

路透社日前报道称,美国贸易代表办公室正重新评估在“普遍优惠关税制度”框架下授予印度的最惠国地位,或将撤销涉及自印度进口到美国的总价值约56亿美元产品的零关税待遇。

外贸“开门红” 高质量发展需持续加力

1月份出口1.5万亿元,增长13.9%;进口1.23万亿元,增长2.9%;贸易顺差2711.6亿元,扩大1.2倍

“

我国对欧盟、东盟、日本等主要市场进出口均实现增长,对“一带一路”沿线国家进出口增速高于整体。

□ 刘红霞

海关总署近日发布数据显示,今年1月我国货物贸易进出口总值2.73万亿元人民币,同比增长8.7%。专家认为,外贸迎来“开门红”并不意外,应更加关注中长期走势,着力促进外贸高质量发展、构建高水平对外开放新格局。

数据显示,1月份,我国出口1.5万亿元,增长13.9%;进口1.23万亿元,增长2.9%;贸易顺差2711.6亿元,扩大1.2倍。以美元计价,同期,我国进出口总值3959.8亿美元,增长4%。其中,出口2175.7亿美元,增长9.1%;进口1784.1亿美元,下降1.5%;贸易顺差391.6亿美元,扩大1.1倍。

“1月数据可以说是‘开门

红’。”对外经贸大学国际经济研究院副院长庄芮告诉新华社记者,“这个结果符合中国外贸发展的现实,也符合全球贸易发展的逻辑,不令人意外。”

从贸易类型看,1月份,我国一般贸易进出口1.66万亿元,增长13%,占我国外贸总值的60.9%,比去年同期提升2.3个百分点,呈现快速增长且比重提升态势。加工贸易进出口6807亿元,下降0.9%,占24.9%,下滑2.4个百分点。此外,我国以保税物流方式进出口2797.3亿元,增长9.3%,占我国外贸总值的10.2%。

从主要贸易伙伴看,我国对欧盟、东盟、日本等主要市场进出口均实现增长,对“一带一路”沿线国家进出口增速高于整体。

具体而言,1月份,中欧贸易总值4448.4亿元,增长17.6%,占我国外贸总值的16.3%;我国与东盟贸易总值为3566亿元,增长7.8%,占我国外贸总值的13.1%;我国对“一带一路”沿线国家合计进出口7708亿元,增长11.5%,高出全国整体增速2.8个百分点,占我国外贸总值的28.2%,比重提升0.7个百分点。

“不论是贸易类型还是贸易伙伴,如果把一段时期以来的情况结合起来看,不难看出,我国外贸总体稳中向好、稳中有进的基本面没有改变。”庄芮说,“也就是说,我国外贸平稳发展还是有底气的。”

对于1月份贸易顺差同比较大增长,她认为,单个月份数据受季节、假期、基数、结汇等因素影响较大,呈

现的是短期态势,不一定预示长期走势。随着我国经济迈向高质量发展阶段,人民对美好生活的需要日益增长,加之一系列扩大开放、扩大进口政策落地,从长期看,我国货物贸易将日趋均衡。

看我国的外贸,不仅要看货物贸易,还要看服务贸易。商务部近期发布的2018年服务贸易数据显示,我国服务出口17,658亿元,增长14.6%;进口34,744亿元,增长10%,服务进出口规模有望连续5年保持世界第二位。

专家表示,当前我国正着力构建高水平对外开放新格局,外贸实现“开门红”是个好的开端,要持续优化外贸结构,有序转换外贸增长动能,优化营商环境,促进外贸高质量发展。

移动支付活跃 消费空间可期

呼唤市场提供更优质产品和服务供给

□ 吴雨

春节假期刚过,多家机构发布了支付数据:银联网络交易总金额破万亿元,网联处理跨机构支付交易45.5亿笔,4.5亿人参与集支付宝五福活动,8.23亿人收发微信红包……春节支付的活跃,折射出我国消费增长的巨大空间,呼唤市场提供更优质的产品和服务供给。

无论是“摇一摇”抢个红包,还是“挥一挥”买个礼物,抑或是“扫一扫”集个福字,新支付方式已经渗透到春节百姓的消费生活中。透过这些支付新体验,我们清晰地看到,新的消费增长点正逐渐显现,或将为经济蓬勃发展带来持续动力。

过年,将老百姓对吃喝玩乐的强烈需求集中点燃,也让市场看到中国依然可行的消费增长空间。在经济已经由投资驱动转向消费驱动的当下,伴随着新技术和新产业发展,中国的消费驱动力本身也在发生着深刻的变化。

敏锐的人可能已经发现,今年春节文娱消费成为支出新热点,旅

游消费持续走高。在银联网络交易中,滑雪、健身等运动类消费金额较去年同期增长了1.2倍,赏话剧、看电影等文娱消费金额与去年同期相比增幅超1倍;旅行社、大型景区售票、宾馆住宿等与旅行相关消费金额同比增长超过九成。

可见,人们的春节消费不再只聚焦餐饮和购物,而更多追求身体健康、注重文化熏陶。在新需求面前,已早有机构谋篇布局,做好供给准备:网上搜索、浏览评价、手机预约、网络购票、线上支付……每一个环节都有相应的服务和产品,且体验顺畅。

