

劳动密集型产品出口增长 外贸结构优化或再遇挑战

■ 本报记者 陈青松

在外贸总体形势趋紧的大背景下,5月份外贸数据却让人眼前一亮。今年5月,我国进出口总值2.18万亿元人民币,由前4个月的下降3.1%转为增长1.5%。虽然进口仍表现为下降2.9%,但出口已由前4个月的下降4.8%转为增长5.4%;同时,贸易顺差2204亿元,扩大70.3%。不过,纵观今年前5个月的总体数据却发现,我国进出口数据仍是双降。

而《中国企业报》记者从数据分析中了解到,在今年前5个月的出口产品结构中,机电产品出口出现下降,传统劳动密集型产品出口却逆势增长。

“稳外贸”效果显现

多位业内专家在接受《中国企业报》记者采访时表示,之前出台的“稳外贸”政策对我国外贸出口有促进作用。

武汉科技大学教授、著名经济学家董登新在接受《中国企业报》记者采访时表示,此前国家的“稳外贸”政策对5月份出口数据回暖有提升作用。“另外,一季度是传统的出口淡季,之后便是出口的回暖期。这也是一个原因”。

据记者了解,在外贸形势复杂严峻的形势下,为支持外贸稳定增长,国务院出招“稳外贸”。5月上旬,国务院出台了稳外贸“国16条”,随后各部委密集出台扶持外贸的政策,海关总署也出台了20条“稳外贸”措施。

商务部研究院外贸所所长李健认为,5月份出口增幅与今年以来欧美等主要经济体经济回暖,以及我国一系列促外贸稳增长政策有关。

国务院发展研究中心资源与环境政策研究所副所长李佐军也向《中国企业报》记者表达了同样的观点。他认为,随着欧美经济日益复苏,全球贸易增长趋于活跃,为我国出口提供了良好的外部环境。

七大类劳动密集型产品出口逆势上升

数据显示:前5个月,我国机电产品出口3.04万亿元,下降5.1%。同



专家指出,劳动密集型产品出口逆势增长,说明我国出口产品的实力依然不强,这对我国优化出口结构不利。 CNS 供图

期,服装、纺织品、鞋类等都出现增长甚至较大幅度增长,如纺织品2697.8亿元,增长2.6%;鞋类1260.4亿元,增长6.7%;塑料制品879.4亿元,增长4.5%。7大类劳动密集型产品合计出口1.08万亿元,由前4个月的下降0.8%逆转为增长0.4%。

在国家倡导转变商品出口结构、提高高技术、高附加值产品出口的当下,劳动密集型产品出口增长说明了什么?

国务院发展研究中心对外经济研究部部长赵晋平在接受《中国企业报》记者采访时表示,“欧美经济正在持续复苏,对我国劳动密集型产品有较大的需求。”赵晋平分析称,“这几年虽然我国的劳动密集型产品竞争力在下降,但一些积极提高技术含量、产品周期较短的劳动密集型企业仍有较强的竞争优势,这是前5个月劳动密集型产品出口增长的内在因素。”

赵晋平的观点也得到了李佐军的认同。李佐军向《中国企业报》记者表示,这说明我国劳动密集型企业仍保持着一定的竞争力,能提供价廉物美的出口产品。

不过,在董登新看来,今年前5个月传统劳动密集型产品出口逆势增长,说明我国出口产品的实力依然不强,出口依然需要靠劳动密集型产品

支撑。“劳动密集型产品附加值很低,而且大量需要出口退税和财政补贴,这对我国优化出口结构是不利的。”董登新告诉《中国企业报》记者。

董登新向记者表示,低附加值的传统劳动密集型产品出口不可持续,“中国作为传统商品输出大国,一定要转变贸易方式,改变倚重商品输出的思路,走出一条商品输出与资本输出并重的贸易新思路。”

李佐军亦同时表示,“从长远来看,仍要坚持提高高科技、高附加值产品的出口。”

