

-7%、8%、15.5%，一季度，中国进出口增速逐月提升——

# 保稳提质，中国外贸加速跑

本报记者 李婕

去年底以来，中国外贸一直在“奔跑”。在海外，中国外贸人的身影加速成倍活跃起来——他们有的组团成行，马不停蹄参展办展；有的以“大洲”为单位出差，一国一国拜访客户，出入工厂车间，“秀”样品探商机。在国内，新一轮稳外贸的政策行动密集起来——从中央到地方，鼓励“千团万企”拓市场稳订单，完善通关、金融等支持举措，实施政策组合拳，各方齐想办法，各类利好连连释放。

-7%、8%、15.5%，一季度3个月份，中国外贸跑出了进出口增速的向上曲线，也跑出了复杂背景下全年保稳提质的笃定和信心。

## 稳订单：

### 出国经贸展览恢复性增长，政策组合拳集中发力

“满载而归！”不久前，参加第19届日本“世界智能能源周”的中国企业圆满完成展览之行。其中，许多新能源企业更是续签大订单、结识新客户、拜访老朋友不断，达成了几年来的心愿。

日本是中国新能源产品的重要市场，许多客户和国内供应商合作10年以上。“疫情发生以后，中国企业迫切地想要去拜访他们。从去年12月起，随着中国疫情防控优化调整，中国新能源企业第一时间就冲到了外贸前线。”负责此次赴日参展展展工作的远大国际展览有限公司事业部总经理孟京说。

据介绍，中国企业报名出国参展热情高涨。在本届日本“世界智能能源周”中，报名参展的中国企业下手快、稳、准，中国企业总参展面积直接从去年2000平方米增至今年的7000平方米。各地政府对中国企业出国抢订单都给予了大力的支持，其中江苏、深圳等地更是率先为参加日本智能能源周的企业进行了展位费用近70%的补助。

“中国展商们精心装饰展位，精密布置展品及销售策略，在展会上大放异彩！”孟京说，日本买家们也接踵而来，相比疫情前，此次“世界智能能源周”的观众数量上涨了10%，中国新能源企业在外贸一线“猛刷了一次存在感”。

拓市场、找订单，是今年以来外贸行业的关键词。一些地方或组团“出海”，或助推企业出国参展办展，或支持举办线下国际经贸展会，力争在外需减弱的背景下，为稳外贸多赢得一份主动权。比如，在各方努力下，出国经贸展览就实现恢复性增长。

商务部国际贸易谈判代表兼副部长王受文介绍，近期对2万家广交会参展企业开展线上问卷调研，从已收回的1.5万份反馈来看，当前外需下降、订单不足是企业面临的主要困难。世界贸易组织3月初发布的国际贸易晴雨表指数比上一期下降4个百分点，仅为92.2（基数是100），也反映了国际需求不畅通的问题。

4月7日，国务院常务会议再次部署稳外贸工作，提出要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，帮助企业稳订单拓市场。

海关总署新闻发言人、统计分析司司长吕大良介绍，今年初，海关总署对去年以来实施的“促进外贸保稳提质”的十项措施等举措开展了“回头看”，根据企业诉求，对继续有效的措施做进一步优化升级，持续释放有关政策红利。海关将继续做好帮助企业稳订单拓市场，进一步提升贸易便利化水平等相关工作，助力外贸保稳提质。

## 拓市场：

### 稳住对发达经济体出口，开拓发展中国家市场和东盟等区域市场

“口水娃”变身“国际娃”了。近日，苏州口水娃食品有限公司一批4000件炒货食品顺利出口老挝。

苏州口水娃食品有限公司是一家生产和销售休闲食品的企业。在国内，“口水娃”是家喻户晓的品牌，兰花豆、花生、瓜子、锅巴等产品深受消费者的喜爱。近年来，公司开始将目光投向海外。在众多有意向合作的海外客户中，公司首次“试水”就选择了东盟国家老挝。

