市场瞭望

全球服务贸易一半以上实现数字化

传统贸易向数字贸易转型

本报记者 王轶辰

联合主办的"全球数字贸易(跨境电商)大会"上,专家表示,

数字贸易为世界贸易发展注入了新动能、开辟了新空间,不

仅显著降低了贸易成本,还将提升全球贸易尤其是服务贸

生产方式和产品内容等都发生了深刻变化,在这种趋势推

动下,逐渐产生了一种新的贸易形式,即数字贸易。目前,

全球服务贸易中有一半以上已经实现数字化,超过12%的

些发展中国家具有较大的发展空间。"联合国贸易和发展会

与世界贸易组织秘书处联合发布的《2018年世界贸易报

告》指出,数字技术最重要的影响就是显著降低了贸易成

本。同时,技术变革将提升全球贸易尤其是服务贸易增长,

发展中国家能获取更大的全球贸易份额。报告预计,全球

服务贸易占比将由目前的21%增至2030年的25%,发展中

不仅对货物贸易有利,还促进了服务贸易便利化、催生了新

的服务业态。如物联网、人工智能、3D打印和区块链可能

字贸易已成为我国服务贸易发展的新趋势,并呈现出高质

量发展的态势。"全国政协常委、九三学社中央副主席赵雯

模达到27.2万亿元,占GDP比重达32.9%,规模位居世界

第二。其中,电信计算机和信息服务贸易快速发展,在线数

字音乐、数字文字等规模持续扩大,跨境电商方兴未艾,预

际合作将成为数字贸易发展的新机遇和新舞台。"赵雯

说,互联网和数字技术不仅催生了数字贸易,同时也在引

领全球商业革命,国际贸易无论是在业态、流程还是技

术、体验上,都在发生根本性变化。从某种意义上说,传

统贸易体系正在向以数字贸易为代表的新型国际贸易体

促进全球贸易便利化发挥着不可替代的作用。"比利时副首

相兼经济和就业大臣克里斯·佩特斯说,未来几年比利时还

需要国际合作以帮助各国确保数字贸易继续成为包容性经

济发展的推动力。对数字贸易时代的到来,各国需要做好

软硬基础设施建设、人力资本投资、贸易政策措施、国内规

会继续加大在数字贸易等领域的投资。

制框架、知识产权保护等方面的工作。

"数字贸易尤其是电子商务的发展已超越时空限制,对

专家指出,全球数字贸易扩张将带来巨大效益,同时也

计今年跨境进口零售电商交易规模将突破4000亿元。

"中国一直高度重视服务贸易开放与服务贸易发展,数

根据商务部发布的相关数据,2017年中国数字经济规

"特别是随着'一带一路'建设深入推进,数字经济国

国家贸易占比将由2015年的46%增至2030年的57%。 世界贸易组织总干事罗伯特·阿泽维多指出,数字技术

易增长,帮助发展中国家获取更大的全球贸易份额。

跨境实物贸易通过数字化平台实现。

议贸易与商品司高级经济事务官张丽萍说。

深刻改变贸易模式、贸易主体和贸易对象。

近日,在由联合国贸易和发展会议、中国服务贸易协会

近年来,随着信息技术快速发展,全球产业结构、组织

"数字贸易和跨境电商具有很好的发展前景,尤其是一

数字技术正在通过多方面影响全球贸易构成。商务部

## 我国车市遇冷仍有发展空间,专家认为-

# 汽车产销量尚未遭遇"天花板"

经济日报•中国经济网记者

# 〇 透视

低迷。对此,专家认为中国汽 车产业不可能始终处于高增 长状态,产销量下降早有预 料。鉴于我国人均汽车保有 • 量比较低,汽车产销量尚未触 及所谓的"3000万辆天花板", 产业发展仍有红利。车企要 有忧患意识,努力提升技术水 平和产品质量,为更加激烈的 市场竞争做好准备

10月份汽车产销数据大降、几乎无 悬念的全年销量负增长、经销商库存高 企、"史上最冷清广州车展"……种种迹 象都在显露着我国汽车行业的"寒意"。 一时间,关于"汽车市场3000万辆是天 花板"的说法也不断出现,业内外对汽车 行业的未来忧心忡忡。

### 车市转冷早有预料

中国汽车工业协会数据显示,今年 10月份,汽车产销分别为233.45万辆和 238.01 万辆,同比下降 10.05%和 11.70%。其中,乘用车与商用车销量分 别下滑13%、2.8%。前10月,汽车产销分 别为2282.58万辆和2287.09万辆,同比 下降 0.39%和 0.06%。虽然商用车产销 分别增长了3.39%和5.47%,但乘用车方 面较为低迷,以1935.02万辆和1930.40 万辆的产销,分别下滑1.04%和1.02%。

