

尼加拉瓜、阿根廷先后加入“一带一路”倡议——

中拉合作韧性强活力足

本报记者 杨啸林



在阿根廷布宜诺斯艾利斯，一辆印着生肖虎和北京冬奥会标志的双层旅游巴士停在中国城前。(新华社发)

2021年中拉进出口总额

超4500亿美元

▲较2020年增长41.1%

截至2021年7月

中国在拉美直接投资存量

超4500亿美元

占中国对外投资总存量 19%

2021年全球贸易总额

28.5
万亿美元

比2020年增长25%

比2019年增长13%

2021年四季度

全球货物贸易增长 近2000亿美元

全球服务贸易增长 约500亿美元

全球

本报日内瓦讯(记者杨海泉)日前,联合国贸发会议发布最新一期《全球贸易更新》报告指出,2021年全球贸易增长创历史新高,但这一增长势头预计将会放缓。

报告称,2021年全球贸易总额达到创纪录的28.5万亿美元,比2020年增长25%,比2019年增长13%。全球贸易在2021年三季度经历了相对缓慢的增长后,在四季度再次提速,其中货物贸易增长了近2000亿美元,创下5.8万亿美元的新纪录。同时,服务贸易增长约500亿美元,达到1.6万亿美元,略高于疫情前水平。

报告指出,2021年四季度,全球货物贸易保持强劲势头,服务贸易已恢复到疫情前水平。所有主要贸易经济体的进出口额均高于疫情前水平,其中发展中国家的货物贸易增长比发达国家更为强劲。与2020年同期相比,发展中国家的出口增长了约30%,而发达国家的出口增长了15%。随着大宗商品价格上涨,大宗商品出口地区的贸易增长率更高。越南贸易增长高于全球平均水平,同比增长32%。除运输设备外,其他行业的贸易额在2021年四季度均出现同比大幅增长。燃料价格高企是能源行业贸易价值强劲增长的原因,金属和化学品的贸易增长也高于平均水平。由于全球半导体短缺,通信设备、车辆和精密仪器的贸易增长受到抑制。

报告同时预测,全球贸易增长势头将在2022年一季度放缓,货物贸易和服务贸易可能仅实现微幅增长。2021年国际贸易的大幅增长主要得益于大宗商品价格上涨、疫情限制措施的缓解以及经济刺激方案导致需求强劲复苏,由于这些因素可能会减弱,预计国际贸易将在今年恢复正常。

报告认为,鉴于宏观经济趋势,2022年的全球贸易增长可能低于预期。国际货币基金组织(IMF)已将世界经济增长预期下调0.5个百分点。在目前物流中断和能源价格不断上涨的形势下,缩短供应链和促进供应商多样化的努力将影响全球贸易模式。在贸易流动方面,由于各种贸易协定和区域倡议,以及对地理位置更近的供应商的依赖程度日益增加,贸易区域化趋势将增强。

2022年北京冬奥会得到拉美多国热情支持。在“冰丝带”牵引下,中拉合作正如火如荼。今年以来,尼加拉瓜、阿根廷先后加入“一带一路”朋友圈。

近年来,中拉政治互信持续深化,务实合作不断拓展。尤其是新冠肺炎疫情暴发至今,中拉守望相助、携手抗疫,“一带一路”经贸合作逆势前行,展现出强劲韧性与生机活力。不过,从长远来看,中拉合作也面临亟待解决的困难与短板,仍需双方通力合作、勇攀高峰。

“一带一路”再获突破

“一带一路”倡议提出以来,在拉美地区得到越来越多的国际认同。但受到地缘政治和对“一带一路”倡议认识模糊等因素影响,长期以来拉美主要经济体都未正式加入“一带一路”倡议。步入2022年,中拉经贸合作好消息不断,紧随尼加拉瓜之后,拉美主要经济体阿根廷也正式加入“一带一路”大家庭。

疫情暴发后,阿根廷经济衰退率一度高达11.8%,高通胀、高债务和高失业率的“三高”问题成为阻碍阿经济复苏的最大掣肘。中国现代国际关系研究院拉美研究所副所长孙岩峰表示,在此困局之中,阿根廷基于与中国长期开展的互利共赢的务实合作,以及对中巨大消费市场与投资能力的信心,深刻认识到加入“一带一路”倡议将为其经济复苏带来重大机遇。

此次正式签署“一带一路”谅解备忘录,将在中阿两国原有经贸合作基础上,进一步夯实机制性合作,促进两国经济关系进一步深化。“在双方关切的核心领域也有望取得进展。比如为维护阿金融市场稳定,双方将继续密切本币互换合作,支持在阿人民币清算行发挥更大作用,这对人民币国际化也有所裨益。”中国社会科学院拉丁美洲研究所经济研究室主任岳云霞表示。