“刚接到订单时，能否顺利出口心里也没底。”该公司有关负责人说，比如国外的食品政策法规和国内有所不同。



4月11日，在江苏省宿迁市苏宿工业园区苏州电瓷厂（宿迁）有限公司生产车间，工人们正在赶制出口到“一带一路”沿线国家的电瓷订单。

同，甚至产品内外包装上需要标注哪些信息都不清楚。得益于当地海关的帮助，公司通过各种渠道掌握实用信息，做好全流程准备，这才“对开拓海外市场更有信心了”。

稳存量、创增量，积极拓展外贸市场是企业实践中的关键。海关数据显示，一季度，中国有进出口实绩外贸企业45.7万家，同比增长5.9%。

从国别市场来看，一季度，中国对第一大贸易伙伴东盟进出口1.56万亿元，同比增长16.1%，高出整体增速11.3个百分点，规模占进出口总值的15.8%；对欧盟、美国、日本和韩国分别进出口1.34万亿元、1.11万亿元、5464.1亿元和5284.6亿元，合计占进出口总值的35.6%。

同期，中国对“一带一路”沿线国家进出口增长16.8%，占进出口总值的34.6%，提升了3.5个百分点；对RCEP其他成员国进出口增长7.3%；对拉丁美洲和非洲等新兴市场进出口分别增长11.7%、14.1%。

国务院常务会议提出，要想办法稳住对发达经济体出口，引导企业深入开拓发展中国家市场和东盟等区域市场。商务部研究院学位委员会委员白明认为，稳住发达经济体的订单，需要外贸企业更多利用新产品、新技术，在创新上下功夫。同时，发展中国家和东盟等区域市场广阔，外贸企业要更好地抓住中国-东盟自贸区以及RCEP带来的机遇，争取互利共赢。

改革开放40多年来的开放创新，正在为外贸发展创造新的优势和动能。据了解，随着菲律宾批准RCEP协定，近期RCEP对15个成员国都将生效，将给中国企业带来更多的市场准入机会。王受文介绍，有关部门还在商签新的更多的自由贸易协定，为中国外贸发展创造更加有利的环境。

## 增信心：

### 发挥好外贸大省稳外贸主力军作用，增强政策协同效应

作为中国外贸的“晴雨表”和“风向标”，广交会正在广州火热举办。本届广交会全面恢复线下办展，根据前

期采购商意向，来自220多个国家和地区的数十万采购商将参展。

“每届广交会上，产品荟萃、万商云集。人流、物流、资金流、信息流高度集聚，有力带动了贸易、投资、消费、旅游、餐饮等各行各业的发展。”中国对外贸易中心主任储士家近日在发布会上表示，有关方面研究表明，广交会对区域经济的拉动效应达到了1:13.6，充分发挥了服务国际贸易、促进内外联通、推动经济发展的重要作用。

办好广交会也成为稳外贸的重要抓手。“办好第133届广交会线下展，提升成交实效”就被列入最新发布的《广东省促进外贸稳定增长若干措施》中。在该文件中，外贸大省广东针对订单下滑、企业出口收款风险加大、传统产业出口下滑、传统产业下行、新兴产业动能不足等问题，分别提出了具体的举措。

国务院常务会议要求，要发挥好外贸大省稳外贸主力军作用，鼓励各地因地制宜出台配套支持政策，增强政策协同效应。

外贸大省在中国进出口版图中的作用怎样？以2022年的外贸数据来看，中国全年进出口总值42.1万亿元。其中，进出口总额达万亿元以上的省份共有8个，依次是广东、江苏、浙江、上海、北京、山东、福建和四川，合计进出口总额超32万亿元，占全国比重超七成。