百姓的消费需求正顺应我国经济高质量发展的大势而变,我们对消费潜力的判断也应从新角度去发现增长空间。饮食、购物、出行、娱乐四大类消费成为春节期间支出的主力军,这不仅是当下居民消费热情的映射,更是未来拉动经济增长的重要力量。对此,市场各方应发挥自身优势精准施策,以更好的供给引领和承接消费动能,为经济的高质量发展再添动力。



元宵佳节迎来“新疆礼物”

近日,在新疆巴音郭楞蒙古自治州库尔勒市的各大冷库,到处都是忙碌的身影。经销商们瞄准元宵节市场,将闻名中外的库尔勒香梨销往全国各地,让更多的消费者品尝到产自新疆的果中珍品。

近年来,巴州库尔勒香梨种植面积约55万亩,果品产值22亿元,香梨已成为当地农民脱贫致富致富的主导产业之一。图为工作人员将分选好的库尔勒香梨打包装箱。

新华社记者 赵戈 摄

延伸阅读

□ 盘和林

猪年春节黄金周期间,全国商品市场保持平稳较快增长。据国家商务部数据显示,买年货、吃年夜饭、逛庙会等传统消费红红火火;网络消费、定制消费、体验消费、智能消费等新兴消费亮点纷呈。2月4日~10日,全国零售和餐饮企业实现销售额约10,050亿元,比去年春节黄金周增长8.5%。

春节期间,市场供给更加丰富多样,市场需求也持续扩大,年味十足,销售更足。总体来说,在春节传统消费中,购物、出行、吃饭、娱乐所代表的四大消费仍占有较大比重。但是与往年相比,今年春节新兴消费亮点多多。

体验类消费增长迅速

春节除了吃吃喝喝,休闲旅游、观影观展、民俗活动等体验式消费越来越受到广大居民的青睐,市场十分火爆。一方面,旅游出行也成为老百姓过节的新方式,家庭游、敬老游、亲子游、文化休闲游应有尽有。据文化

和旅游部数据显示,春节黄金周全国旅游接待总人数4.15亿人次,同比增长7.6%;实现旅游收入5139亿元,同比增长8.2%。无论是国内旅游市场还是国外旅游市场都异常火爆。

另一方面,赏话剧电影等文娱消费支出大幅增长,据国家电影局数据显示,今年除夕至大年初六7天长假期间,全国电影票房达58.4亿元,较去年同期增长1.2%,创同期历史新高。大年初一电影票房达到14.43亿元,同比增长近13%,再次刷新了单日票房纪录。

还有很多居民在春节期间也不忘学习充电。据中国旅游研究院调查,春节期间参观博物馆、美术馆、图书馆、科技馆、历史文化街区的游客比例分别达40.5%、44.2%、40.6%和

18.4%,观看各类文化演出的游客达到34.8%。可以看出,在物质文化得到进一步满足后,老百姓更加注重身体健康和文化修养,更加向往“诗和远方”。

商品消费品质升级

消费者消费更重品质,换句话说,就是消费者需求更多了,更舍得花钱了。一方面,居民消费水准进一步提高,商品品质而不是商品价格成为影响居民消费的主要因素。年货商品、绿色食品、珠宝首饰、应季服装、智能家电、数码产品等销售都保持较快增长。进口海鲜、水果、服饰等“洋年货”也开始出现在家家户户。

另一方面,智能便利消费的需求提升。高清电视、烘干一体洗衣机、

扫地机器人、净水器、洗碗机等家电备受追捧,智能手机可穿戴设备等信息类产品依旧火爆,成为送给亲朋好友的首选礼物。数据显示,贵州、云南、重庆通信器材销售额同比分别增长29.2%、27.8%和22.6%。甚至年夜饭外卖、厨师上门制作等也成为年夜饭新模式。

向享受型消费转变

在这次春节消费中,三四线城市在电商、餐饮、境外支付等方面都表现出巨大的消费潜力。天猫数据显示,从消费力来看,广东、浙江、江苏、山东、福建等沿海经济大省位居天猫年货消费前五省份。从城市维度来看,三四线城市年货消费增速达到55%,超过一线城市(51%)和二线城市

(54%)。五线城市也呈现增长势头,年货消费增速为53%。可以看出,年轻人返乡潮及电商渠道给三四线城市消费带来了极大的活力。

与其说春节是一个传统节日,倒不如说,春节是人们在一年的忙碌工作后与家人团聚的休闲假期。总的来说,春节消费的新亮点无一不传递出消费升级的信号,也折射出居民消费水平和理念正在发生着巨大的变化。已经从一些吃饱穿暖的生活必需品消费向精神层面的享受型消费转变。

而春节全国零售和餐饮消费近几年持续稳定的增长,也显示出了我国国内消费的巨大力量,民间经济的巨大活力,希望春节消费红红火火能为我国经济打开新的篇章。

经济瞭望编辑部

主任:吴宏林

执行主编:薛秀泓

新闻热线:(010)56805008

监督电话:(010)56805167

邮箱:ggj1w2018@163.com