

全力以赴稳外贸稳外资促消费

——商务部有关部门负责人谈落实中央经济工作会议精神

本报记者 冯其予

商务部市场运行和消费促进司司长徐兴锋：

激发有潜能的消费

中央经济工作会议提出，推动消费从疫后恢复转向持续扩大。商务部市场运行和消费促进司司长徐兴锋表示，中央经济工作会议系统部署了2024年经济工作，为做好2024年乃至更长时期经济工作指明了前进方向、提供了根本遵循。“我们将抓好各项政策落地开花，激发有潜能的消费，为巩固和增强经济回升向好态势、更好满足人民美好生活需要提供有力支撑。”徐兴锋说。

2023年“消费提振年”期间，商务部多措并举促进消费持续恢复和扩大。国家统计局数据显示，2023年1月至11月，社会消费品零售总额达42.8万亿元，同比增长7.2%，为国民经济回升向好发挥了重要支撑作用。

徐兴锋表示，2023年，商务部重点开展了以下工作：

一是办活动，营造浓厚消费氛围。组织开展全国消费促进月、绿色消费季、国际消费季等六大主题活动，举办“百城联动”汽车节、“千县万镇”新能源汽车消费季、家居焕新消费季、中华美食荟、老字号嘉年华等专题活动，举办进博会、消博会等重点展会，全年推出52个消费场景，营造良好消费氛围，着力提振消费信心。

二是出政策，着力稳定重点消费。推动出台恢复和扩大消费的措施，会同相关部门出台促进汽车、家居、绿色智能家电、纺织服装消费及推动汽车后市场高质量发展等若干措施，印发促进内外贸一体化发展、加快生活服务业数字化赋能等政策举措。持续开展家电以旧换新、绿色智能家电下乡、绿色建材下乡。

三是拓新型，持续激发消费活力。提升网络消费，举办全国网上年货节、双品网购节，深化“数商兴农”。促进绿色消费，支持新能源汽车消费，完善报废机动车、废旧家电家具等再生资源回收体系。扩大品牌品质消费，加强商务领域品牌建设，推进老字号创新发展，完成已有中华老字号复核，开展新一批中华老字号认定工作。

四是优载体，不断改善消费条件。深化国际消费中心城市培育建设，城市国际影响力、消费带动力、中心辐射力不断增强。截至目前，已认定19条全国示范步行街、12个全国示范智慧商圈、16个智慧商店，建设2973个一刻钟便民生活圈，涉及商业网点60多万个，服务社区居民约6000万人。实施县域商业三年行动，着力补齐农村流通基础设施和服务短板，加快贯通县乡村电子商务和物流快递配送体系。

徐兴锋表示，通过举办“2023消费提振年”系列活动，提振了消费信心，恢复了市场活力，取得了积极成效。

2024年商务部将坚持“政策+活动”双轮驱动，突出重点品类、节庆时令等，继续组织开展丰富多彩的促消费活动，打造更多商旅文体融合消费新场景，营造良好消费氛围。

在科技赋能驱动下，新型消费日益成为消费增长的新空间和发展的新动能。徐兴锋表示，下一步，要大力发展数字经济消费，加强部门协作，支持直播电商、即时零售等新业态新模式健康发展，推动传统商业数字化改造，加快生活服务业数字化赋能，结合节庆开展网络主题促销，打造

数实融合消费新场景，激发数字消费活力。扩大绿色消费，总结推广国内外知名企业推动可持续消费的经验做法，持续推进绿色智能家电、绿色建材下乡，健全报废机动车、废旧家电家具等再生资源回收体系，不断提升消费的“含绿量”，降低“含碳量”。促进健康消费，积极会同有关部门，聚焦健康运动、健康饮食、康养托育等领域，优化健康商品和服务供给，更好满足健康消费需求。推动国货“潮品”消费，促进老字号守正创新发展，支持新消费品牌发展壮大，促进丝绸等行业高质量发展。

同时，稳定和扩大传统消费。商务部将落实好已出台政策，谋划更多增量政策，形成促消费“组合拳”。全链条促进汽车消费，鼓励汽车更新消费，着力稳住新车消费；组织开展新能源汽车下乡，提振新能源汽车消费；完善二手车信息查询平台，扩大二手车流通；促进汽车赛事、房车露营等汽车后市场发展，推动汽车由交通工具向消费文化转变。扩大家居消费，聚焦绿色、智能、适老3个重点方向，抓住样板间、周转房、储藏室、回收站这4个关键，深入推进家居消费政策落地，持续开展“家居焕新消费季”活动，着力疏堵点、破卡点、解难点，加快释放家居消费潜力。促进家电消费，组织举办“2024全国家电消费季”，指导各地广泛开展促消费活动，打造多元消费场景。扎实推进家电维修后服务提升行动，指导各地培育家电维修后服务领跑企业，加快提升售后服务水平。