"汽车销售明显下降,整体都不理 想,这两个月下降幅度更明显。"中汽协 秘书长助理陈士华判断,今年后两个月 销量超过去年同期几乎不可能,全年销 量负增长基本无法避免。

若从2000年算起,2018年或将成 为中国车市近20年来首次负增长的年 份。

其实,车市转冷早有预料。

2016年我国汽车销量同比增长 13.7%,在达到2803万辆的大好形势下, 中汽协就已经开始下调预期,预判2017 年增速将为5%,最后的结果也与预计相 符。进入2018年,中汽协年初便表示汽 车市场将继续延续缓慢增长,预计增长 幅度为3%,整体需求为2987万辆。目 前来看,尽管预期调低,但实际情况依然 不如预期。

对于习惯了高速增长的车企来说, 车市新常态意味着白热化竞争的到来。

中汽协数据显示,今年前10月,中 国品牌汽车销量排名前十的企业依次 是:上汽、吉利、长安、东风、北汽、长城、 奇瑞、一汽、广汽和江淮,这10家车企占 中国品牌汽车销售总量的81.44%。与 上年同期相比,吉利和上汽销量呈两位 数较快增长,奇瑞和广汽增速略低,其他 6家企业呈不同程度下降,东风和北汽下 降更明显。

从17家上市公司三季度财务报告



来看,近70%上市车企净利润纷纷出现 下滑,即便是业绩实现同比增长的上汽 集团、广汽集团,其三季度增速也较上半 年大幅放缓,一汽轿车、海马汽车、长安 汽车、比亚迪、江淮汽车的净利润分别下 降53.6%、660%、80%、45.3%、78%。

"汽车消费占整个社会消费的近一 成左右,汽车销售数据不乐观,也拖累了 整体社会消费水平。"国务院发展研究中 心产业部助理研究员周毅介绍说,今年 10月份,社会消费品零售总额35534亿 元,同比名义增长8.6%,处于今年次低水 平,仅好于今年5月份的8.5%。

### 产业发展仍有红利

"汽车销售的同比增速不乐观,主要 是因为2016年、2017年两年销量基数太 大。受购置税优惠政策影响,2016年汽 车销量增速高达13.7%,透支了汽车市场 的未来需求。经济增速放缓、经济形势 不确定性等因素也会降低消费者的购车 需求。"周毅分析认为,汽车销售的金九 银十传统是相对于7月份、8月份来说 的,严格来说并没有被打破。"通过数据 可以看出,今年9月份、10月份销量仍比 7月份、8月份增长16%。且往年11月 份、12月份也会有不错的增长,随着网购 及'双11'影响深入人心,预计也会有不 错的环比增长。"

中国汽车流通协会会长沈进军认 为"天花板"会有,但并不一定是3000 万辆。"汽车销量的升降是周期性的, 这一情况,既有内在因素,也有外在的 因素。"他判断,对标美国车市,1750万 辆的年销量是峰值,1650万辆的年销 量是低值,整体数据在这两个点之间徘 徊。中国汽车产业也不可能始终保持 增长,汽车市场的发展终将碰触"天花

周毅表示,汽车产业发展与多因素 有关,既取决于汽车产业发展周期、宏观 经济环境,还受汽车产业政策影响,也离

不开消费升级的需求驱动。在当前形势 下,年底前汽车销量很难有实质性复苏, 2018年汽车销量大概率在2800万辆至 2900万辆之间。长远来看变数很多,即 使不考虑短期刺激政策,3000万辆也肯 定不是"天花板",从城镇化进程和全国 汽车保有量来看,中国的汽车产业发展

全国乘用车联席会秘书长崔东树表 示,汽车行业会有"天花板"但远没有到 来。汽车的人均保有量比较低,再有20 年才会到达所谓的"天花板"。

北京新场科技创始人王彦敏认为, 需求侧的结构性变革,也是汽车销量下 降不容忽视的因素。共享用车的习惯一 旦产生黏性,特别在北上广深这样的一 线大城市,人们更多地会追求"用车"本 身的价值,并非一定要通过拥有所有权

### 新能源车企须居安思危

14.6万辆和13.8万辆,比上年同期分别 增长58.1%和51%,略低于9月份同比增 速64.4%和54.8%;1月份至10月份,新 能源汽车产销分别完成87.9万辆和86 万辆,比上年同期分别增长70%和 75.6%,略低于1月份至9月份比上年同 期增长73%和81.1%。

周毅表示,10月份新能源汽车销售 数据持续上涨,但增长幅度略有下降,补 贴的边际刺激作用减弱。可以预见,新 能源汽车产销增速在补贴退出前仍会在 一段时间内保持高速增长,但增速会呈 不断下降趋势。

