



1.21%

今年前4月,我国实际使用外资金额同比增长1.21%。小幅回升背后,积极变化正在发生

- 受世界经济增长乏力、欧债危机加剧等因素影响,去年年中至今年1月份,我国吸收外资连续8个月负增长
- 在全球大背景下考察,中国吸收外资的走势相对平稳,并逐渐有所回升
- 对于利用外资形势,不但要看实际到位资金是增长还是下降,更应看重利用外资水平是否得到提升

我国利用外资出现积极变化

本报记者 李予阳

趋势研判

我国引资具有长期优势

“廉价劳动力并非现阶段中国吸收外资的首要因素。”商务部办公厅主任姚坚表示,政治稳定、经济发展、法制环境进一步完善,庞大的国内市场规模以及完善的产业配套能力,还有受教育人口素质的不断提高,这些都是中国吸引外资的长期优势。

首先,快速增长的巨大国内消费市场给外国投资者提供了良好的发展机遇。“十二五”时期,我国将加快工业化、信息化、城镇化的进程,给外国投资者提供更多的发展机遇和更广阔的发展空间。随着城市化进程加快和城乡居民收入水平的提高,预计到2015年,我国有望成为世界最大的消费市场。

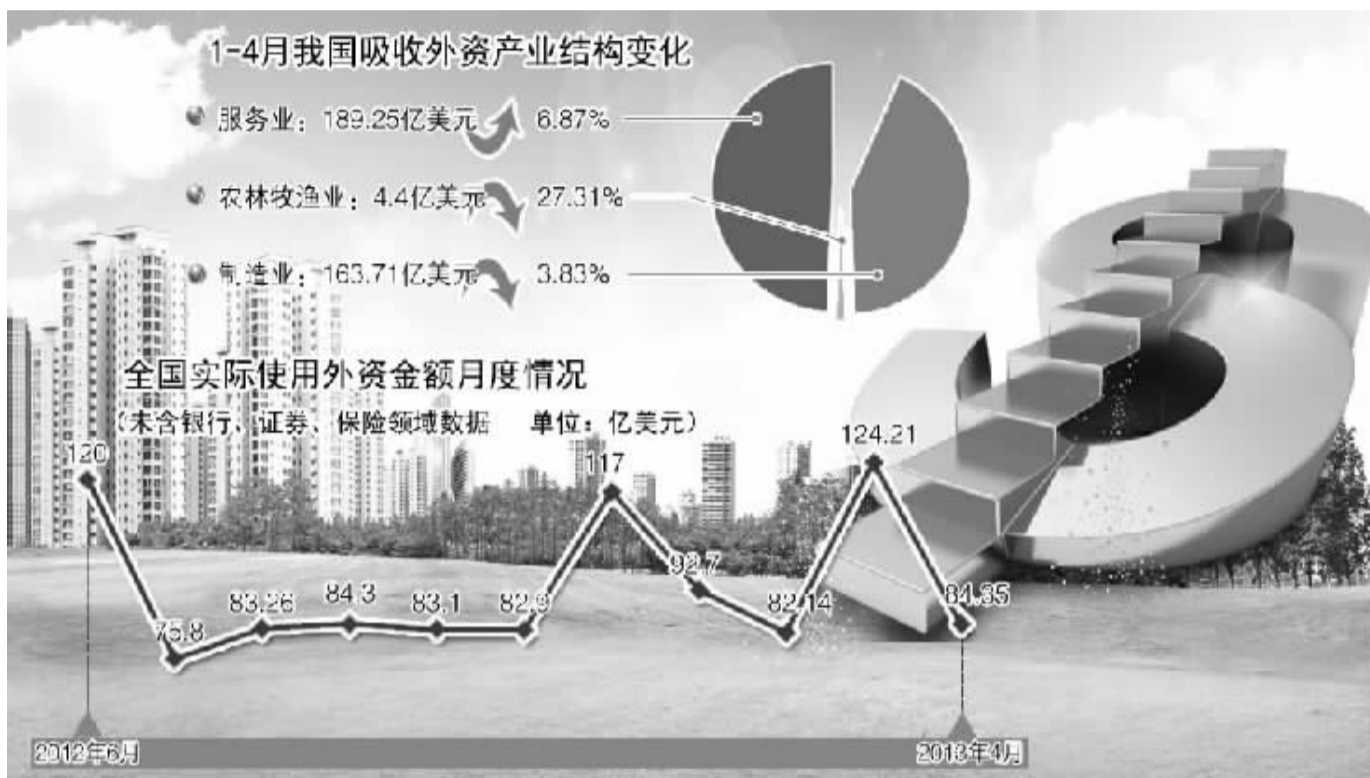
其次,近年来,中国政府明确表示将逐步向外资开放教育、医疗、金融、电信等领域,推动服务业成为新的引资增长点。加大沿边开放特别是向西开放力度,加快开放通道和物流设施建设,提升边境经济合作区发展水平。我国还将推动引资、引技、引智有机结合。完善外商投资研发中心政策和高科技企业认定办法,鼓励跨国公司在华设立地区总部和研发中心。鼓励外资企业与国内企业联合开展技术研究和产业化推广,参与创新孵化器、生产力中心等公共科技服务平台建设。