“服务消费与民生福祉紧密相关，是

满足人民美好生活需要的重要内容，也是消费结构优化升级的主要方向。”徐兴锋表示，商务部将完善支持政策措施，研究制定促进服务消费发展的政策文件，激发服务消费潜能，推动服务消费提质扩量。搭建服务消费平台，会同相关部门举办“服务消费季”活动，围绕重点领域创新消费场景，激发消费潜力。加快生活服务业数字化赋能，落实刚刚印发的《关于加快生活服务业数字化赋能的指导意见》，会同相关部门提升商贸等领域数字化水平。促进餐饮业高质量发展，制定相关政策措施，举办2024年中华美食荟系列活动，打造餐饮消费热点。积极扩大家政服务消费，开展“生活服务招聘季”活动，弥补家政服务人员供给缺口；实施家政服务人员技能升级行动，着力提升家政服务质量。

此外，消费环境是推动消费优化升级的基础条件。徐兴锋表示，在城市，商务部将持续深化国际消费中心城市培育建设，支持相关城市加强体制机制创新，强化交流互鉴、宣传推广，打造消费领域开放高地、创新高地。逐步完善以步行街为引领、智慧商圈为支撑、便民生活圈为基础的城市商业体系，便利居民消费。在农村，商务部将加快补齐乡村商业短板，高质量发展农村电商，构建设施完善、双向顺畅的农村流通网络，深入实施“数商兴农”，便利工业品“下乡”和农产品“进城”，释放乡村消费潜力。同时，加快建设全国统一大市场，进一步推进内外贸一体化，开展“诚信兴商宣传月”20周年系列活动，营造良好营商和消费环境。



沈阳市老北市景区旅游休闲街区吸引大批市民和游客游玩。
黄政伟摄(中经视觉)

扩大程

中央经济工作会议提出，扩大高水平对外开放。商务部国际经贸关系司司长余本林表示，党的二十大报告提出，要推进高水平对外开放，扩大面向全球的高标准自由贸易区网络。截至目前，中国已与29个国家和地区签署了22个自贸协定，自贸伙伴覆盖亚洲、大洋洲、拉丁美洲、非洲和欧洲，我国与自贸伙伴贸易额占外贸总额的三分之一，立足周边、辐射“一带一路”、面向全球的高标准自贸区网络初见成效。

2023年，商务部贯彻落实中央部署要求，持续扩大面向全球的高标准自贸区网络，取得了一系列亮眼成绩。

对接国际高标准经贸规则取得新进展。我国主动对接《全面与进步跨太平洋伙伴关系协定》(CPTPP)和《数字经济伙伴关系协定》(DEPA)规则，积极推动加入两个协定进程。加入DEPA工作组成立后，举行各层级磋商10余轮，完成所有条款的初步讨论。同时，商务部协同相关部门，主动对照CPTPP和DEPA有关规则，推进知识产权、数据流动、商用密码等相关领域改革，积极开展先行先试。2023年，商务部推动出台有条件的自贸试验区和自由贸易港试点对接若干措施、支持上海自贸试验区全面对接总体方案，为进一步深化国内改革探索路径、积累经验。

对外签署自贸协定量质同步提升。2023年我国在商签新协定上取得“3+1”丰硕成果，签署与厄瓜多尔、尼加拉瓜、塞尔维亚等3个自贸协定和与新加坡自贸协定进一步升级议定书。与洪都拉斯启动自贸协定谈判并实质性完成早期收获谈判，积极推动中国—东盟自贸区3.0版谈判以及海合会、秘鲁、新西兰、韩国等的自贸协定谈判或升级谈判。同时，协定开放水平较过去也有新的提升。中尼、中新自贸协定中均以负面清单模式作出服务贸易和投资开放承诺，标志着我国自贸谈判进入高标准负面清单时代，有利于加快推动政府职能转变，不断扩大服务投资开放水平。

自贸协定实施和宣介成效显著。我国会同自贸伙伴审议各协定实施情况，坚持问题导向，推动共同高质量实施，并支持地方结合《区域全面经济伙伴关系协定》(RCEP)等自贸协定，因地制宜出台针对性的对接落实举措。同时，举办系列专题培训，帮助企业更好利用优惠政策。以RCEP为例，2023年聚焦石化、汽车、纺织、机电等行业以及针对中小企业共举办5场稳链固链系列专题培训，协定2022年生效以来参训人次达130万，推动地方、行业和企业从协定实施中获得实惠。

