



## 大国贸易策论·外贸新路

在贸易增速放缓的大趋势下,“一带一路”沿线国家成为我国外贸新的增长点。对此相关企业如何看待?他们应如何把握机遇,开拓新的市场?

### 【专家】

中国国际商会投资融资委员会主席余延庆:

## “一带一路”沿线需求动力充沛

随着“一带一路”进展的深入,沿线国家尤其是印度、俄罗斯等从中受益,同样重要的是,这些国家的需求也比较大。中俄贸易由于其互补性和战略需求,近年来增长很快。中国也是俄罗斯、印度等国家不容忽视的重要贸易伙伴,中国和印度同样处于产业结构性调整阶段,印度的市场潜力巨大。“一带一路”效应促进的企业贸易额应该达到了整个贸易额的70%,占比特别大。

我国贸易进口额增加必然对我们的产业有一定影响,但这种影响,这种震颤是发展的必然。现在整个中国经济疲软,民营企业走向“一带一路”谋求发展存在多种风险,政治、法律等风险都很大,我建议民营企业抱团“走出去”,更重要的是要根据国家“一带一路”的政策走,风险才会降低。而央企“走出去”,既有风险又有挑战,风险是诸多因素造成的,挑战是暂时性的,一旦适应便好,因为央企、国企“走出去”,不完全是商业行为,有很多是配合国家的战略。纯粹商业的项目能对贸易起到拉动作用,相较于民营企业,更容易获得国家、亚投行等的支持,存在一个杠杆作用,在这方面,央企国企也起到了带头作用。目前,“一带一路”起到的是撬动作用,长远来看,各方面收益是比较好的。

重庆西域文化旅游开发有限公司总经理杨宗勋:

## 向沿线国输出新疆风情小镇

目前的汇率动态下,许多热钱会进来炒作,就更加剧了汇率回暖的时间进程。所以我认为不能仅看贸易增长的数据,不然,贸易是增长了,但是却没能很好地反映“一带一路”倡议下有进有出的初衷。

对“一带一路”国家的出口,我个人觉得应该从挖掘和提升这些国家对高科技产品及高附加值产品需求的结构上去寻求改变,否则,基于现在的汇率及这些国家需求产品总体来看,对我国出口这块,现在和未来都没有好处。

对于我们这种文旅项目开发和特色民族风情小镇开发的企业,“一带一路”对我们的商机应该是文化层面的引进和出口。新疆风情特色小镇以特色异域风情及丝路文化体验为主要载体,它所承载的更多是“一带一路”这些国家的文化、风俗、手工艺、歌舞、饮食等方面的交流。因此,未来我们企业将关注这些方面资源的引进及境内的孵化价值。

而在出口方面,我们则希望在成为成功的示范园之后,能把开发及文化表现模式输出“一带一路”沿线国家。我们计划用三年的时间,在全国范围内的援疆省市开拓至少五个“新疆风情特色小镇”,进而通过这样的成功案例往“一带一路”沿线国家输出。

### 【企业】

豫满全球董事长刘向阳:

## 海外市场连接河南地市产业

我认为自政府提出“一带一路”倡议以来,得到了沿线国家积极响应和支持,不仅促进了国与国之间的经贸交流和文化融合,也为国内企业“走出去”创造了便利。

我们公司在成立之初就将海外业务重点定位“一带一路”沿线国家。对外,通过沿线国家建立的海外市场中心和“黄河云商”跨境电商平台展示,广泛挖掘海外市场需求;对内,借助已经成

民生电商总经理刘超:

## 用最有需求的产品撬动市场

喀什民生电商作为一家刚起步的电子商务公司,主要以经营农副产品为主,集网购、微购、同城电商社区连锁店、分选配送为一体。在“一带一路”倡议下,今年我们计划涉足进出口贸易,主要是从喀什出口蔬菜、水果到中亚以及南亚地区,从这些地区进口海鲜到中国。

随着“一带一路”建设的持续推进,越来越多由中国援建的大型工程在国外进行,而这些在海外工作的中国工人

立的河南地市子公司和“豫贸通”外贸综合服务平台,打造河南出口产业带,做实外贸综合服务。目前,公司已经在德国、越南、安哥拉、俄罗斯等共计9个国家成功落地海外仓。未来,随着河南自贸区红利的陆续释放,行业的区域发展将迎来新的机遇和挑战。我们计划继续坚持海外市场和地市产业的内外结合、相互匹配模式,将重心放在“一带一路”沿线国家,做好海外市场和国内