除了利用外资的领域不断扩大,外商投资环境也在持续改善。我国不断深化外商投资管理体制改革,强化外商投资权益和知识产权保护。去年底,商务部定调今年全年商务工作发展思路时就曾提出,要“稳定利用外资规模,提高综合优势和总体效益”。这表明,我国仍将保持外资政策的基本稳定,同时保持利用外资规模的基本稳定,在保持“两个稳定”的基础上,提高利用外资的水平和质量。

据了解,下一阶段,我国将通过推进对外开放、提高投资便利化、优化投资环境等措施,进一步提升利用外资的综合优势和总体效益,力争将中外投资合作向更广阔的领域和更高的层次拓展。

“我们预计,在继续朝着提高综合优势和总体效益方向发展的同时,今年全国利用外资形势仍将保持平稳增长态势。随着中国不断加大对外开放的力度,进一步优化对国际投资者的服务,为中外投资合作的平稳发展和深度拓展创造更为优良的外部环境,可以预料,中国利用外资将迎来更为广阔的发展局面。”商务部新闻发言人沈丹阳说。

文/本报记者 李予阳



走势

从“八连降”到稳步回升

“近一个时期以来,受全球经济复苏进程缓慢、跨国投资总量偏紧等因素的影响,中国吸收外资出现了持续的小幅波动,去年大部分月份是下降的,但是,在全球的大背景下考察,中国吸收外资的走势还是相对平稳的,并在今年逐渐有小幅度的回升。”商务部新闻发言人沈丹阳在日前召开的例行发布会上分析说,今年2月、3月、4月连续3个单月吸收外资都保持了正增长,1-4月同比增长了1.21%,这在相当程度上证明了中国经济的竞争力和国际投资者对中国投资环境的认可。

毕马威会计师事务所本月13日公布的最新的全球制造业报告印证了上述结论。

该报告称,随着跨国企业进一步将其研发部门移近生产基地,中国将成为跨国企业在本土市场以外进行采购的首选地点。毕马威的高管分析指出,中国仍是全球增长最快的地区,对多个行业而言都是最理想的投资地之一,将继续吸引全球制造业企业来华投资。

联合国贸发会议今年初发布的全球投资趋势监测报告也显示,去年全球跨国直接投资下降了18%。中国吸收外资绝对额仅次于美国,居全球第二位。

截至2012年,中国已连续20年成为利用外资最多的发展中国家,说明跨国公司

1-4月吸收外资同比增长1.21%,这在相当程度上证明了中国经济的竞争力和国际投资者对中国投资环境的认可

对中国的投资环境仍然很有信心。

数据显示,去年年中开始,我国吸收外资连续8个月负增长。自今年2月吸收外资出现恢复性增长后,3月份,全国实际使用外资金额124.21亿美元,同比增长5.65%;4月份,全国实际使用外资金额84.35亿美元,同比增长0.4%(未含银行、证券、保险领域数据)。

总体来看,与其他国家相比,我国利用外资的形势还是好的,呈现稳定增长。这种稳定主要得益于我国经济社会发展态势良好,宏观政策调整及时有效,综合引资优势逐步提升。

亮点

利用外资结构优化

对于利用外资形势,不但要看实际到位资金是增长还是下降,更应看重利用外资水平是否得到提升。从最近一段时间的情况看,我国利用外资继续朝着提高综合优势和总体效益的方向发展。

今年前4月,我国吸收外资的产业结构得到进一步优化。一是服务业吸收外资在全国吸收外资总量中的比重提升,实际使用外资金额保持增长,达到189.25亿美元,同比增长6.87%。在全国总量中的比重为49.36%,占比超过制造业6.66个百分点。其中,燃气生产和供应业同比增长1030.37%,电力、煤气及水的生产和供应同比增长166.29%,环境管理业同比增长118.27%,同比增速均较快。与此同时,房

地产业实际使用外资金额同比增长0.14%,低于服务业整体增幅6.73个百分点,从产业结构来看是一种好的倾向。

二是在制造业吸收外资方面,外商更趋向于投资高新技术产业、技术附加值和资金附加值比较高的企业以及研发中心。数据显示,前4月,交通运输设备制造业实际利用外资同比增长33.05%,医药设备制造业同比增长57.59%,这些都体现了鼓励外资投向高端制造业的思路。此外,外资企业在华研发机构数量已达1400多家。