余本林表示，2024年，商务部将继续按照党中央、国务院有关决策部署，落实好中央经济工作会议精神，从三个“进一步”着手，扩大面向全球的高标准自贸区网络，通过自贸协定谈判助力高水平开放，推动高质量发展。

进一步加大自贸协定谈判力度。将继续推动与有关国家和地区的自贸合作进程，力争进一步扩大我国自贸伙伴“朋友圈”。力争结束中国—东盟自贸区3.0版谈判以及洪都拉斯、秘鲁的自贸协定谈判或升级谈判。启动一批与相关国家的新自贸协定谈判。继续推动与海合会、挪威、新西兰、韩国、瑞士、孟加拉国等自贸合作。我们将以此为目标，不断为面向全球的高标准自贸区网络添砖加瓦。

进一步提升自贸协定开放水平。将以自贸协定谈判为抓手，提升货物贸易零关税产品比例，并着力以负面清单方式全面推动服务贸易和投资扩大开放，积极纳入数字经济、绿色经济、标准认证、政府采购等高水平经贸规则。比如，扩大数字产品市场准入，提升电信、医疗、旅游、法律等服务贸易开放水平，推动新能源汽车、光伏、建筑工程等领域“走出去”，与自贸伙伴积极拓展在电子单证、跨境电商、数据治理领域的合作等。同时，积极推进加入《全面与进步跨太平洋伙伴关系协定》(CPTPP)和《数字经济伙伴关系协定》(DEPA)，主动对照相关规则，继续做好自主开放，协同开展先行先试，为进一步提升自贸协定开放水平提供支撑。

进一步提高自贸协定的利用率。将继续高质量实施现有自贸协定，解决企业面临困难，通过宣介培训帮助企业更好惠享，进一步促进商品、服务、投资在自贸区内自由便利流动，推动我国与自贸伙伴产业链供应链深度融合。据统计，《区域全面经济伙伴关系协定》(RCEP)的实施，推动2022年中国对该协定成员国的中间品出口同比增长11.5%，中国成为区域内最大的中间品贸易国。汽车、石化、纺织、电子等行业的原材料贸易更多在区域内聚集，我国与RCEP成员国的产供应链相互依存、日益紧密。同时，自贸协定实施降低了关税，便利了贸易。东盟国家的榴莲、山竹等热带水果，智利、秘鲁的车厘子、蓝莓、葡萄酒，新西兰的乳制品、牛羊肉等优质产品，以更加低廉的价格走进千家万户，为广大消费者带来实惠。

商务部对外贸易司司长李兴乾：

加快培育外贸新动能

中央经济工作会议提出，要加快培育外贸新动能，巩固外贸外资基本盘，拓展中间品贸易、服务贸易、数字贸易、跨境电商出口。商务部对外贸易司司长李兴乾表示，2024年，我国将加快培育外贸新动能，推动外贸回稳向好，巩固外贸外资基本盘。

据世贸组织数据，2023年前三季度全球总出口额同比下降5.6%。不少出口导向型经济体陷入负增长困境。李兴乾分析，在这样的大环境、大背景下，中国仍保持了国际市场份额基本稳定，特别是贸易活跃度保持较高水平，进口、出口贸易量实现“双增长”，充分体现了中国外贸的韧性，也展现出中国发展的底气。

2023年中央经济工作会议对于外部环境有着明确的判断，那就是“复杂性、严峻性、不确定性上升”。李兴乾表示，有关特征在外贸领域主要体现在3方面：一是外需走势尚不明朗。多边机构普遍预测，世界经济将处于低位运行状态，而且各地区分化严重，需求增长动力不足。二是非经济因素变量增多。很多地缘政治因素很有可能外溢至经济贸易领域，不同程度干扰全球产业链供应链顺畅运行。三是贸易保护主义抬头。全球范围内的关税和非关税贸易壁垒明显增多，一些国家和地区针对中国优势出口产品出台限制措施，损害了中国外贸企业的利益。

“我们要充分正视外贸发展面临的困难挑战，但同时也要看到，一些回稳向好的积极因素仍在不断集聚。”李兴乾表示，一方面，消费电子行业正在触底反弹，复苏前景看好。行业预计消费电子及半导体产业正在走出下行周期，世界半导体贸易统计组织(WSTS)预测，2024年全球半导体销售额将增长13.1%。近几个月，中国手机、家电等消费电子产品出口回升势头明显，在终端产品带动下，集成电路进口量连续3个月正增长。另一方面，新产品和新业态活力充沛。“新三样”、储能产品等引

