



文化产品出口有望成为外贸新亮点

本报记者 顾 阳



案例点击

近日,来自广东得理乐器公司的一批钢琴及配件、架子鼓等产品,经拱北海关快速通关后启程运往美国。

作为“国家文化出口重点企业”的得理乐器,是国内最大的数码电子乐器研制企业,生产的电子架子鼓、电子琴等产品畅销海内外。该公司经理曾超群告诉记者,生产线均满负荷运转,订单已签到今年下半年。

在浙江,文化产品出口增势良好。据杭州海关统计,今年前2个月浙江省文化产品出口额达4.7亿美元,同比大幅增长92.5%。其中,义乌文化产品出口额高达1.7亿美元,同比增长9.7倍。

记者从海关总署获悉,2012年,我国出口文化产品217.3亿美元,较上年增长16.3%。文化产品出口的崭露头角,有望成为未来我国对外贸易的新亮点。

出口增长势头良好

我国文化产品出口持续平稳较快增长,出口方式日趋多元,出口区域不断扩大

去年,我国文化产品月度出口值总体呈现冲高回落企稳态势,9月份创下25.9亿美元的新高后,10月、11月出口值环比持续下滑,12月份出现反弹,当月出口21.2亿美元,同比增长35.4%,环比增长27.5%。今年前2个月,我国文化产品出口继续保持平稳较快增长。

在出口的文化产品中,一般贸易占主导地位。去年,以一般贸易方式出口的文化产品总额为149.8亿美元,增长48.3%;以加工贸易方式出口48.9亿美元,下降31.4%。

我国文化产品主要出口市场为欧盟和美国,对拉丁美洲、东盟和非洲等新兴市场的出口增长较快。去年,我国对美国出口文化产品61.5亿美元,下降3.8%;对欧盟出口51.7亿美元,增长1.6%;上述二者合计占同期我国文化产品出口总值的52.1%。同期,对拉丁美洲、东盟、非洲分别出口了17.2亿美元、15.4亿美元、13.6亿美元,同比增长72.2%、120%、120%。

我国文化产品出口主体为私营企业。去年,我国私营企业出口文化产品135.2亿美元,增长59.8%,占同期我国文化产品出口总

值的62.2%。同期,外商投资企业出口68.3亿美元,国有企业出口10亿美元。

视觉艺术品为我国主要的文化出口产品。去年,我国出口视觉艺术品142.1亿美元,增长52.5%,占同期我国文化产品出口总值的65.4%;出口印刷品28.5亿美元,增长7.1%;出口乐器14.9亿美元,增长6.6%;视听媒介产品出口28.4亿美元,下降44.2%。

政策扶持金融给力

我国文化产品出口实现快速增长,明显受益于政策扶持和金融支持

我国文化产品贸易起步较晚,上个世纪80年代中后期才开始小规模进入国际市场。我国加入世贸组织之后,我国文化产品出口步伐加快,成为对外贸易中增长较快的类别。

我国文化产品出口之所以实现快速增长,一系列文化产业扶持政策功不可没——去年2月份,文化部正式发布《“十二五”期间文化产业倍增计划》,明确提出要“力争实现‘十二五’期间文化部门管理的文化产业增加值年平均现价增长速度高于20%,2015年比2010年至少翻一番”;

此后,《“十二五”时期文化改革发展规划纲要》正式出台;商务部会同中宣部、文化部、

海关总署等部门共同制定了新版《文化产品和服务出口指导目录》,引导并推动对外文化贸易的有序发展……

密集出台的利好政策,有效释放了文化产业的发展活力,而融资途径的进一步拓宽,则解决了长期困扰文化产业发展的资金瓶颈。

我国已初步建立了一个符合我国国情的文化产业投融资体系,形成了政府项目补贴、银行信贷、企业债、企业股权投融资、公开发行股票、信托、保险、担保等多渠道多元化的融资途径,银行信贷、民间投资和企业股权融资已构成当前我国文化产业投资的3大主体。

据悉,去年我国文化产业来自银行信贷的额度逾1000亿元,企业股权融资约为400亿元,各级政府的补贴和奖励资金约为300亿元,17家文化企业上市募资逾100亿元,发行企业债融资规模在20亿至30亿元,而民间投资难以测算,保守估计会超过1000亿元。

补齐短板“快步跑”

加快我国文化贸易发展,仍需补齐短板,着力提升产业国际竞争力

在日前举办的中国文化“走出去”新闻吹风会上,文化部外联局副局长赵海生表示,近年来我国文化产品出口额逐年增长,出口范围不断

扩大,文化产品的出口模式也从单纯的贸易型向投资性转变,一批优秀文化企业和文化产品成功进军海外市场,部分企业通过海外投资参与国际资本竞争,中国文化企业在国际文化市场上的参与度日渐深入,并展现出实力和潜力。

虽然成绩显著,但我国文化贸易的短板仍十分明显,除品牌少、人才短缺等问题外,当前我国对外文化贸易还存在内容产品逆差严重、发展速度落后于国家对外贸易总体增幅、出口种类单一等问题。北京大学文化产业研究院的一份调研报告显示,目前全国各地建有各类文化创意产业园区多达550多个,但企业培育不良、园区主题偏离、效益参差不齐等问题较为突出。

