

中国外贸强劲增长是『世界之福』

本报记者 李嘉宝

国际论道

据中国海关总署日前发布的数据，2021年，以美元计价，中国货物贸易进出口规模首次突破6万亿美元，达到6.05万亿美元，创下历史新高。数据显示，在2013年首次达到4万亿美元后，中国外贸在2021年内连续跨过5万亿、6万亿美元两大台阶。在新冠肺炎疫情延宕反复、世界经济复苏面临诸多风险的背景下，中国外贸连创佳绩，极大提振了全球信心。正如国际舆论所赞叹的：“这是中国成就，也是世界之福！”

证明中国产业链供应链韧性

“中国2021年稳外贸效果好于预期。”《华尔街日报》称，以美元计，中国2021年出口同比增长29.9%，进口同比增长30.1%。新冠肺炎疫情暴发两年来，作为不断创造惊喜的“优等生”，中国外贸成为中国经济运行的重要担当。这些数据充分证明中国经济及中国产业链供应链的韧性。

出口被视为拉动经济增长的“三驾马车”之一。美国彭博新闻社称，2021年中国创纪录的出口强劲势头延续到12月，为经济提供支持。美国消费者新闻与商业频道网站称，作为世界第二大经济体，中国经济将在新的一年继续展现复苏态势，强劲的贸易表现将提供助力。

外媒关注到，中国高技术、高附加值产品出口快速增长，机电产品出口增长20.4%，新能源汽车出口量增长3倍。美国《外交官》杂志称，中国是航运设备制造大国，生产了全球96%的海运集装箱、全球80%的船对岸起重机，并获得了近一半的造船订单。彭博社认为，中国出口技术水平显著提高。

中国进口数据同样亮眼。菲律宾《马尼拉公报》网站称，中国进入了消费持续增长的新发展阶段，进口增长潜力将继续增加。此外，中国重视扩大进口，追求贸易的平衡发展。未来，中国的产品和服务进口额还将进一步增长，这为希望进入中国市场的菲律宾企业提供了机会。

塞内加尔经济学家萨姆巴表示，中国既是出口大国，也是消费大国。立足超大规模市场优势，中国持续深化改革开放，积极畅通经济内外循环，这不仅是中国成就，也是世界之福。

韩国现代经济研究院新兴市场部部长韩载振说，2021年，中国内需消费和出口得到较大提振，今年内需潜力将得到进一步挖掘，预计将实现经济稳中有进。

妥善处理防疫与经济活动关系

2021年，疫情形势复杂多变，全球产业链供应链瓶颈突出。面对多重困难和挑战，中国外贸为何能抗压增长？外媒纷纷探寻原因。

彭博社指出，从电子产品到庭院家具，货运数据证明去年全年全球市场对全品类的中国产品都保持了“强劲需求”。值得一提的是，中国医药材及药品出口增长101.2%，有力支持了全球抗疫。

法新社评论说，过去两年，中国经济在疫情大流行中迅速反弹，工厂得以运营，满足全球对电子和医疗用品的需求，这使得中国去年出口大幅增长。

德国《商报》称，中国成为出口“世界冠军”，这主要得益于中国较快走出了疫情负面影响——通过大规模检测、接触者追踪及隔离举措，中国成功控制了疫情，这对经济复苏和国外订单都产生了积极影响。

在日本经济学家金敏看来，中国没有依靠大规模财政扩张及宽松货币政策，不仅实现了经济高速增长，而且妥善处理了疫情防控、维持经济社会活动、适度使用财政货币政策工具三者之间的关系。中国商品出口对稳定全球供应链、抑制全球通胀也起到了良好效果。

中国外贸红火，与中国政府持续优化营商环境、推动贸易自由便利化的一系列举措密不可分。美国欧亚评论网站的评论文章指出，中国政府承诺将使中国市场成为“世界的市场、共享的市场、大家的市场”，举办广交会、进博会、服贸会、中国—东盟博览会等一系列展会，为世界各国开拓中国市场、扩大出口提供了良好契机。

“2021年中国经济结构调整卓有成效，产业链供应链稳定，2022年出口将继续强劲表现。”俄罗斯财政部财政研究所高级研究员谢尔盖·萨文斯基乐观预期。路透社也指出，中国疫情防控领先全球，加之海外供应链修复仍需一些时日，预计2022年一季度中国出口仍有望保持强劲势头。