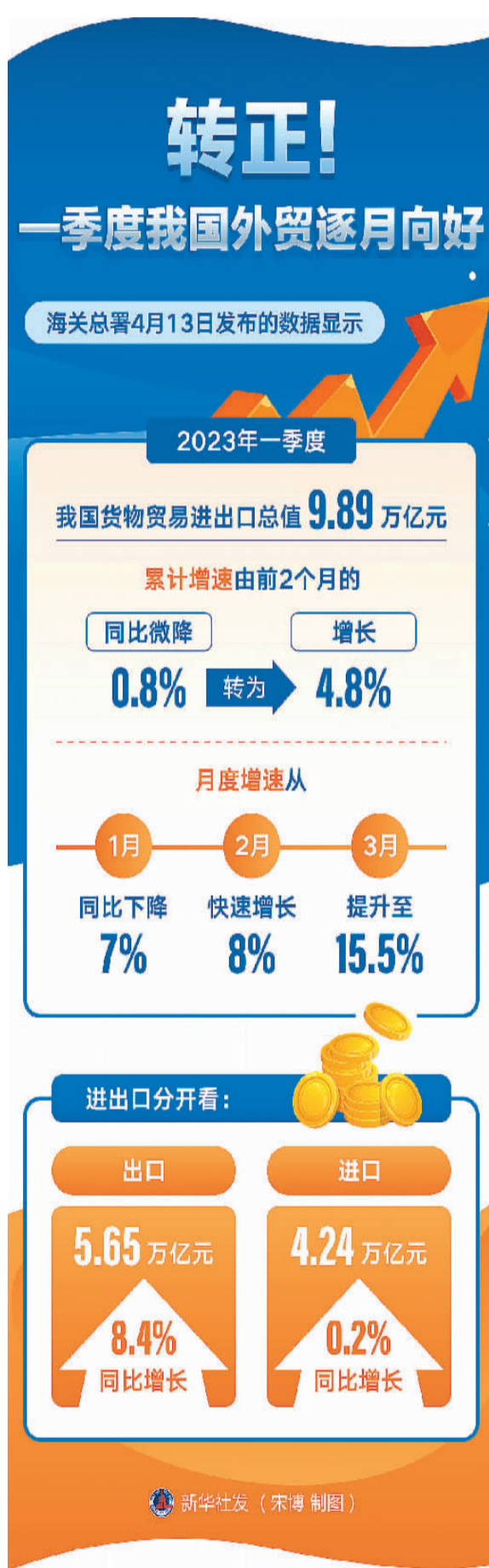
其中，素有“第一外贸大省”之称的广东，进出口总额超8万亿元，约占全国总量的1/5；江苏、浙江、上海占全国比重超出或接近10%，在全国外贸格局中地位举足轻重。

针对各自面临的外贸挑战和现实问题，近期各地已经抓紧出台支持措施。比如《上海市促进外贸稳规模提质量的若干政策措施》从促进外贸规模稳定增长、促进外贸创新发展、支持开拓多元化市场和优化跨境贸易营商环境等4方面提出21条措施。浙江省召开的全省外贸工作会议指出，千方百计稳存量、挖增量、防减量；组织好“千团万企”拓市场增订单行动；积极发展新业态新模式，实施跨境电商百场千企拓市场行动等。

白明认为，各外贸大省的产业特色和结构存在一定的差异，要基于外贸产业实际，不断优化结构，进一步增强产业的创新基础，发挥好稳外贸主力军作用。



4月2日，一艘汽车滚装船靠泊山东港口烟台港准备装载出口商品车。



# 进出口平稳向好可期

陈凤英

持稳定优势，其背后的工业基础、制造能力和产业结构是坚定支撑。

另一方面，政策和制度的强有力支持有目共睹。看短期，在疫情等因素影响下，从中央到地方政府出台各类政策措施保运转、保履约，有效维护产业链供应链稳定，也为中国企业赢得国外客户的信任，在重重挑战之下有力维护既有市场。看长期，对外开放政策、自贸协定等相关制度安排不断释放利好。去年1月1日，《区域全面经济伙伴关系协定》（RCEP）正式生效，今年一季度，中国对RCEP其他成员国进出口增长7.3%。此外，对第一大贸易伙伴东盟进出口同比增长16.1%、对“一带一路”沿线国家进出口增长16.8%，多元化出口市场格局正不断形成。

