

# 把握外贸发展提质增效“大逻辑”

洪观平

市场预期。一般情况下，大宗商品价格下跌会促使进口量增加，形成“量增价跌”的格局。但去年以来，国内需求持续疲弱，导致进口量下滑，最终形成1月份“量价齐跌”的局面。据统计，去年大宗商品价格的下跌，直接拉低我国进口值增速3.3个百分点，未来仍不排除其价格波动对我国外贸产生较大影响的可能。

此外，制造业分流、汇率变动及春节因素等，均会对1月外贸产生或多或少的影响。以制造业为例，一方面因国内成本优势减弱，部分制造业转向更为廉价的东南亚国家，形成了“再转移”；另一方面，日本、欧美等发达国家和地区将高端制造业搬回国内，形成了“逆转移”。双面夹击之下，中国制造业的压力不断加大，“中国制造业已势如累卵”的说法一度盛行坊间。事实上，30多年的高速发展已经让中国拥有了成熟而完备的产业体系，短时期内是无法替代的，这也为外贸新优势的培育赢得了宝贵时间。

由此看来，今年外贸虽弱势开局，但后市大可不必悲观，单月份数据的变动，并不能真实反映经济运行的实际状况。在各方共同努力下，随着外部环境的回暖，今年外贸形势有望好于去年。

当然，对于外贸形势的判断是个复杂的命题，不同维度下的解读往往会有不一样的结论。我们之所以仍不厌其烦地对其进行分析，其目的就是为了强化这样一个认识：在错综复杂的国际形势面前，我们要学会准确把握外贸发展的“大逻辑”，顺势而为、乘势而上，推动我国外贸转型升级，实现可持续发展。

何谓“大逻辑”？认识新常态、适应新常态、引领新常态，就是当前和今后一个时期我国经济发展的大逻辑。只有沿着这个大逻辑，才能准确把握经济走势、政策脉络和发展方向，才能沉着应对新挑战、抢抓发展新机遇。

当前，我国外贸也进入了提质增效的新常态，进出口增速已连续3年低于国民经济增速。速度降下来了，但发展

的质量和效益不能降下来。准确把握大逻辑，就是要处理好适应中高速增长和防止外贸“失速”的关系，力求换挡不失速、调速不减势、量增质更优。

从国际市场看，中国出口占国际市场份额已达12.2%，中国出口商品中有170多种居全球市场份额第一，中国经济与世界经济之间早已是你中有我、我中有你、相互依存的关系。未来，中国既要稳住外贸“量”的份额，更要提高“质”的分量，不仅要强化传统货物贸易的国际话语权，更要在越来越紧密的全球价值链中赢得尊重。

准确把握大逻辑，还须更加积极地促进三个“平衡”，即内需与外需平衡、进口与出口平衡、引进外资与对外投资平衡。道理很简单，只有做到不失衡，才能为外贸调结构、转方式创造条件，才能让外贸可持续发展赢得主动。

不为一城一池得失而扰，更不能一叶障目而不见泰山。中国外贸发展须保持战略定力，以更大的智慧和勇气，开拓出未来发展的新天地。



李毅中  
全国政协经济委员会副主任

## 应高度重视生物质能源利用

我国生物自然资源非常丰富，每年产生的农林业废弃物达12亿吨。其中，秸秆就有7亿吨，禽畜有机排放物有33亿吨。但是，这些资源中的大部分都没有得到合理利用，反而造成了大气污染和水源污染。要像重视风能、太阳能一样高度重视生物质能源。要合理规划布局与技术研发、生产及市场推广相关的项目；尽快制定和实施生物质能源中长期规划；针对不同途径技术路线，分层次组织科技攻关；国家科技开发基金应对此予以支持，并引进国外先进技术，开展国际合作，制定先进可行的产品标准。

钱海利  
中国电子商务研究中心互联网金融部分分析师

## 互联网保险主流模式应注重体验

目前，国内互联网保险发展模式主要有官方网站模式、第三方电子商务平台模式、网络兼业代理模式、专业中介代理模式和专业互联网保险模式。其中，因为表现出用户量大、产品丰富、销售成本低等优势，第三方电子商务平台模式以及专业互联网保险模式容易创造良好的购物体验，为用户所广泛接受，或将成为互联网保险发展主流模式。