在基础设施建设方面,双方合作也有望走深走实。阿根廷此前已是亚洲基础设施投资银行成员国,是中国在拉美重要的工程承包市场和投资目的

地。“此次‘一带一路’合作协议的正式签署,将给中阿未来的大型机电、能源、交通项目提供坚实的政治保障。”孙岩峰表示,这些都是中阿双方优势互补的项目,将有效提升阿方“自我造血”能力,对还未签署“一带一路”协议的拉美国家产生示范效应。

经贸关系走深走实

中阿合作的突飞猛进,一定程度上是中拉经贸关系日益紧密的生动缩影。当前,“一带一路”倡议已与中国经济及发展理念同拉美国家发展紧密地联系在一起。在中国发展的带动下,阿根廷等拉美国家的贸易平衡得到极大改善,经济复苏与转型进程不断提速。

在全球疫情肆虐之下,中国与拉美地区虽分属地球两端,但较强的经济互补性使双方贸易往来保持强劲韧性。2021年中拉进出口总额突破4500亿美元大关,较2020年增长41.1%。中国继续保持拉美第二大贸易伙伴国地位,对拉美地区进出口额均创新高。樱桃、西梅、桃子等来自南美洲的水果受到越来越多中国消费者青睐,而电动汽车、手机、小家电等“中国制造”也持续融入拉美人民生活。

与此同时,中国对拉美投资的步伐不断加快,为拉美经济复苏和增长提供了持续动力。截至2021年7月,中国在拉美直接投资存量已超4500亿美元,占中国对外投资总存量的19%。特别是在基础设施领域的投资,正不断给拉美国家发展带来新红利。当前多家中资企业已在交通、电力、水利等多个领域开展对拉投资业务,推动当地产业不断提质升级,并创造了大量就业岗位。

“拉美多国正处于经济转型关键时期,迫切需要优质基础设施和先进技术,以提高贸易和物流效率。中国不仅弥补了其资金缺口,中国商品、中国技术更在拉美地区树立了良好口碑。”南开大学教授、中国拉丁美洲史研究会副理事长王萍表示,在“一带一路”倡议推动下,中拉经贸合作还有很多潜力有待挖掘,未来可在清洁能源、数字经济、医疗物资、新基建等领域拓展更大合作空间。

合作难题亟待破解

中拉在经贸领域契合点多、合作意愿强。“一带一路”为双方提供了更大的舞台,擘画出更加光明的前景。但是,中拉双方也面临着一些亟待解决的难题与短板。

首先,拉美地区的政治生态不甚稳定。从外部看,美国在拉美地区推出的“新门罗主义”带有强烈排外倾向,仍错误地以冷战思维审视

他国与拉美地区的合作;同时拉美多国正处于选举年,政府更迭、政策转向速度较快。“中拉双方应进一步加强政治互信,建立全天候的合作关系,确立双方对拉关系的正确认识。”孙岩峰表示。

其次,中拉在“软联通”方面仍存在短板。中拉地理距离相距甚远,在语言、文化以及经营理念等方面存在差异,中资企业在拉美投资政策、税收制度、施工标准和法律规范等方面经常遇到棘手问题。王萍告诉记者,当前拉美国家更希望以政府与社会资本合作(PPP)模式展开合作,但是中资企业在此模式上起步晚,经验相对不足,与欧洲公司相比在拉美PPP项目中的参与度较低。

再次,新冠肺炎疫情对拉美经济的影响仍在持续。这加剧了拉美地区在疫情前就已存在的经济危机。金融市场时有震荡,主权债务违约风险时有发生,这些不稳定因素构成了拉美营商环境的不确定性。岳云霞表示,经济问题衍生的失业、贫困、收入差距较大等问题,又加剧了当地社会动荡,导致营商环境风险升级。

在百年变局叠加世纪疫情背景下,中拉经贸合作将在多重考验下奋力前行。相信在“一带一路”倡议的指引下,中国和拉美国家将进一步夯实各领域合作,为促进共同发展、实现富民强国携手同行,朝着构建人类命运共同体方向不断迈进。

美妆外企微观观察

近日,多家国际知名美妆企业公布2021年四季度及全年业绩“成绩单”。据统计,包括欧莱雅、宝洁、资生堂、爱茉莉太平洋等在内的11家公司,2021年美妆个护业务总销售额超过9000亿元。

随着新冠肺炎疫情常态化,消费者被抑制的消费意愿爆发,成为拉动美妆企业业绩增长的关键因素。财报显示,2021年,欧莱雅集团销售额达322.8亿欧元(约合人民币2313.6亿元),同比增长16.1%;资生堂集团销售额突破万亿日元大关,达10351.65亿日元(约合人民币570.38亿元),增长12.4%;韩国的爱茉莉太平洋集团销售额达53261亿韩元(约合人民币282.8亿元),增长8%。