从产业视角来看，新兴产业和传统产业不断巩固拓展优势，梯度产业格局助力外贸高质量发展。

——新兴产业加速成长，不断拓展新空间。一季度电动载人汽车、锂电池、太阳能电池合计出口增长66.9%，同比增量超过1000亿元，拉高出口整体增速2

个百分点。以电、光、锂这“新三样”为代表，中国高技术、高附加值、引领绿色转型的产品正成为出口新增长点。拿新能源汽车来说，中国产业发展的日新月异和成效之显著，哪怕是在5年前也难以想象。此外，服务贸易快速发展，去年中国服务进出口5.98万亿元，增长12.9%。其中，旅行服务、知识密集型服务进出口分别增长8.4%和7.8%。以科研和创新为依托，中国新产品、新技术正在加速赢得国际市场。

——传统产业提质升级，不断巩固优势。箱包、鞋类、玩具，这些传统出口大类商品仍然展现优势，实现较快增长。今年一季度劳动密集型产品和机电产品出口分别增长5.7%和7.6%。当然，随着产业不断提质升级，今天的“made in China”（中国制造）品质早已是今非昔比，具备高性价比优势的中国产品在全球广受欢迎。在市场瞬息万变的今天，传统出口产业的优势仍然巩固保持，这是中国货物贸易第一大国的基础所在。

总而言之，新兴产业和传统产业齐头并进，不断

提高技术与品质，满足全球市场多元化需求，仍将是未来中国出口的重要特点。

今年，随着国民经济恢复向好，预计外贸可能会进一步走稳。去年底以来各地政府组团出海“抢订单”“找市场”，各地出台系列支持政策，积极成果将有所体现。此外，中国生产有序恢复，生产端形势更好，有利于外贸回稳向好。当然，中国外贸如此大的体量之上，实现非常高速增长有难度，但进出口平稳向好可期。

同时，也要看到世界经济衰退风险上升，外需增长显著放缓，国际供应链格局也在加速重构，外贸发展的国际环境相当严峻。在这种背景下，一方面，外贸企业仍要不断拓展市场，寻找新的增长点，抓好欧美、周边和新兴市场，做好“一带一路”经贸大文章，进一步打造多元化出口市场格局；另一方面，持续推进产业的梯度发展，劳动密集型产业要提质增效，中低端产业要不断夯实、做强，向高端迈进，新兴产业进一步推进创新发展，在竞争激烈的国际市场上持续取得新的突破。

（作者为中国现代国际关系研究院世界经济研究所所长、研究员）



中国外贸又一次实现了良好开局。海关总署数据显示，一季度中国货物贸易进出口总值9.89万亿元，同比增长4.8%，其中出口同比增长8.4%。这一表现比很多机构预计的结果更加乐观，尤其考虑去年较大的基数基础，更觉成绩的难能可贵。

多年来，经历国际市场惊涛骇浪，面临无数挑战和压力，中国外贸一次次展现韧性与实力。去年中国货物进出口突破40万亿元大关，不仅克服了较高的基数效应，而且直面国际国内市场上始料不及之因素冲击，比如乌克兰危机、疫情反复等带来的巨大挑战，顶住压力实现较高速增长。从整体国民经济发展来看，2022年货物与服务净出口对GDP的增长贡献率达到17.1%，拉动GDP增长0.5个百分点。稳外贸之所以重要，更在于它是稳生产、稳就业，从而增加居民收入、促进消费的重要环节。在国际需求减弱的背景下，中国外贸保持昂扬向上，对保障国民经济的整体稳定发挥了巨大作用。

中国外贸为什么能？实力和努力，两方面缺一不可。一方面，中国外贸多年成绩表明，中国市场早已是世界贸易的重要组成部分。2005年，中国货物贸易进出口总额首次超过10万亿元，2010年突破20万亿元，2018年超过30万亿元，再到2022年的超40万亿元，外贸规模连续迈上新台阶。即便国内国际环境错综复杂，中国制造依旧保