为地区 and 世界经济注入新动能

2021年，中国和主要贸易伙伴进出口均实现稳定增长。其中，对以发展中国家为主的“一带一路”沿线国家进出口增速更快，达到23.6%，比整体增速高2.2个百分点。国际社会普遍认为，疫情之下，中国外贸活力十足、韧劲十足，对全球产业链和供应链的重要性进一步凸显，将有效推动全球经济向着更均衡、更健康、更可持续的方向复苏。

今年1月1日，《区域全面经济伙伴关系协定》(RCEP)正式生效，全球最大自贸区启航。加拿大投资银行道明证券近日预计，在进出口的强力支持之下，中国外贸将保持强劲势头。《华尔街日报》称，中国积极谋求扩大市场，对今年的外贸形势仍踌躇满志。

《菲律宾星报》专栏作家李天荣认为，2021年中国外贸数据尤为亮眼，凸显中国经济发展的韧性和活力。作为亚太地区许多国家的最大贸易伙伴，中国经济持续稳定恢复将为地区 and 世界经济注入新动能。

泰国开泰银行高级副总裁蔡伟才表示，中国2021年的外贸数据再次显示中国开放市场、与各国分享经济繁荣成果的努力。中国是世界经济复苏的火车头，在全球供应链中扮演着至关重要的角色。

德国新闻电视台评论说，中国在2021年发挥很大作用，让全球供应链基本畅通。如果没有中国加大出口，许多国家将面临商品、原材料等短缺，通货膨胀问题会更突出。当前，西方国家疫情反弹，不少新兴国家也陷入疫情困境，经济复苏缓慢。2022年，中国仍有望成为全球经济复苏的引擎。

古巴国际政治研究中心中国问题专家爱德华多·雷加拉多表示，自加入世界贸易组织以来，中国不断扩大开放，如今已成为拉动世界贸易和经济增长的重要引擎。在后疫情时代，中国经济发展对全球经济复苏的重要性不言而喻。

上图：1月21日，山东港口青岛港全自动化码头一派繁忙景象。

海外声音

中国乡村振兴经验值得学习

作为一个发展中国家，中国敏锐地意识到，如果不能保障粮食安全和实现乡村振兴，社会稳定将受到影响。因此，不久前的中央农村工作会议要求全力抓好粮食生产和重要农产品供给，这一消息令人鼓舞。除此之外，中国决心巩固拓展脱贫攻坚成果，加快城乡融合发展，还将建设1亿亩高标准农田。为缩小城乡差距，截至2020年底，中国贫困地区具备条件的乡镇和建制村全部通硬化路。中国做了正确的事情，农村居民收入增幅连续多年超过城镇居民。

中国促进农业农村发展的经验可以归结为以下几点：政策保持连贯性且受到监督；政策和执行意图在各级机构中得到顺畅传达；让人民参与到发展与转型之中。中国的经验值得南非学习。

——据南非独立在线新闻网站文章



近年来，湖南省永州市道县依托城乡路网，大力发展现代果蔬设施产业，带动农产品外销、特色种养业和乡村旅游。图为1月26日，道县梅花镇，车辆行驶在果蔬大棚基地与青山之间的207国道上。

蒋克青摄（人民视觉）



近日，由江苏启东中远海运海工承建的浮式生产储卸油船N999 FPSO项目进入完工调试阶段，这是中国船企首次为非洲建造浮式生产储卸油船，预计年底前交付。

许从军摄（人民图片）

中国对非洲经济投资持续增加

数据显示，中国对非洲的经济投资持续增加。自2010年以来，非洲1/3的电网和基础设施是由中国公司资助和建造的。在结交朋友方面，经济交往比军事接触更有效。需要认识到的是，非洲可容纳不止一个投资者。因此，中国参与非洲投资不应该是非此即彼的命题。

现在，中国崛起为一个经济大国，同时也在国际舞台上扮演着积极参与者的角色。中国在国际上日益活跃，也反映在许多外交政策领域，如应对全球气候变化谈判、全球经济和金融体系改革等。中国外交政策的核心是与其他国家合作建立一个多极国际体系。这可以从“金砖国家”（巴西、俄罗斯、印度、中国和南非）、上海合作组织等协调政策立场的外交活动中看出。