因此,当务之急就是尽快补齐短板,有效提升我国对外文化贸易的水平,夯实我国文化“走出去”的基础。

据悉,从2007年开始,商务部、文化部等部门每两年评选一次“国家文化出口重点企业和重点项目”,旨在提高我国文化产品出口附加值,推动文化出口的品牌建设。目前,全国共有485家企业、108个项目获得2011—2012年度“双重点”称号,它们已成为引领我国文化产品出口的主力军。

不仅如此,各地各部门还结合自身实际,积极探索促进文化产品出口的新路径。去年3月,国家对外文化贸易基地在北京天竺综合保税区揭牌成立,该保税区由此成为国内首个“文化保税区”,并有望成为亚洲最大的文化产品交易市场。在北京海关等部门的协助下,中影股份公司以保税加工模式拿下中国电影加工贸易海外第一单,迈出了中国影视后期制作开拓国际市场的一大步。

在国际贸易中,文化产品出口对于拉动一国经济增长、改善国际收支、促进文化交流等方面发挥着越来越重要的作用。

在发达国家,文化产品贸易占GDP比重平均在10%左右,特别是美国,其影视、音像制品、图书出版等文化产品出口规模已超过航天工业,跃居其出口贸易首位,在世界文化产业市场中所占份额达43%。相比之下,去年我国文化产业总产值突破4万亿元,但占GDP比重仍相对较低。

据悉,目前我国已确立以“政府引导、企业主体、市场化运作”为核心的发展原则,通过政策引导、资金扶持、信息保障、平台搭建、人才培养等方式,加快引导和扶持文化企业参与国际市场竞争,推动我国文化产业以更大步伐走出去。



点评:近日,中国物流与采购联合会发布数据显示,今年前2个月,宏观经济延续平稳运行态势,我国社会物流需求、固定资产投资均保持较快增长,但受春节假期等因素影响,增幅有所回落。2月份中国物流业景气指数LPI为50.4%,环比回落0.9个百分点,但仍保持在50%以上,业务活动预期指数为61.8%,环比回升8个百分点。物流业运行呈现“稳中回落、预期向好”的基本特征。

中国物流业景气指数旨在反映我国物流业发展运行的总体情况。2011年12月以来,该指数均保持在50%以上,平均值为54.4%,反映出我国物流业总体仍处在平稳较快发展周期。2013年前2个月该指数分别为51.3%和50.4%,增长势头趋稳。

分行业来看,受网购等电子商务快速发展推动,以快递为主的邮政物流业表现尤为突出,其指数平均值为63.9%,明显高于其他物流行业,并且稳定性较好,反映出随着居民收入水平提高和消费方式改变,民生物流呈现快速发展势头。仓储业指数平均值为56%,交通运输物流业平均值为52.3%,也保持较快增长势头。

分单项指数看,2011年12月以来,新订单指数平均值为55%,反映出当前我国物流业需求仍然较为旺盛;业务总量指数平均值为57.9%,表明我国物流业务活动继续呈现相对活跃的状态,实体经济保持了稳定发展的态势;从业人员指数平均值为50.8%,反映出当前我国物流业从业人员保持基本稳定的增长态势。

从后期走势看,2月份,LPI中的业务活动预期指数为61.8%,环比上升8个百分点,继续位于较高景气区间,反映出物流企业的市场预期向好。

文/齐 慧



本报讯 记者暴媛媛报道:国家发改委近期公布的1至2月化工行业运行情况显示,今年前2月,化工行业增加值同比增长12.5%,增速同比减缓1.2个百分点。

主要产品中,初级形态的塑料产量874万吨,同比增长7.5%,增速同比加快1.5个百分点;合成橡胶产量64.7万吨,增长7.5%,加快2.8个百分点;合成纤维产量525万吨,增长1.5%,减缓12个百分点。重点监测的化工产品中,与去年12月份相比,烧碱、纯碱、电石等价格有所回落,国产磷酸二铵价格小幅上涨,尿素价格较快回升。

今年机床业总产值增速约10%

本报讯 记者林火灿报道:中国机床工具工业协会副秘书长李晶明近日表示,在国家宏观调控,以及航空航天、能源、轨道交通等产业持续较快发展的利好因素影响下,今年机床工具行业的工业总产值增速预计在10%左右。

李晶明表示,今年机床工具行业增速将呈现先低后高的走势,行业企业必须正确看待行业中速甚至低速的发展状况,充分利用各种资源,加快调整产品结构,提高企业核心竞争力,实现从“能做”到“做好”的根本性突破,努力赢得更多高端产品市场份额。

平板电脑年销量约2300万台

本报讯 记者常理报道:近日在京举行的PC行业发展趋势高峰论坛传出消息,随着触屏技术日趋成熟,平板电脑消费需求攀升,家用非触屏笔记本将逐步淡出一线市场。

相关数据显示,2010年至2012年,我国平板电脑销售保持161.3%的增速,2013年平板电脑销量预计达2300万台。苏宁云商集团股份有限公司副总裁侯恩龙表示,由于PC厂家大力研发推广平板电脑,今年平板电脑市场份额会大幅上升,直接冲击非触屏笔记本销售。为助力平板电脑普及,苏宁携手PC厂家投入5000万元促销资源,以线上线下同价形式加速非触屏笔记本的清仓甩货。