企业实际出口状况 喜忧参半

《中国企业报》记者在采访中了解到,劳动密集型外贸企业的实际出口状况可谓喜忧参半。

匹克体育公关总监刘翔在接受《中国企业报》记者采访时表示,“2013年匹克海外市场销售额占公司的20.4%。目前虽然报表还没出来,今年前5个月出口肯定是增长,20.4%的比例应该还会上升。”

广东雷士照明海外事业部负责人接受《中国企业报》记者采访时同样表示,2014年上半年整体出口形势不错,5月份平均增幅在20%左右。浙江义乌老潘面具公司负责人

则告诉记者,今年上半年以来,他们的主打产品假发等主要销往巴西等国,“上半年外贸需求量很大,利润比平时多了3%—4%。”

不过,并非所有的外贸企业都很乐观。

宁波雅戈尔服饰董秘办于女士在接受《中国企业报》记者采访时表示,“这几年雅戈尔一直在缩减外贸,除了一些国外固定的单还继续做以外,我们基本不开发新客户。”

与雅戈尔服饰类似的还有广东东莞一家中小服装企业,这家企业的经理张伟向《中国企业报》记者表示,“2008年前公司90%以上的业务都是出口到欧美,但现在这一比例倒过来了,业务主要面向国内。最主要的原因还是出口利润太低,不敢接外贸订单。”

不过,《中国企业报》记者在采访中了解到,一些劳动密集型外贸企业已经开始走“从传统的商品输出到品牌输出的路”。

“匹克出口到海外的产品价格基本与国际接轨,跟贴牌生产相比,利润相当可观。”刘翔说。

另据记者了解,除了匹克,我国其它品牌鞋企海外拓展步伐明显。

此前,361度与芬兰领先品牌OneWay成立合营公司,正式涉足北欧运动市场。公司还成立了海外业务部,团队负责将品牌带上国际舞台。

大事



新政



6%、5%、4%、3%四档征收率合并为一档,统一按现行简易计税办法,执行3%的征收率。

6月11日晚间,为贯彻落实《国务院办公厅关于支持外贸稳定增长的若干意见》(国办发[2014]19



号),支持外贸稳定增长,央行提出了11条措施,其中包括继续完善人民币汇率市场化形成机制,加大市场决定汇率的力度,促进国际收支平衡。

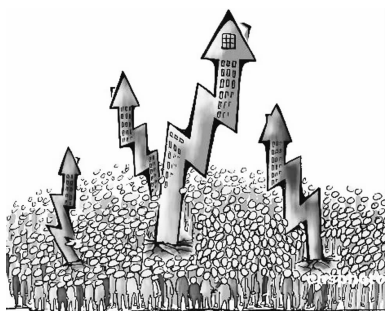
数据



回到“2”时代。而5月工业生产者出厂价格(PPI)同比下降1.4%,降幅比4月收窄0.6个百分点,连续27个月负增长但降幅持续收窄。

警示

国际货币基金组织(IMF)6月11日警告称,全球各国必须致力于控制灾难性的住房市场崩溃再度发生的风险。据该组织公布的最新数据显示,目前许多国家中的房价都远高于历史平均值。



对话



美国亚洲贸易促进协会会长葛宝林:

外贸出口临“最危急时刻”

■ 本报记者 王莹

今年前5个月中国进出口数据同比双双下跌,如何有效促进外贸增长再一次成为业界关注的焦点。

专家预计,未来20年内,中国外贸以加工贸易为主的模式不会改变。那么,加工贸易如何破题?海外市场难以攻破,外贸企业该如何建立自主营销渠道?对此,《中国企业报》记者专访了美国亚洲贸易促进协会会长葛宝林。

以加工贸易为主的外贸企业遭遇发展瓶颈

《中国企业报》:您如何看待目前中国外贸出口的形势?