领绿色低碳转型升级的产品契合全球能源发展需要，机器人、扫地机等数字赋能智慧产品深受消费者喜爱，市场空间仍然很大。跨境电商、海外仓、保税维修等新业态新模式蓬勃发展，也将为企业提供更多的贸易机会。同时，中国坚定对外开放、优化贸易环境，给各类主体提供信心和预期。随着一系列自贸协定升级、共建“一带一路”合作成果落地显效，多双边经贸合作将迎来更加便利的发展条件和更加广阔的发展空间。

面对新形势新任务，党中央着眼于贸易高质量发展，在中央经济工作会议上部署拓展“中间品贸易”和“跨境电商出口”，为2024年外贸发展提出了更加明确、更为具体的要求。

中间品包括原材料、半成品、零部件等。李兴乾认为，拓展中间品贸易的重要性可以从3方面来理解和把握：一是顺应世界贸易发展潮流。随着经济全球化发展，中间品贸易占全球贸易的比重持续上升，2022年中间品占全球总出口的56%左右，已成为全球贸易增长的主要推动力。我国中间品出口占比约47%，有进一步增长空间。二是促进供应链国际合作。各国重视引进中间品，增加本土制造能力。中国产业体系配套完整，有能力向世界各国提供优质的中间品，帮助贸易伙伴国提升制造业水平，增加出口创汇能力，有利于各国互利互惠、共同发展，建立有韧性有活力的全球产业链供应链。三是为世界经济复苏增添动力。当今世界经济复苏动力不足，国际贸易增速放缓。中国是全球货物贸易第一大国，也是中间品进口第一大国，2022年进口中间品2.2万亿美元。中国积极主动扩大中间品进口，将为世界各国中间品进入中国市场创造机遇，增强各国发展动能。

李兴乾表示，接下来商务部将重点做好3方面工作：一是开展供需对接、举办专业展会，全面深化贸易投资合作。二是深化规则标准等领域的国际

交流合作，进一步提高贸易和投资便利化水平。三是搭建平台、举办培训，着力提升国内中间品企业供给能力。“我们愿与世界各国一道，共同努力，构筑安全稳定、畅通高效、开放包容、互利共赢的全球产业链供应链体系。”李兴乾说。

作为发展速度最快、潜力最大、带动作用最强的外贸新业态，跨境电商正在成为国际贸易的重要发展趋势。李兴乾认为，现阶段跨境电商发展有3方面主要特征：一是规模处于快速增长期。跨境电商出口规模占整体出口的比重已超过7%，主体超10万家，独立站超20万个，跨境电商海外仓超1500个，面积近1900万平方米。二是开辟了高效的贸易渠道。跨境电商突破时空限制，减少中间环节，可以帮助众多中小微企业以更低成本、更高效率参与国际贸易。三是市场需求正在快速拓展。疫情之后，各国居民消费方式正在发生变化，网购成为新时尚。世贸组织预测，到2030年数字技术将促进全球贸易量每年增长1.8个至2个百分点。

围绕扩大跨境电商出口，下一步商务部将重点抓好4项工作：一是加强政策赋能。持续完善通关、税收、外汇等方面政策，提升监管便利化水平，助力企业降本增效。二是优化

贸易环境。充分发挥行业组织作用，培育配套服务企业，加强人才培养，加快构建适应跨境电商发展的产业链和生态圈。三是强化主体培育。聚焦平台合规、知识产权保护等企业关注问题举办培训，加强企业能力建设。四是深化国际合作。支持综试区、行业组织和企业等积极参与“丝路电商”“一带一路”经贸合作。积极对接高标准国际经贸规则。

2024年商务部在稳外贸、推进外贸高质量发展方面有哪些工作考虑？李兴乾表示，将主要从4方面开展工作：一是出台新政策。商务部正在研究储备新一轮贸易政策措施，将适时推动出台，帮助企业降本增效。二是开拓新市场。继续办好进博会、广交会等重要展会，支持企业参加境外展会。既要开拓新兴市场，又要拓展传统市场细分领域。三是培育新动能。要以数字化、绿色化赋能中国外贸，加快培育外贸新业态新模式，支持“新三样”等绿色产品扩大出口，支持有竞争力的智慧产品扩大出口。四是积极扩大进口。促进进口与产业深度融合、高效联动，更好满足人民群众对美好生活的需要。



多艘大型集装箱船在海口港码头装卸货物，港区内车来车往，一派繁忙景象。杨鹤摄(中经视觉)