

中国—中东欧经贸合作取得积极进展

双向投资规模已接近两百亿美元

本报记者 王珂

权威发布

第三届中国—中东欧国家博览会暨国际消费品博览会将于5月16日—20日在浙江省宁波市举行。5日,国新办举行新闻发布会介绍中国与中东欧国家经贸合作及第三届中国—中东欧国家博览会暨国际消费品博览会有关情况。

双方贸易持续增长

商务部副部长李飞介绍,中国—中东欧国家合作是中欧关系的重要组成部分。2012年以来,双方经贸合作取得了积极进展。

双方贸易持续增长。2012年以来,中国与中东欧国家贸易年均增长8.1%,中国自中东欧国家进口年均增长9.2%。今年一季度,双方贸易额达333亿美元,增长1.6%,开局总体平稳向好。

投资合作日趋紧密。截至目前,中国同中东欧国家双向投资规模已接近200亿美元。今年一季度,中国对中东欧国家全行业直接投资同比大幅增长148%,中国企业赴中东欧地区投资意愿强烈。投资领域涉及汽车零部件、家电、医药、物流、能源、矿产等。

基础设施项目稳步实施。2022年,中国企业在中东欧国家签署工程承包合同达93.6亿美元。2022年7月,黑山南北高速公路优先段、克罗地亚佩列沙茨大桥先后通车,匈塞铁路稳步推进,交通、能源等基础设施在建项目进展顺利,成为中国与中东欧国家合作的亮点。

互联互通发展迅速。中欧班列蓬勃发展,2022年全年开行1.6万列,同比增长9%,南向通道成功开通,提供了对欧运输新方案。波兰、匈牙利、斯洛伐克等成为中欧班列重要通道和目的地。中欧陆海快线建设积极推进,希腊比雷埃夫斯港吞吐量居地中海港口前列,中国与波兰、斯洛文尼亚、克罗地亚等国港口物流合作日益密切。

本次博览会有三个首次

浙江省副省长卢山介绍,本次博览会以“深化务实合作携手共向未来”为主题,同期还将举办第二十四届中国浙江投资贸易洽谈会。本次博览会由匈牙利担任主宾国,江苏省担任主题省。截止到5日,已经有7个中东欧国家的政要以及13个中东欧国家驻华使领馆的官员表达了出席意向。

在活动方面,本届博览会以经贸活动为主线,同时安排了科技、旅游、健康等多个领域的活动,一共有27场重要活动。在这27场重要的活动中,有7场由商务部、贸促会等主办的机制性活动,同时也将借本次博览会发布系列合作成果。

在展会方面,本次展会设了中东欧展、国际消费品展和中东欧商品常年展三个展区,展览面积达到22万平方米。

这次博览会有三个首次:首次启用新场馆,首次采用专业展形式布展,首次开设服务贸易展区。

经贸示范合作区建设取得新突破

宁波市市长汤飞帆说,中国—中东欧国家经贸示范合作区建设实现“四个新突破”。

一是商品进口实现新突破。2022年,宁波自中东欧进口额112亿元,增长47.5%。今年一季度进口43.9亿元,同比大幅增长102%,占全国比重也提升到8.7%,宁波成为中东欧商品进口中国的首选地。

二是对外投资实现新突破。搭建了“走出去”服务联盟等平台,推动汽配、新能源等优势产业嵌入中东欧国家的产业链。2022年,宁波市对中东欧投资4.6亿美元,超过了以往历年的总和。

三是贸易便利化实现新突破。推进中东欧农食商品进口先行先试,上线了中东欧进口商品通关一件事服务平台,建成中东欧商品常年馆、中东欧贸易物流园。宁波舟山港与中东欧海运航线增至14条。