三是吸收外资在区域结构上更趋于合理。东部地区吸收外资所占的比重为83.5%,但中西部地区特别是西部地区吸收外资增幅提高。前4月,东部地区实际使用

从近期情况看,我国利用外资继续朝着提高综合优势和总体效益的方向发展

外资320.1亿美元,同比下降1.1%。中部地区实际使用外资32.2亿美元,同比增长5.7%,占全国比重为8.4%。西部地区实际使用外资31.1亿美元,同比增长25.7%,占全国比重为8.1%。

外资结构调整的背后是我国产业结构的调整。而随着我国传统人口红利逐渐减弱,人力资本综合优势正在显现。国家发改委对外经济研究所所长、研究员张燕生认为,现代服务业的发展,尤其是生产性服务业,包括研发、设计、金融、投资、保险、物流、仓储、运输、信息、咨询等所有能够为中国制造带来升值的服务环节,下一步将会获得更大的发展。这些服务环节的发展离不开全球化,将为外资带来巨大机会。

数据点评

一季度重点城市冰箱销量增长19.41%

冰箱业弱势复苏



点评:国家信息中心和中国家电网近日联合发布的《2012-2013年中国电冰箱市场研究报告》显示,2012年冰箱业销售降幅明显,2013年一季度产品销售增幅较大,冰箱业进入弱势复苏阶段。

据国家信息中心重点城市家电市场监测系统监测,2013年一季度重点城市冰箱销售规模约为342万台,同比增长19.41%,销售额同比增幅更是达到21.92%。电商平台的销售也呈现出增长态势。据易观国际对我国主流B2C电商平台的监测数据显示,2013年一季度,冰箱线上销量环比2012年四季度增长了3.8%,销售额环比增长3.6%。

一季度冰箱业能够实现恢复性增长,主要是受到宏观经济整体向好、节能惠民工程拉动效果显现、企业节日促销活动力度加大等因素的支撑,市场整体表现符合业内预期。但是,由于存在较多不确定性因素,冰箱业的市场走势仍有待观察。

在此情况下,加快产品结构调整成为冰箱业主攻方向。2013年一季度,3门及以上、对开门冰箱的销量占比2012年有了提升。其中,3门及以上冰箱的销量占比已达到了30.17%,对开门冰箱占比为15.03%——上述类别在冰箱整体销售量中的占比已超过45%,比2012年全年提升了2.38个百分点,有效带动重点城市冰箱消费水平的提升。从冰箱的价格段来看,4500元以上价格的冰箱产品销售占比达18.1%,比2012年有所提升。

虽然高端产品的比重在持续上升,但是产品的平均价格增幅并不明显,2013年一季度重点城市冰箱平均价格仅上涨2.10%。报告提供的数据显示,平均价格的波动与产品销量并无十分明显的关联,2012年,冰箱最高均价出现在9月份,而销售最高的月份为4月份。中国家电协会副理事长王雷就此提醒生产企业,产品价格已不是影响销售量和提高市场占有率的惟一因素,盲目降低产品价格水平并不一定能够提升销售规模,而产品的品质、售后服务水平以及营销策略等因素在很大程度上决定了产品的销售状况。

文/常理

数据速览

一季度棉纺工业总产值同比增长3%

本报讯 记者暴媛媛报道:中国棉纺织行业协会跟踪月报结果显示,前3个月,协会跟踪企业工业总产值同比增长3%;工业销售额同比增长8%;主营业务收入同比增长12%;出口交货值同比减少,其中一、二月份出现增长,3月份出现走低;利润总额同比增长3%。从国家统计局统计的规模以上企业数据来看,尽管棉纺织行业亏损面较大,但亏损额同比下降。

相关跟踪结果还显示,大企业的开工率大于90%,明显好于小企业。从第二季度的订单情况来看,被调查企业中有90%的企业订单同比持平或增加。

一季度水泥行业利润同比下滑29%

本报讯 记者祝君璧从中国水泥协会获悉:2013年一季度,全国实现水泥销售收入达1739亿元,同比增长5.6%;实现利润总额达37亿元,同比下降29%。利润没有与销售同步增长,说明水泥行业的盈利能力仍然堪忧,但水泥需求保持稳步增长。

从全国情况看,一季度,河南、山东和广西分别位居全国水泥行业利润总额前三位,实现利润总额分别为11.12亿元、8.25亿元和7.92亿元。与此同时,河北省水泥业亏损额达7.32亿元,新疆和山西水泥业分别亏损4.68亿元和2.96亿元。