本版编辑 周 雷 许红洲

2012年我国高端水市场占有率达12.2%,增速达42.6%

高端水市场商机凸显

近期,“世界水日”及“中国水周”的到来再次引起业内外对健康饮水及饮用水市场的关注。

随着生活水平的提高,人们对饮水的要求不再仅限于解渴,而是更关注产地与来源,更关注饮用价值。对于饮用水的选择标准,由国家发改委公众营养与发展中心水产业委员会联合北京公众健康饮用水研究所去年发布的《中国居民饮水指南》将饮用水分为四级,包括高海拔雪山矿泉水、天然矿泉水、普通瓶装水(天然水、矿物质水、纯净水)以及自来水,其中高海拔雪山矿泉水为等级最高的一级水。

对于高端瓶装水,卫生部中国民族卫生协会健康饮水专业委员会提出,高端水首先必须具备水源优势,比如水源地为以冰川融水为补给水源的冰川矿泉水或冰川雪水。著名矿泉水专家、中国地质科学院安可士研究员指出,我国高端水的水源地主要分布在昆仑山所在的雪域高原、长白山、云贵川山区的绿洲地区等。

高海拔雪山矿泉水其水源来自零污染的雪山冰川水源地带,水质历经多年冰川岩层矿化,天然矿物元素含量丰富,长期饮用对人体健康有益。这些优势令高海拔雪山矿泉水成为高端水市场宠儿。据中国行业企业信息发布中心发布的最新监测结果,近年来我国高端水市场占有率持续快速增长,2012年达12.2%,增长率达42.6%。安可士表示,过去我国高端水市场进口品牌占90%以上份额,而现在昆仑山等国内高端水品牌占逾50%的份额。

专家指出,随着消费者对饮用水安全与品质的更加重视,大众水市场消费会逐步向高端水市场升级,国内高端水市场前景看好。但要想获得长远发展,必须将安全、质量放在第一位,保证水源及生产等各个环节的安全。同时,行业企业也要进一步加强消费者对消费者健康饮水观念的倡导,引导消费者在安全饮水的前提下,根据自身经济条件和实际饮水需求,选择适合的饮用水。

文/本报实习生 房信子

连续6年保持年均20%左右的增速,我国规模以上农机工业总产值2012年已达到3382亿元,成为全球农机制造第一大国。进入2013年,随着春耕期的到来,农机行业又见良好开局

农机业驰骋在希望的田野上

刘 瑾



观察今年农机行业的景气状况,不妨先看看拖拉机行业年初的表现。今年1月份,大中型拖拉机行业产、销总量分别为3.3万台和2.7万台,同比分别增长9.74%和10.18%。除70~100马力拖拉机下降外,其他马力拖拉机产销均保持增长。拖拉机行业在产销总量稳步增长的同时,出口也快速增长,大中拖行业出口同比增长42.75%。

综合各方面的条件来看,农机行业发展存在着诸多利好因素,今年全年产值有望再创新高。

首先,市场空间广阔,农机设备需求不断增加。

从量上来看,随着大批农村劳动力加快向城市转移,“谁来种地”的问题日益突出。劳动力数量不足、效率偏低的问题,必须依靠提升机械化水平来解决,这为农机发展提供了广阔的市场空间。同时,农业机械化还存在众多薄弱环节。三大粮食作物中,只有小麦基本完成机械化过程,2012年玉米机收率、水稻机播率分别只有40%、30%。经济作物机收率更低,2009年油菜、花生、棉花机收率分别只有8.84%、18.02%、2.81%。综观美国、加拿大、法国、意大利等国经验,农业机械化进程花了21年至30年不等。

从质上来看,由传统的耕作技术,到低端机械化的机耕机种技术,再到以精准作业为特征的智能装备技术,农业装备技术的提升助推着农业生产方式的变迁。而随着精准作

业时代的到来,农机行业又将迎来智能化阶段的发展机遇。

其次,购置补贴助推发展。

过去十年,在中央财政农机购置补贴带动下,农机行业持续快速增长。中央财政安排农机购置补贴资金累计达744.7亿元,带动地方和农民投入资金达到2187.9亿元,补贴购置各类农具2272.6万台(套)。我国大中型拖拉机年产量由9万余台猛增到42万余台。机械化保护性耕作、深松整地、精量播种等先进技术迅速推广。2012年全国农机总动力达10亿千瓦,同比增长4.3%。全国耕种收综合机械化水平预计达57%,同比提高2.2个百分点。

2013年农机购置补贴范围继续覆盖全国所有农牧业县(场),补贴机具种类涵盖12大类48个小类175个品目,在此基础上,各地最多可自行增加30个品目。据了解,财政部已于2012年9月30日将2013年中央财政第一批农机购置补贴资金200亿元指标提前通知各省市,目前绝大多数省份的实施方案已报