四是人文交流实现新突破。与中东欧90余所院校建立合作关系,教育合作实现国别全覆盖。在9个中东欧国家设立联络处,成功搭建“舌尖上的相遇”等文化、旅游合作平台。

一季度我国规上有色金属企业工业增加值同比增长5.8%

本报北京5月5日电(记者刘温馨)记者从有色金属工业协会获悉:一季度,我国有色金属生产呈现较快增长势头,规上有色金属企业工业增加值比去年同期增长5.8%;按新统计口径的10种常用有色金属产量为1826.3万吨,同比增长9%。据了解,按新统计口径的10种常用有色金属是铜、铝、铅、锌、镍、锡、锑、硅、镁、钛,与原统计口径相比减少汞,增加工业硅。一季度,有色金属工业完成固定资产投资同比增长11.9%,增幅比去年同期高1.2个百分点。其中,有色金属矿山采选完成固定资产投资增幅与去年同期大体持平;有色金属冶炼加工固定资产投资增幅比去年同期增幅高1.4个百分点。

“华龙一号”全球首堆示范工程通过竣工验收

本报福州5月5日电(记者刘晓宇)我国自主三代核电技术“华龙一号”全球首堆示范工程——福清核电5、6号机组5日正式通过竣工验收。

验收组一致认为,“华龙一号”全球首堆示范工程全面建成,为我国形成了一套完整的、自主的三代核电型号标准体系,大幅提升了我国核电的全球竞争力,对优化我国能源结构、推动绿色低碳发展具有重要作用,也为“华龙一号”后续批量化建设项目提供良好借鉴。

“华龙一号”是我国在30余年核电科研、设计、制造、建设和运行经验的基础上,研发的具有完全自主知识产权的三代压水堆核电创新成果,技术指标达到国际先进水平。

2022年家电行业规上企业营收1.75万亿元——

新供给创造新需求

本报记者 韩鑫

外电源领域的订单量增速已超300%。

“配套能力强、配套效率高,不断完善的产业链优势提高中国家电在全球市场的竞争力。”中国家用电器协会执行理事长姜凤说,进入发展新阶段,消费端和整机制造端在高效节能、安全可靠、低碳环保等方面,对产业链上游配套企业提出了更高要求,持续增强协同创新能力将为家电业转型升级增添新动力。

——集成发展,全场景智能体验加快落地。近年来,智能化已成为家电业发展的一大趋势。相比往届,今年的展会更加突出智慧生活的整体化展示,家电与消费电子产品不局限于单一使用场景,而是深入消费者生活的方方面面。

在海尔展台,不少消费者尝鲜全场景智慧家庭生活新体验:回家时,通过“智家大脑”屏开启玄关场景,室内灯光自动渐进式亮起;做饭时,人工智能烹饪助手全程语音辅助,提供多任务管理、火候掌握等服务;运动时,一句“你好电视,我想跑步”,窗帘自动打开,电视机画面跳转到跑步界面……“集成式智能全场景解决方案,不仅能为用户带来增值体验,还为企业带来更多溢价空间。”海尔智家董事长李华刚介绍,目前旗下智慧场景品牌三翼鸟日活跃用户已超385万,带动海尔智家一季度营收同比增长8%。

“伴随人工智能、5G、物联网等新一代信息技术在家居领域落地,家电已逐渐从人机交互的单体智能走向万物互联的全屋智能阶段,这将助推家电行业开拓发展新空间。”华为全屋智能产品线总裁邵洋说。

用新技术激发新潜力

“行业需求更多来自存量更新,将为新兴品类快速增长带来更大空间”

经过40多年的快速发展,中国家电行销

全球,当产业发展迈入新阶段,如何提升竞争力、再上新台阶?

