资者投资中国债券市场,推进中国债券市场对外开放。证监会也表示,支持各类符合条件的中企到境外上市,并欢迎符合条件的境外企业到A股上市。在此背景下,李智彪提示,拓展中非资本市场的合作路径可包括:中国A股市场可吸引非洲优质上市公司来华双重上市;中国的大型企业或金融机构可收购非洲优质上市公司的股权;中国的主权财富基金或大型金融机构可成立非洲证券专项投资基金,定向投资非洲证券市场;中国在非投资企业可考虑在非洲证券市场上市;支持非洲的投资机构在中国发行以人民币计价的债券等。

在具体的国别选择上,他建议可关注宏观经济较稳定、经济发展前景看好、对外开放程度高,且目前国际证券投资基金流入较多的南非、埃及、摩洛哥、肯尼亚、博茨瓦纳和尼日利亚等市场。

6大妙招助“非洲好物”畅销中国

□ 本报记者 汤 莉

中国欢迎鼓励非洲产品走进中国,也在以实际行动积极推动非洲产品走进中国。例如,由商务部等部门共同指导的“第四届双品网购节暨非洲好物网购节”在今年上半年举办,活动期间,非洲23个国家的特色产品通过大使直播和非洲主播连线等形式走进中国。

在各方的推动下,中国进口的非洲特色优质产品快速增长。但在浙江工商大学中非经贸研究院院长赵浩兴教授看来,非洲产品在华销售面临有品质无品牌、有

品牌无证书、有证书无需求、有需求无销量、有销量无利润等现实困境,亟须建立系统完善的供应链体系,推动“非洲好物”在中国市场高效率、高质量地开展营销。

赵浩兴建议,要精选受中国消费者喜爱、有市场需求的品类,打造精英创客团队,开展精准营销,推动非洲好物规模化、品质化、品牌化发展。并通过多方面工作的开展,将流通、金融、供应链和营销各环节串成一条线,拧成一股绳,使“非洲好物”更精准高效地对接中国巨大的市场需求。

一是启动“非洲好物”高质量原材料及产品基地建设。非洲好物分散在各个国家,规模小、聚集性差,产品质量也有差异,且非洲缺乏一批集采供应商,中国也缺乏一批专门经营非洲商品的渠道商。可通过考察对接,并结合新消费时代中国消费者的需求,在重点非洲国家建设一批农产品、工艺品、保健品和水产品等原材料及制成品基地,做好采购对接。

二是构建“非洲好物”的质量认证体系。要按照中国进口商品质量认证体系

及要求,加快对重点非洲进口商品的质量认证步伐,认证一批经得起消费者考验的“非洲好物”。

三是重视“非洲好物”的品牌建设和营销创新。不少品质好、质量稳定的“非洲好物”缺乏品牌管理和营销体系建设,要对其进行品牌化升级,并通过直播电商、定制营销和体验营销等手段进行创新性的营销推广。

四是建设“非洲好物”的物流及仓储基地。可通过在自贸试验区、综保区等设立物流及仓储基地,提高“非洲好物”的供应链效率。

五是建立“非洲好物”线上线下营销渠道体系。鼓励和支持国内线上平台及线下流通渠道参与“非洲好物”的推广或经销,通过集合店、连锁经营、无人售货和网红直播等多种渠道营销非洲产品。

六是重视“非洲好物”的供应链金融服务。发挥供应链金融作用,通过基地建设投资、仓单质押、国内仓金融服务和大宗商品交易等多种形式,驱动“非洲好物”高效率地流通。

更灵活 更强韧

中小微外贸企业释放更强国际竞争力

□ 本报记者 孟 妮

3月以来,国内疫情多点频发,深圳、上海等“外贸重镇”受到不同程度的影响,全球产业链供应链堵点、断点仍存,能源及部分原材料价格持续高位运行;美欧等全球主要经济体通胀压力加剧,进一步压缩需求;国际形势不断变化,汇率波动加大……

面对今年上半年诸多风险和挑战,中国中小微外贸企业展现出较强的灵活性和应变能力,竞争力水平大幅提升。据一站式外贸企业跨境金融和风控服务公司上海夺畅网络技术有限公司(XTransfer)与中国贸促会商业行业委员会联合发布的《2022年上半年中国中小微外贸企业竞争力指数》显示,2022年开年,竞争力指数延续了2021年年底的势头,整体保持平稳态势;3月至4月,尽管国内疫情多点频发,但并未对竞争力指数造成太大影响,指数反而稳中有升;5月至6月,随着一系列利好因素出现,竞争力指数快速上升,并在6月达到上半年最高点。

该指数从买家信任度、产品吸引力、出口运营效率三个维度进行综合评估。通过调研发现,越来越多的中小微外贸企业具备一定的数字化能力,且部分中小微外贸企业上下游供应商分散在全国多地,有效地提升了抗风险能力;中小微外贸企业开始注重打造自主品牌,“中国制造”对海外买家的吸引力持续增强;此外,出口商品结构进一步改善,朝着附加值更高以及产业链升级的方向发展,高技术、高附加值的出口产品竞争力逐步增强。

相较于之前海运运力紧张、原材料价格高等情况,一位从事建筑机械外贸出口的外贸企业人员谈到,“今年上半年这些方面是有了较好的转变,但同时生意也面临着新的挑战,比如,客户需求放缓,行业竞争愈发激烈,原先研发制造能力较弱的其他国家的卖家也开始加入竞争等。因此,迫切需要我们主动出击,积极应变,走‘品牌化、高端化’路线。”

另一位从事3C数码/家用电器外贸出口的卖家也谈到了“需求端放缓”给企业带来的挑战。他告诉记者,“今年以来,许多老客户的需求下降是

我们之前没想到的。当欧洲客户需求出现下降后,我们快速作出调整。在积极拓展北美和东南亚市场客户的同时,还努力开拓3C数码/家用电器以外的品类。”

疫情是今年上半年外贸出口绕不开的话题。一位从事无纺布外贸出口的卖家坦言,他们重点合作的工厂位于长三角,上半年,受疫情防控等因素影响,该工厂的生产及出货效率相比往年出现大幅下降。后疫情时代,市场对于无纺布这样的品类肯定不会像前两年需求那么大。这些不确定性倒逼他们团队积极地转变发展思路,找寻新的增长点。

一位来自华东地区从事机械配件外贸出口的卖家也表示,“上半年,长三角疫情反复带来的最大问题是供应链不畅,直接导致客户需求放缓。有些配件不能及时供应,海运物流也受到较大影响。因此‘稳住’是我们下半年最重要的事情,在自己擅长的领域里把事情做扎实,把现有的客户服务好。”

“做外贸生意,要面对的不确定性与做内贸相

比要大很多。因此,我们要在不确定性中寻找确定性。”这是采访中许多外贸人应对变局的心声。

面对新情况新变化,许多中小微外贸企业主动探索新策略。有的企业注重服务优质客户,把更多的精力、更大的优惠投入到优质客户中;有的企业将数字化转型视为一个自然而然的过程,在客户管理、营销管理等方面使用数字化产品,更好地提升团队效率。

报告认为,有赖于中国中小微外贸企业面对复杂环境所展示出的灵活机制和强大韧性,以及产业链和品牌持续升级,预计下半年中国中小微外贸企业将继续优秀表现,释放更强的国际贸易竞争力。