并不能很好地适应当地的饮食习惯,这让我们看到了企业新的盈利点。我们公司计划今年的贸易额突破1000万。目前民生电商已经跟中亚的几个大型工程队建立了合作关系,并将长期为这些工程队提供农产品。同时,会从巴基斯坦和哈萨克斯坦等国进口海鲜和面粉等产品。

“一带一路”的推进也吸引了不少企业到喀什投资,这也很大程度上带动了

中国社科院财政战略研究院国际贸易研究室主任夏先良:

## 中企“一带一路”项目优势明显

“一带一路”倡议主要聚焦在政策沟通、设施互通、贸易畅通、资金融通、民心相通五大方面。就基础设施互联互通方面来说,基础设施相关制造业、工程建筑业、融资保险业等都有很多对外投资和出口机会。

“一带一路”倡议将会促进双向贸易、投资活动以及服务开放,国内缺乏知识产权创造和保护能力的企业将面临更大竞争压力。

不过,总体上来说,我国企业相较

于“一带一路”沿线其他国家企业具有一些比较明显的优势。第一,我国企业国内市场规模大,规模经济效益明显,出口成本优势明显;第二,我国基础设施条件较好,劳动力素质和专业人才能力较强,政府办事效率有明显提高,我国企业相对来说具有明显的成本和效率优势;第三,我国企业,尤其是国有企业,融资条件较优,而且各级政府鼓励和支持企业参与“一带一路”项目,政府承担一部分发向欧洲班列的成本费用,

产品的宏观匹配。同时做细国内工厂和海外合伙人资源的微观对接,进而实现以外贸促投资的“大外贸”愿景。

跨境电商作为一种新业态发展迅速,人才的供不应求是当前行业发展的一个共识。而河南作为跨境电商发展的后起之秀,人才短缺问题尤其严峻。好在,河南自贸区已经获批,政策的倾斜有望带来资源的集聚,人才问题也许会随之出现转机。

民生电商在喀什的本地需求。所以说,“一带一路”倡议对沿线区域经济的提升作用是巨大的,尤其是像喀什这种具有特殊地理位置的地区。

宏图是美好的,但我觉得目前对于外贸企业来说,想要借“一带一路”这一东风起飞,最重要的还是要找到适合市场的产品,然后去拓展。因为只有知道客户需要什么,才会找到属于自己的市场。

这些都有助于我国企业取得竞争优势。

“一带一路”倡议需要我国各行各业企业,包括国有企业、民营企业、股份制企业、外资企业等多种所有制企业参与。当然,在这个过程中,有能力、有实力、有国际经营经验和有国际化规划的企业都可以“走出去”,参与到“一带一路”淘金大潮之中。尚不具备国际经营能力和经验的企业,只有在练好内功之后,才能在“一带一路”倡议下走得更远。

全球贸易通总裁陈建旭:

## 外贸营销推广需要政策支持

国内很多外贸出口企业与“一带一路”沿线的这些发展中国家匹配度相当高,而这些国家的需求也是非常大的,为中国外贸企业提供了非常好的机会。

全球贸易通开通了“一带一路”沿线国家的本地化语种,帮助企业建立拥有20种语言的全球化独立营销网站。2017年,全球贸易通将实现线上交易的模式,帮助国内卖家在线上直接销售自己的产品。我们的目标是帮助在线企业订单金额冲破100亿美元,并将全球

贸易通打造成外贸综合服务平台及B2B出口批发、零售平台,更好地帮助中国外贸企业开辟外贸新渠道、新思路。

至于存在的问题,我认为,当前“一带一路”沿线国家的外贸政策以及市场环境不够成熟,贸易保护主义加剧,“一带一路”沿线国家对跨境贸易征收高额关税,各种“隐形壁垒”的客观存在使得“互联互通”大打折扣。部分国家边界管理机关效率低、不作为等行为,严重阻碍中国企业在“一带一路”沿线国家

的市场开拓,对于国内外贸企业来说具有一定的挑战性。另外,我国在外贸企业开展外贸营销推广等方面的相应支持政策尚未完善,国家推动战略的广度和力度不够,对企业的实质性支持较为缺乏。同时,无论是我国还是“一带一路”沿线国家,对人才的需求都是非常大的,我国应在这方面加强人才的培养和应用。