“从产业格局看,考虑到我国成熟家电品类渗透率较高,家电行业很难再全面高速增长,行业需求更多来自存量更新,将为新兴品类快速增长带来更大空间。”姜凤说。

通过这场展会,可以窥见家电行业的创新趋势——

深挖存量市场,用新技术激发新潜力。以电视为例,近年来,传统电视产业发展遭遇瓶颈,提振需求成为整个行业面临的课题。面对消费者对“大屏”需求的增加,今年展会上,创维、海信等企业带来更优质的8K超高清显示产品,清晰度、刷新率更高,画质更好。

同时,不少电视企业瞄准更广阔的领域,TCL孵化出的雷鸟品牌创新推出AR(增强现实)智能眼镜,不仅能适配手机、平板等设备,还能通过与平板、电视等设备的连接,畅享“大屏”追剧。

拓宽行业边界,以新供给创造新需求。在科大讯飞展区,一只能与实现交互的智能机器狗吸引了不少观众驻足。基于多种传感器和机械控制,智能机器狗不仅能进行自动导航,还能完成安全巡检。

“未来,融合多种新技术的机器人产品将进入千家万户,帮助消费者完成老人看护、安全检测等工作。”在科大讯飞消费战略与品牌部总经理战文宇看来,人工智能等新技术的不断发展,将丰富和拓展家电行业,也为企业提供了更多发展机遇。

姜凤表示,近年来,家电行业骨干企业的平均研发投入强度已从3%提升到4%,中国家电已经建立起自主的科技研发体系,在技术上逐步实现了从跟随到引领的蜕变。

为扩内需注入新动力

“高品质、智能化、绿色化等消费需求,将助推行业持续提档升级”

2022年,我国家电行业规上企业营业收入达到1.75万亿元。作为万亿级产业,做强做大家电产业,能更好满足人们对美好生活的需要,也将有力拉动内需增长。

翻开今年家电市场成绩单,2月份家电零售额达412亿元,同比增长28.1%;3月份零售额达640亿元,同比基本持平。“随着出行、购物、置业、装修等事项重回居民日程表,家电消费呈逐月改善态势,彰显出产业发展的强劲韧性。”中央党校(国家行政学院)经济学教研部教授邹一南说。

时隔两年,再次回归。中国家电及消费电子博览会不仅勾勒了产业高质量发展的轮廓,更点燃了消费者的消费热情。

总体规模再上新高度。展会总展览面积超过15万平方米,其中展台面积超过100平方米的企业超过130家。“旺盛人气背后,是全球客商对中国家电产业韧性与市场活力投出的信任票。”姜凤说。

线上线下合力促消费。一方面,顺应“直播带货”消费浪潮,此次展会利用新品集中首发和场景展示优势,开启逛展直播、全景式逛展,以线上线下联动扩大触达率;另一方面,与电商平台合作,各大品牌首发的新家电成为“五一”假期线上大促的主推商品,以线下体验带动线上销售。

“尽管已步入存量市场,但人们对美好生活的向往,高品质、智能化、绿色化等消费需求,将助推行业持续提档升级。”姜凤说,随着新兴家电增长迅速、关键技术升级显著,我国家电行业将向着“成为全球家电科技创新的引领者”的发展目标稳步迈进。



高空上的建设者

近日,广州琶洲人工智能与数字经济试验区,建设工人正在高空作业。琶洲人工智能与数字经济试验区是广深港港澳科技创新走廊核心平台之一,目前建设工作稳步推进,开发成效日益凸显,建成后将成为互联网、电商、高科技等新兴产业集聚地。陈志强摄(影像中国)

(上接第一版)

“与去年一季度相比,开展进出口业务的企业多了2.5万家。其中,数量较多、灵活性较强的民营企业进出口增速高于整体,规模占进出口总值的比重继续保持在50%以上,为外贸稳增长、优结构发挥了积极作用。”海关总署新闻发言人、统计分析司司长吕大良表示。

“今年1月,我们实现了首批产品出口,1000套定制无线充电厨房电器试水进入西班牙市场,获得消费者好评。”广交会上,中惠创智(深圳)无线供电技术有限公司销售经理罗朝朝告诉记者,“产品有优势,让我们更有底气开拓国际市场。”

今年3月,广州市高恩机械科技有限公司的出口额同比增长超过70%。“我们提前布局智能生产线,努力提高生产效率和节能降耗水平。”公司总经理霍丽仪说,瞄准高质量全方位发力,让高恩机械的商用食品加工设备得到了市场的认可。