前4月北京电器连锁业销售增长16.2%

本报讯 北京商业信息咨询中心监测数据显示,1-4月,苏宁、国美、大中三大电器连锁企业实现零售额77.4亿元,增长16.2%,其中苏宁增幅达22.9%。

鉴于节能家电补贴政策即将到期,家电厂商纷纷加大促销力度。苏宁云商集团副总裁侯恩龙表示,5月24日开始,苏宁联手三星、海尔、美的等50个一线家电供应商展开为期11天的大规模促销活动,华北苏宁六个大区的让利额预计将达5亿元。顾客在购买节能家电时除国家节能补贴之外,还将享受厂商的补贴。与此同时,北京苏宁与红星美凯龙、凯撒旅游、科宝博洛尼、加多宝等商家开展异业合作,拟发放价值3亿元的异业补贴券,更好满足消费者需求。(房信子)

本版编辑 周雷



有机奶渐成高端市场增长点

本报记者 暴媛媛

在一季度实现平稳开局之后,乳制品行业发展前景继续被看好,尤其是消费需求的回暖,有望给国内乳企带来新的发展机遇。但同时仍需看到,近几年,国内的乳制品市场正在发生日趋明显的变化。来自日本、新西兰、丹麦、德国等国家的乳制品企业正在加大对中国市场的投入,除引发广泛关注的婴幼儿配方奶粉之外,直接进口的液态奶也在不断增长,覆盖范围正从一线城市向二三线城市扩大,国内乳企也由此面临国外乳品冲击市场的挑战。

纵观近些年国内乳制品行业的发展,在众多细分领域中,液态奶产品曾是发展较好的领域之一,产销量和市场规模均达到相当水平,国内企业伊利、蒙牛、光明等占据了较大的市场份额。随着液态奶产品的快速发展,行业也面临着诸如产品同质化严重、价格普遍偏低等问题。如何找到液态奶发展的突破口?在我国乳制品行业竞争格局基本形成的背景下,不少乳企开始走差异化路线,瞄准高端奶市场,在满足消费者需求的同时,也希望依托高端奶稳步拓展市场,通过

近期发布的乳业景气指数报告显示,一季度,乳制品行业继续保持平稳运行,生产持续增长,消费需求有所回暖,生产经营的各项指标均稳定增长。在行业整体运行平稳的态势下,液态奶产品继续保持较高市场份额,其中的高端奶更成为各企业争相投入的重点

争夺细分市场获得经济效益和品牌价值的双赢。

据了解,在国内常温奶市场中,高端奶发展势头强劲,是增长最快的第二大品类,连年保持了高速增长。包括蒙牛特仑苏、伊利金典、三元极致、光明优倍等在内的高端液态奶产品,已获得一定的市场认可度,销量、销售额持续增长。高端奶的发展,显示国内液态奶产品结构调整和升级的步伐在加快。

在此基础上,以“无农药残留,无抗生素、无激素,无添加”为主要诉求的有机牛奶开始进入消费者视野。据了解,尽管与欧美等乳业发达市场相比,国内有机奶市场目前尚未进入爆发增长阶段,但包

括一些主要乳企在内的企业已将目光瞄准有机液态奶蕴藏的巨大市场潜力。“有机牛奶市场主要集中在西欧和北美地区,预计到2017年全球有机乳制品产值将达到151亿美元,年复合增长率9.1%,亚太地区有机乳制品年复合增长率也将达到20.2%。”以有机奶为主要产品的内蒙古圣牧高科董事长姚同山表示,常温有机奶表现出强劲的发展势头,前景广阔。

“面对国内外品牌的同台竞争,我们紧紧抓住‘从源头开始’的产品质量控制,依靠全产业链的管控,可追溯进入有机奶市场。”正如姚同山所言,奶源控制正成为高端液态奶生产企业保持核心竞争力的重要支撑,从限定产地自然环境到自种不施

农药和化肥的有机牧草,再到自建无激素无抗生素的有机牧场,繁育和提升良种奶牛,圣牧所采用的全产业链可控不仅可保证产品品质,这一模式也将为我国乳业可持续发展能力提供有益借鉴。

借着消费升级的东风,高端奶已不再只是小众产品,越来越多的消费者开始关注并且有意愿购买有机奶产品。“消费者对有机概念的认识也经历了从模糊到清晰的阶段,一开始认为‘有机’乳品是‘贵’的代名词,现在消费者已开始慢慢接受有机乳品健康、安全、原生态的理念以及更好的口感。”圣牧高科董事长姚同山表示,在国内乳企越来越重视奶源建设的情况下,消费者对高端奶的来源、生产加工过程也有着更高的要求。从市场反响来看,自去年6月份投入北京市场以来,不到一年的时间,圣牧有机奶的销量从最初的每月三四千箱增长到每月4万多箱。姚同山表示,预计今年圣牧有机奶将实现近14亿元左右的销售额,该产品的销售区域也已由最初的十五六个城市扩展到260多个城市。