相比于传统汽车销售惨淡,大力发展 新能源汽车,已成为车企在中国市场保持 增长的有效途径之一。大众汽车集团(中 国)总裁兼CEO海兹曼称,大众明年将与 合作伙伴在中国共同投资超过40亿欧 元,用于包括电动汽车、互联互通、移动出 行服务、研发、高效生产流程及新产品开 发等领域。到2020年,大众计划在中国 市场交付约40万辆新能源汽车。

"长远来看,新能源汽车仍面临挑 局,造成产能过剩和资源浪费现象。

此外,预计奔驰、奥迪、保时捷新能 能源汽车品牌。

10月份新能源汽车产销分别完成

战。"周毅认为,补贴退出时间临近,车企 虽已有预期,但对残酷性还未有充分预 期。补贴退出后,成本的降低只依赖于 规模效应和技术进步效应这两个方面, 技术进步效应还远未达到能覆盖补贴退 出的部分,规模效应有"天花板"存在,况 且补贴退出后规模效应反而会出现下 降,可能产生恶性循环。因此,若新能源 汽车成本仍远高于消费者预期价位,规 模和实力弱的车企恐面临被淘汰的结

源汽车产品都将逐步登陆中国市场,这 些品牌凭借在传统燃油车领域的资金和 技术积累,对本土品牌将产生严重的冲 击。在合资方面,放开股比限制后,国外 车企在中国业务中话语权和控制权会进 一步提高,同时国外车企很难与本土车 企共享、共同研发核心关键技术。周毅 建议,本土车企必须增强危机意识,努力 提升技术水平,打造适合中国市场的新

跨境供应链平台降低物流成本

# 中小外贸企业搭"数字化快车"

本报记者 仇莉娜

阿里巴巴供应链拍档年度大会近日在杭州举行,阿里宣 布将外贸综合服务平台"一达通"升级为跨境供应链平台。

在当前复杂的国际贸易形势下,外贸企业面临国际贸 易保护主义加强、劳动力和原材料成本上涨、融资困难等一 系列难题,贸易成本提高带来的价格上升导致客户流失、繁 杂通关手续和资金流转困难导致经营不利,给外贸企业,特 别是中小外贸企业的经营发展带来了很大的困难。

瞄准当前国际贸易形势下中小外贸企业丢失老客户 通关手续繁杂、物流成本高企等难题,阿里巴巴整合阿里国 际站、菜鸟、蚂蚁等业务资源,升级中小企业跨境支付结算、 供应链金融、流通及生产供应链,打造数字化协同平台。

阿里巴巴跨境供应链产品负责人王添天表示,目前物 流成本占中小企业出口成本近30%,升级后的跨境供应链 平台将致力于帮助企业降低10%的物流成本。

在传统模式下,中小外贸企业需要从各种平台寻找买 家,通过代理公司处理通关、报汇、退税手续。此外,运输、 海外清关等环节还要寻找不同的服务商,流程非常繁琐,价 格也不透明,给中小企业的外贸经营带来了不小的挑战和 高企的成本。阿里巴巴跨境供应链服务则试图打破这一固 有模式,将中小企业从找订单、支付结算,到货物出口、验 货、运输、海外清关各环节都集中在平台上,从而简化流程, 降低企业成本,提高外贸便利化。

阿里巴巴集团副总裁、中小企业国际贸易事业部联席 总经理余涌表示,中国制造业正处于周期性拐点,中小企业 发展正面临许多困难。他表示,通过这一平台,对企业实行 数字化改造,能够帮助企业获得更多的数据,进而影响供给 侧,企业可以根据数据来决定要不要生产、生产什么、生产 多少、如何生产,这一过程将会推动产品的差异化。"中国制 造未来的核心竞争力将是多元化、差异化、细分化的产品, 需要满足不同消费者的个性化需求。"余涌表示,通过大数 据和算法对买家和卖家实行动态的匹配,阿里希望能在全 球范围内实现将商品送到最合适的人手中。

此外,平台还能为外贸监管提供支持。由于目前中小出 口企业数量占中国出口企业数量的80%以上,监管成本高, 通过庞大的数据和商品物流轨迹等信息,该平台可帮助政府 掌握企业出口信息,防范和打击骗税风险,保障外贸真实性。

据悉,阿里巴巴未来还将在外贸领域继续布局,通过 IOT(物联网)和区块链等新技术,打造一个涵盖供应链拍 档、报关行、国际物流和贸易金融于一体的生态体系。

# ☑ 延伸

## 智能汽车自主品牌表现不俗

本报讯 记者王薇薇报道:由中国 汽车工程研究院股份有限公司主办的 i-VISTA智能网联汽车2018国际研讨 会近日在重庆举行,并发布了中国智能 汽车指数2018年第三批车型测评结果。