“新三样”走俏,外贸结构更优化

服装、家具、家电,曾是我国外贸出口的“老三样”。如今,以电动载人汽车、锂电池、

太阳能电池为代表的“新三样”逐渐走俏。广交会上,从无人驾驶飞行器到纯电动汽车,再到新能源农业机械,新增设的新能源及智能网联汽车展区格外引人注目。

展台前,开沃新能源汽车集团副总裁、海外业务中心总经理黎明忙前忙后,对每一拨造访的采购商热情接待,详细介绍:“去年一季度,我们的纯电动车出口是300台,今年一季度出口超过3000台。”

通过洽谈,黎明发现,除了传统欧洲市场,俄罗斯及中东、南亚地区同样对新能源汽车表现出浓厚兴趣。在洽谈会上,开沃集团与巴基斯坦汽车经销商签订采购大单,出口两款新能源车共计200台,成交总额700万美元。

“从目前的订单和洽谈进度来看,我们有信心实现今年新能源汽车出口突破1万辆,比去年翻一番。”继续拓展新市场、扩大品牌知名度,黎明胸有成竹。

近年来,全球对新能源、绿色低碳领域的重视程度逐步提高,国际市场的旺盛需求带动我国绿色低碳产品出口增长。

海关总署发布的数据显示,一季度,我国“新三样”合计出口2646.9亿元,同比增长66.9%,占出口比重同比提升1.7个百分点,达到4.7%,拉高出口整体增速2个百分点,推动我国外贸结构持续优化。

中国机电产品进出口商会新闻发言人高士旺认为,“新三样”出口的高增速,既与产业变化带来的市场机遇有关,也得益于我国完备的产业链和供应能力,以及前瞻性与阶段性递进政策的促进作用。“目前‘新三样’市场渗透率还比较低,市场需求远未饱和。”高士旺预计,未来一段时间,“新三样”出口仍将保持较高增速。

抢抓新机遇,加快培育外贸新优势

当前,外部环境仍然复杂严峻,全球贸易承压,如何进一步推动外贸稳增长、优结构?在广交会,我们看到,广大外贸主体迎难而上,积极开拓新市场、发展新模式,多管齐下积极培育国际竞争新优势。

锚定“一带一路”沿线市场新需求,江苏苏美达机电有限公司在轻量化、静音化、节油化、智能化等方面加快研发创新。“与同类产品相比,我们能节约10%到15%的油料,有效降低了用户的生活支出,这也是不少‘一带一路’沿线市场的重要产品诉求。”苏美达机电非洲事业部副总经理王涛说。

摸准市场脉搏,苏美达主打产品汽油发电机组在非洲市场的占有率长期保持前列,

得到当地消费者的广泛认可。

不断扩大贸易朋友圈,新兴市场贸易增量可观。一季度,我国对东盟、拉丁美洲和非洲等新兴市场进出口分别增长16.1%、11.7%、14.1%。规模合计占比提升2.4个百分点,达到28.4%。

为了帮助企业稳订单拓市场,日前国务院召开常务会议,研究推动外贸稳增长、优结构的政策措施,要求针对不同领域实际问题,不断充实、调整和完善有关政策,实施好稳外贸政策组合拳,鼓励各地因地制宜出台配套支持政策,增强政策协同效应。

推动外贸提稳提质,商务部制定粤港澳大湾区全球贸易数字化领航区建设方案,以数字化赋能外贸;海关对去年出台的23项支持措施进行评估、优化升级。各地也在积极行动:上海聚焦重点企业和重点产品,加大通关、金融和退税等方面支持;福建支持企业通过境外参展、线上参展,稳订单、拓市场……

行走广交会,步履匆匆的参展商、采购商,热气腾腾的洽谈会、签约会,充分释放出中国经济回稳向好的强劲暖意。

展望未来,我国经济韧性强、潜力大、活力足,长期向好的基本面依然不变,实现外贸促稳提质的目标有支撑。随着中国经济运行持续整体好转,外贸向好势头将进一步巩固延续。