葛宝林:我认为,中国外贸出口正面临“最危急”、“最艰难”的时刻。中国经济是以出口经济为主,最多的时候占到GDP总量的50%左右。而在出口经济中,加工贸易占据主导地位。

近年来,随着劳动力成本增加,中国低劳动成本加工贸易的优势丧失,“为人作嫁”的角色逐渐被东南亚

国家取代,以加工贸易为主的中国外贸企业遭遇发展瓶颈。除加工附加值相对较高的企业,如富士康加工苹果手机以及部分一线箱包品牌的加工利润相对较高之外,中低端加工贸易的利润非常低。

而从贸易方式上,加工贸易也是拉低外贸增速的一个主要贸易方式。外贸出口形势极为严峻。

《中国企业报》:今年4月中旬,有媒体报道称,为稳出口,相关部门将对加工贸易目录进行调整,对此也有人士表示担忧,认为中国外贸或重走老路,对此您怎么看?

葛宝林:新版加工贸易目录下半年出台,一些矿产类的将从禁止目录里调出,而此前限制低层次加工贸易的商品目录可能适度调整。

若按照目前得知的方式进行加工贸易目录的调整,只会让中国外向型企业固定在国际分工产业链低端继续无法自拔,中国外贸将重回老路。原本期望通过国际金融危机倒逼“中国制造”走向“中国创造”,脱离低端加工贸易“陷阱”的,这样的话,中国出口企业产品低附加值的根本问题还是没办法解决,加大出口量也只

是短期效应。

对于我国外贸目前面临的困难,我们更需要的应该是冷静分析,不应该继续走政府扶持的老路。作为外贸企业来说,更需要做的是对产品升级换代,提高劳动生产率,用过硬的产品来占领国际市场,而不是继续用低端产品来做大贸易数据。

难敲开的海外市场

《中国企业报》:中国外贸产品最致命的短板是什么?中国产品在国际上建立品牌面临哪些难题?

葛宝林:没渠道和没自主品牌是中国外贸产品的致命短板。OEM就是只能别人给出渠道,才能给人做加工。利润多半分给中间商了。

打造一个成功的国际品牌需要投入巨额的资金和至少3—5年的时间。事实上,中国的企业还远远不具备在国际品牌市场上单打独斗的能力。企业只有在中国的品牌经营中积累足够多的力量和财富才可以此为敲门砖叩开国际市场的大门,若想在国际品牌市场取得胜利,那又将是伴随着财富、精力以及时间的巨大投

入。

据我所知,多个探寻“国际化”品牌之路的实力企业纷纷陷入了退出国际市场的尴尬境地。默默无闻的企业想与国际接轨,就更有心无力了。

建立自主海外营销渠道

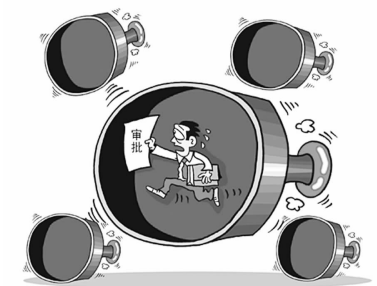
《中国企业报》:如何帮助外贸出口型企业创建品牌和建立海外自主营销渠道?

葛宝林:商务部今年的工作重点是帮助中国企业建立海外自主销售渠道。这意味着国家已经意识到这些层面了,关键是拿出哪些扶持政策进行支持。

中国商品在世界范围内建立的“中国城”已经有许多先例。但是这些“中国城”并没有为“中国制造”带来期望中的品牌价值。

目前,美国亚洲贸易促进协会也在致力于带领中国优秀企业抱团进入美国市场,开展美国市场营销,帮助中国企业从建立美国分公司,设计和注册国际商标,到提供品牌扶持基金进入国际市场等系列服务,以民族的力量创立国际品牌。

动态



政府核准投资项目目录,将原计划2015年再次修订核准目录的工作任务提前到今年完成。

美国财政部长雅各布·卢6月11日在纽约表示,中国越早 在汇率市场化上取得进展越好,这对中美经济合作至关重要。他表示,美国将会在定于7月举行的高层级会议中,就加速人民币汇率等多项改革措施的进程对中国方面施加压力。