据中国汽研副总经理周舟介绍,此 次评价的三批25辆车型基本覆盖了目 前国内汽车市场上配置辅助驾驶系统的 主流车型,今年测试车型AEB(汽车主 动安全技术)配装率达到了100%。"从 这25款车型的测评结果看,辅助驾驶系 统正在从中高端车型向中低端车型延 伸,未来有望实现标配。"周舟表示,自主 品牌在辅助驾驶系统产品性能方面已不 落后于外资品牌。

综观今年的测评结果,总体得分靠 前的是长安CS75、北京奔驰C级、长城

魏派 VV5、大众迈腾、红旗 H5。多数车 型的 AEB(自动紧急制动系统)、LDW (车道偏离报警系统)表现出色,ACC(自 适应巡航控制系统)、BSD(盲区监测系 统)、APS(自动泊车辅助系统)等系统的 表现差异较大。

周舟表示,目前智能汽车发展还处 于起步阶段,相应的汽车测评也处于起 步阶段。中国汽研将在2019年实现智 能汽车综合评价测评。同时,针对目前 市场上已大规模量产的其他 LO级至 L2 级主流辅助驾驶系统产品,如DOW开 门警告系统、LKA车道保持辅助系统、 TJA 交通拥堵辅助系统等,中国汽研计 划在2019年发布测试评价规程,并引入 智能指数整体评价。2020年将对能耗、 效率指数体系作出相应评价。

效益增加 创新提速

# 我国电子信息产品竞争力明显增强

本报记者 黄 鑫

## ○ 行业观察

工信部11月27日发布的《中国电子 信息制造业综合发展指数研究报告 (2018年第2届)》显示,我国电子信息制 造业转型效果明显,企业和产品竞争力 指标明显增强,产业发展质量稳步提高。

《报告》显示,2017年我国电子信息 制造业产品和企业竞争力、产业效益指 标得分比上年增长较多,尤其是产品高 端化和龙头企业数量两个二级指标增长 明显。电子信息制造业产品持续向高端 化和智能化方向发展,智能电视和智能 手机国内总产量占比分别达到63.4%和 74.3%。智能化升级带来产品附加值不 断增加,多类产品平均价格提升。在统 计中的358类电子信息产品中,有263类 平均价格同比提升。创新型数字化产品 种类不断丰富,智能家居产品、虚拟现实 设备、服务机器人等新产品不断涌现。

企业竞争力进一步提升,主营业务 收入40亿元以上的企业数量稳步增 长。华为、小米手机在全球出货量中的 份额分别从2016年的9.5%和3.6%增至 2017年的10.4%和6.3%,华为在高端手 机市场影响力提升显著。从产业效益 看,2017年电子信息制造业实现利润同 比增长20.1%,增速比上年加快4个百分 点。主营业务收入利润率5.5%,比上年 提高0.3个百分点。行业人均创收和人 均利税水平均增长10%以上,产业发展 质量明显提升。

"值得注意的是,我国电子信息制造 业研发创新能力指标大幅提升,产业基 础和创新体系日益完善。"工信部运行监 测协调局相关负责人分析说,我国电子 信息制造业从技术跟随向技术创新方向 演进,创新活力进一步显现,企业对研发

投入的重视程度增强。在统企业中近 60%研发强度超过3%,其中集成电路材 料和设备、无线和光设备及元器件、光电 显示器件等细分领域的龙头企业研发强 度超过15%。

国家在人工智能、智能制造、云计算、 物联网等新兴领域出台了一系列创新激 励政策,进一步优化了产业创新发展环 境。2017年,我国在高性能计算机、集成 电路、光通信等领域的技术创新取得进 展,新型显示产品供应能力显著增强。

电子信息制造业另一个发展亮点是 新兴产业快速增长,智能硬件产品不断 创新,虚拟现实设备、智能家居产品出货 量和产值同比快速增长,形成了新的增 长点。

同时,电子信息产业加速向其他行业 领域渗透融合,汽车电子等应用电子领域 快速增长,集成电路、新型显示等行业迎

来新的发展机遇。GPU、CPU、FPGA等 集成电路企业重点布局车载芯片领域,在 汽车产业链中的地位逐步上升。面板厂 商得益于车载显示产品的快速发展已经 成为整车企业的一级供应商。

工信部运行监测协调局相关负责 人表示,我国电子信息制造业在研发创 新、产品和企业竞争力提升等方面进步 明显,产业正在从规模发展向高质量发 展转型。但值得注意的是,我国电子信 息制造业是外向型产业,受外部环境、 汇率波动等因素影响较大,产业持续平 稳运行的基础尚待巩固;我国电子信息 制造业门类齐全,但行业发展中的一些 关键环节仍受制于人,关键材料、高端 元器件等技术水平与国际先进水平仍 有较大差距;研发投入虽然增长较快, 但与发达国家相关产业研发投入水平 相比仍有较大差距。

### 本版编辑 李 景