这些增长的数据一方面体现了大众在“面子”这方面消费需求的显著增加,另一方面也揭示出美妆行业的趋势变化——高端美妆产品成为消费者的“宠儿”。

欧莱雅集团财报显示,2021年,其高档化妆品业绩强势反弹,成为集团最大的事业部。资生堂集团旅游零售渠道的销售额增长18%,其中主要涉及高档产品。2021年10月至12月,全球最大香水公司科蒂集团高端美妆终端销售额的增长幅度显著提升。

此外,多家公司均提及中国市场的贡献,称中国市场成为公司业绩的“第一增长极”。2021年,欧莱雅集团在中国市场上的业绩取得两位数增长,实现了两倍于美妆市场平均水平的增速;联合利华在中国市场增长14.3%;中国市场占资生堂集团整体业绩的比例,由2019年的19.1%提升至2021年的26.6%,仅次于日本市场的26.7%。

2021年的业绩表现让这些公司对市场前景的期待较为乐观,尤其对中国市场期待均很高。市场研究机构数据显示,2021年中国美容和个人护理市场的规模超过560亿美元,到2025年将达到780亿美元。不过,随着中国本土美妆品牌强势崛起,这些跨国品牌将面临不小挑战,要想继续领跑中国市场,还要下功夫。



视频报道请扫二维码

本版编辑 徐胥 刘畅 美编 高妍

新加坡拟增税缓解公共支出压力

本报驻新加坡记者 蔡本田

新加坡政府拟分两步上调消费税

1 2023年1月1日起

由目前的7% 上调至8%

2 2024年1月1日起

从8% 上调至9%



新加坡城市景观。(新华社发)

近日,新加坡政府发布2022财年预算案,主要内容涉及缓和新冠肺炎疫情冲击、扶弱济贫、税收制度调整以及实现绿色转型、推动可持续发展等方面,尤其是调高消费税的内容引人关注。总体来看,新预算案体现了新加坡政府“惠民生、增税收、保发展”的思路。

预算案的税制调整措施主要包括两个方面,一方面是上调消费税,自2023年1月1日起由目前的7%上调到8%,2024年1月1日起再上调到9%。政府增加的收入,将用于支持日益增长的医疗支出和照顾年长者。新加坡政府的医疗支出在过去10年间成倍增长,预计2030年将升至270亿新元,占国内生产总值的3.5%。另一方面是实施更公平的税收制度,提高个人所得税、房地产税、豪华车附加注册费等,让富人多缴税费和承担更多社会责任。此举旨在以公平和累进的方式为政府提供更多可持续的收入来源,缓解政府日益增大的医疗保健等公共支出压力。

新加坡财政部长黄循财表示,公平和累进的税制有助于社会团结,减少不平等现象和加强社会共识,以应对不确定性日趋增多的后疫情时代。政府调高消费税,是全面考量了新冠肺炎疫情、新加坡经济形势和通胀前景后作出的决定。政府将继续研究各类财富税的征收问题,包括资本利得税、股息税,以及直接对个人征收净财富税等。

对于政府的举措,当地居民大体表示理解,但也有担忧。新加坡市场调查机构“环境洞察”2月22日发布的针对1000名本地居民进行的网络调查报告显示,受访者中有65%的人理解消费税上调,49%的人认为消费税应在疫情结束后

再调高,48%的人表示愿意为了帮助低收入群体和支持医疗而缴付较高的消费税,低收入居民则对消费税的上调比较担忧和有压力。此外,也有极个别人士担心消费税调高,可能影响新加坡的投资环境和竞争力。

为缓解国民对物价上涨和消费税调高的担忧,新加坡政府将提供66.4亿新元的“定心援助配套”,内容包括为大部分家庭抵消至少5年的额外消费税支出,为低收入家庭抵消约10年的额外消费税支出;实施涵盖所有国民,尤其是中

低收入家庭及一老一小的多种补贴计划;政府将从2023年1月1日起冻结所有政府费用和收费一年;为中低收入家庭推出加强版消费税补助券计划等。

预算案的另一大亮点是强调新加坡必须加强数字能力和推动绿色转型,实现可持续发展,以迎接中长期挑战,并在激烈的国际竞争中保持领先地位。一是政府将推出中小企业“生产力提升计划”“新加坡企业国际化计划”和“新加坡国际化企业领袖培育计划”,继续在数年内投

专款提升企业和员工的数字化能力。二是推进实施经济转型的绿色转型计划。将提高碳税水平,鼓励企业从国际市场购买碳信用,发放绿色债券支持绿色基建。

新加坡商界认为,预算案在协助商家和中小企业应对短期挑战的同时,为后疫情时代的经济增长做准备。新加坡中华总商会会长黄山志在回应预算案的声明中说:“今年的预算案为新加坡经济反弹,以及新加坡迈向疫情后的未来奠定了坚实基础。”