刘侠凤  
地标金融总裁

## P2P项目透明度应进一步提高

在P2P平台业务中，由单个小借款者构成的借款群体信用审核成本较高，不少平台因此将借款端转向资金需求较大的地产等传统大中型企业。其实，这并不符合我国互联网金融支持小微发展的方向，甚至会给金融生态带来风险。特别是，相比银行来说，P2P行业面对的多是一些资质没有那么好的企业，风控难度比较大，包括征信体系也没有完全向P2P行业放开。因此，P2P项目透明度需要进一步提高，让投资者有足够的知情权，充分了解资金使用进度等情况。

欢迎读者就热点经济话题发表评论、漫画，来稿请发至：mzjjgc@163.com。

本版编辑 牛瑾 祝伟



“中国外贸形势真有那么差吗？”这是今年首月进出口数据公布以后，很多人的疑问。

确实，单从数据本身看，进出口罕见双双下降，“衰退性贸易顺差”创单月新高，让市场人士大呼意外也在情理之中。但就此得出“中国外贸跌落困境”的论断，显然站不住脚。

业内普遍认为，自2008年国际金融危机、2009年欧债危机爆发以来，月度出口能保持在1800亿美元以上的，都不能称之为“差”。今年1月份，我国出口2002.58亿美元，虽同比下降3.3%，但仍在2000亿美元之上。应该说，仍处于正常范围之内。

与出口相比，进口降幅之大远超市

# 支付宝亿万红包忽悠了谁

崔国强

支付宝免费发放亿万红包活动吸引了众多参与。但大多数用户瞬间无法顺利登录，即便登录成功，也不能立刻拿到免费红包，又免不了失望。因为支付宝在登录界面设置了打地鼠的游戏，大多用户经过N次点击和戳屏抢到一个红包，打开后才发现大多是商家代金券，且要在3月的某个时间点前使用，更多的用户则是空玩了一阵“打地鼠”。

对阿里巴巴来说，这次活动的目的在于借助“抢红包”，阻击微信春节红包“一枝独秀”，效果却并不理想。通过制造一种强关注效应，推动品牌的曝光率、用户留存率，这种营销在一定程度上有助于提升用户黏性；植入商家代金券代替现金红包，不仅推介了商家产品，也绑定了用户后续消费，商家与阿里双赢。这种玩法“双11”时十分奏效，为什么放到春节这个时间点却大打折扣呢？

笔者认为，春节“抢红包”活动成功的前提是满足用户心理预期，其核心体验不在于红包现金的多寡，而是整个过程中的参与感和刺激感。在用户看来，红包应当是可以提现的“真金白银”。与“双11”时以PC端作为主战场不同，春节抢红包多集中在移动端，这时的玩法就要重新考虑活动流程的设计了。支付宝红包刻意制造了一种高预期的用户期待，却没有照顾用户现实消费体验，会造成不断扩散的口碑负效应，最终影响商家声誉。

好在阿里巴巴有迅速的市场反应能力，取消购物券，追发2500万元现金，可见阿里巴巴对营销之外的用户诉求的重视。这也说明，在移动互联网时代，不仅要有好的渠道和资源，更要有好的产品思维，审时度势，根据客户需求不断调整战略。不夸大宣传，脚踏实地有诚意的营销，才能增强客户黏性。



程 硕作(新华社发)

如今，几乎每个人都有一部智能手机。因为智能，人们对它的依赖性也越来越强，“人机交流”逐渐取代了人际交流。春节本是全家团聚的时候，是坐在一起聊聊天、说说未来的美好时光；春节不是“屏”聚的时候，不要“我在你身边，却各玩各的手机”，不要让手机淡薄了亲情。（时 锋）

**CNR 长春轨道客车股份有限公司**  
中国北车 CHANGCHUN RAILWAY VEHICLES CO.,LTD.

长客伴您  
**回家过年**  
安全 智能 舒适

- 春节将至，家人团聚总是中国人最淳朴的期盼。
- 作为中国高端轨道交通装备制造业的领军企业，长客股份公司始终致力于高速动车组的研制生产，产品遍及全国。
- 长客股份公司的高速动车组采用国际一流的智能化感应系统，一列车多达2592个传感器，时刻确保人、车安全。

- 2592个传感器，遍布动车组肌体各个关键部位，实现了动车组监控无盲区覆盖。
- 2592个传感器，灵敏感知动车组各部运行状态，实现了动车组的实时监控。
- 2592个传感器，第一时间传递动车组各部工作信息，实现了动车组的信息通畅。
- 2592个传感器，确保准确分析动车组的各种故障，实现了动车组的集成化智能诊断。
- 为乘客提供安全高效、温暖舒适的乘车体验，始终是长客股份公司的追求与心愿.....