——据美国欧亚评论网站文章

英国《金融时报》网站近日刊文称，中国一家珠宝零售商最近表示，现在年轻一代更愿意购买国货，对带有龙凤等中国传统文化符号的“国潮”珠宝需求强劲，在很大程度上推动了疫情期间的销售增长。根据该公司提供的数据，2021年4月至9月，“95后”及千禧一代消费者贡献了该公司“传承系列”产品销售额的56%以上。

法国《新工厂》周刊网站近日刊文指出，中国消费者正在转向本土品牌，化妆品市场的演变证明了这一点。业内人士表示，过去3年，中国本土品牌销量呈爆炸式增长。中国本土品牌善于运用数字化手段，微信、抖音等社交媒体的营销作用越来越大。

专家解读

“国潮热”彰显
中国制造魅力

■ 受访专家：国家开发银行研究院原副院长 邹力行

近年来，“中国制造”和“中国创造”好评不断，“国潮”一词应运而生。中国国产品牌呈现出一些重要特征：一方面，国产品牌将乡土化、小众化的设计理念融入产品中。从中国源远流长的历史文化中获取灵感，结合当下人们的审美加以创新，通过具有东方魅力的商品满足消费者含蓄、自信、沉稳等个性化需求。另一方面，国产品牌注重展现全球化、数字化、绿色化的设计思路。用国际视野审视市场需求，运用国际前沿的数字技术和环保材料，打造出独特、智能、生态的潮流商品。

新冠肺炎疫情暴发后，国际贸易受到冲击，进口商品供应相对不足，增加了中国消费者选购国货的几率，使得一批优质国产品牌被更多消费者发现并得到认可。从更长的时间线来看，近年来，国产品牌受到更多消费者青睐，主要基于以下原因：随着经济全球化的深入发展，中国不断拓展改革开放的广度和深度，国产品牌的产品工艺、设计以及质量得到大幅度提升，品牌定制和售后服务保障能力不断提高，同时具有一定的价格优势，从而吸引更多消费者购买。“国潮国风”的兴起，不仅彰显着中国综合国力、中国制造水平的提升，更体现出中国人的民族文化自信日益增强。中国消费者对国产品牌蕴含的色彩偏好、生活习惯、文化修养及装饰搭配越来越认可。

当前，新一轮科技革命和产业变革正扑面而来，国际竞争日趋激烈，国际产业分工格局加快重塑，新理念、新技术、新方式创造出更多市场空间，尤其是数字信息技术推动新型制造业加快发展。新赛道提供了新的起跑线，为中国制造业大展身手、实现赶超发展提供了新契机。同时必须注意到的是，中国制造业还面临诸多挑战：一是与发达国家高端制造业仍有不小的差距；二是其他发展中国家能以更低的劳动成本承接劳动密集型产业转移，抢占中低端制造业；三是中国制造业内部困境有待进一步破解，如自主创新能力、产业集群发展水平、资源利用率和品牌塑造能力等不高，产业结构不尽合理等。

品牌是一种生产力，是人类文明的重要体现。近年来，国产品牌越来越受消费者青睐，说明“中国制造”的生命力越来越旺盛。未来，国产品牌发展潜力巨大，应继续坚持自主创新之路，走向更广阔的国际市场。

其一，要妥善处理好多样性与一致性关系、传统与现代关系、国内市场与国际市场关系，将品牌制造纳入国家产业结构调整的整体布局中，置于世界产业结构调整链条上，在增长中寻找结构优化和资源整备的平衡点。

其二，要坚持继承与创新相结合，发挥国企与民企两个积极性，大力培育核心品牌，加快发展国家品牌产业和民生品牌工程，扩大竞争优势。

其三，要从要素驱动转变为创新驱动，从低成本竞争优势转变为质量效益竞争优势，从资源消耗大、污染物排放多的粗放制造转变为绿色制造，从生产型制造转变为服务型制造。

其四，要以加快新一代信息技术与制造业融合为主线，以提质增效为中心，以满足经济社会发展需求为目标，以开放合作为手段，强化工业基础能力，提高综合集成水平，完善多层次人才体系，促进品牌产业转型升级，培育有中国特色的品牌文化，实现国产品牌新跨越。

(常可滨采访整理)



2021年10月13日，上海豫园商城“校场”快闪街区正式营业。30家新国潮品牌率先亮相，沿袭古代“校场比武”竞争机制，开启商业快闪街区新运营模式。

王初摄（人民图片）