



引资总量再创历史新高 经济活力增强未来信心

海外声音

中国扩大新冠疫苗接种计划

中国一名卫生官员1月27日表示,中国已注射约2280万剂新冠疫苗,并将在2月春节假期和春运高峰到来之前加大接种力度。自2020年12月中旬以来,这个世界上人口最多的国家为防止冬季和春季疫情的暴发,扩大了针对性接种疫苗的计划,将更多感染病毒高风险的人群优先包括在接种范围内。目前,中国在全国范围内计划将医疗、运输和食品服务行业的工人、员工和出国留学等重要群体列为优先考虑的疫苗接种对象。北京市东城区一些社区表示,年龄在18岁至59岁之间的居民,只要没有可能导致疫苗产生不良反应的健康问题,就可以开始报名接种疫苗。

——据路透社报道

中国吸引外资仍然“磁力”十足

本报记者 李嘉宝

外企纷纷加码

“西方公司继续向快速增长的中国注入资源。”美国《福布斯》杂志近日刊文称,高盛和摩根大通都获得了其中国合作伙伴的全部所有权,百事公司也斥资7.05亿美元收购了一个中国零食品牌。

“沃尔玛表示未来5年将在武汉投资30亿元人民币;特斯拉正在扩大上海工厂的产能,并打算再建立一个研究中心;迪士尼公司计划在上海迪士尼乐园建设一个新的主题园区……”《华尔街日报》盘点了各大外企在中国扩大投资的行动,由衷感叹:“外国公司将中国视为其产品的生产基地和重要的增长市场。”该报道还指出,此前有分析认为,外国企业试图减少在供应链环节对中国的严重依赖,但外商在华投资的韧性与该预期恰恰相反。

日本贸易振兴机构不久前的一份调查报告显示,只有9.2%的日本企业表示正在或考虑将产能迁出中国,该数据创下5年来最低水平。

西班牙《加利西亚之声》报道称,西班牙众多跨国公司高管表示,在华业务的增长是公司2020年营收的重要支撑。

CNN观察到,2020年美国FDI下降49%,中国首次超越美国,成为全球最大外资流入国,这表明“一些外企正在放弃对美国的投资,转而在中国押下重注”。

西班牙《经济学家报》网站近日报道称,各大资产管理公司纷纷提高了新兴市场在其投资组合中的比重,中国股市被认为最具吸引力。

国际论道

联合国贸易和发展会议近日发布报告显示,2020年中国吸引外国直接投资(FDI)增长4%,达到1630亿美元,居全球之首。其中,高科技领域的外国直接投资增长11%,跨境并购增长54%,主要集中在信息和通讯技术以及医药行业。

受新冠肺炎疫情冲击,2020年全球FDI大幅下降42%。面对严峻复杂的国际国内形势,中国引资总量再创新高,且结构更加优化,显示出吸引全球投资的强劲“磁力”,引发各大外媒高度关注。

引资魅力不减

中国缘何成为全球资本青睐的热土?外媒纷纷探究中国吸引力的来源。

彭博社援引美国某咨询公司分析师的观点称,包括美国企业在内的外国公司将继续在中国投资,原因是中国仍是全球最具韧性的经济体之一,中国未来的增长潜力仍强于其他大多数经济体。

CNN认为,中国能够成为2020年全球最大外资流入国,主要原因在于中国对新冠肺炎疫情的严格防控。“在世界其他主要经济体仍深陷新冠肺炎疫情中时,中国率先恢复了经济增长并保持着强劲复苏态势。”

英国路透社近日报道称,作为世界第二大经济体,中国经济复苏速度“快得令人惊叹”,这是中国吸引外资的最大亮点。

中国大市场活力十足,持续释放强劲“磁力”。此外,不断优化的营商“软环境”

也增强了外商投资的热情和信心。

今日俄罗斯电视台援引专家观点称,中国FDI位列世界第一,与疫情期间国家大规模扶持经济的措施是分不开的。中国政府的行动使得工业和消费部门迅速复苏成为可能。此外,中国政府近几年的努力为如今国际投资蜂拥而至奠定了基础。例如,中国制定了鼓励投资的相关法律,还实施减税政策,降低了外商来华投资成本。

美国CNBC网站注意到,无论是在商业项目上,还是在当地金融市场上,中国政府有吸引更多外资的意愿。这种中外合作促进了人民币的国际化,也为当地市场带来更多就业机会。

“在全球最大的市场——中国市场上做生意是大有可为的。”俄罗斯自由媒体网站刊文称,中国创造了一个良好的投资环境,促使西方企业家向中国提供大笔投资,随之而来的还有新技术。“中国FDI稳定增长表明,中国政府逐步放松对外资的限制并扩大优惠的政策是正确的。”

外界持续看好

近日,国际货币基金组织发布《世界经济展望报告》更新内容,预测中国将是唯一一个有望实现自2020年起连续三年正增长的主要经济体,作为全球经济稳定器的作用凸显。

中国经济表现亮眼,外资企业共享发展红利。中国商务部近期调查显示,近六成外资企业2020年营业收入、利润实现增长或持平,近九成企业对未来前景持乐观或谨慎乐观态度。

西班牙《经济学家报》援引投资界人士的观点指出:“我们看到中国国内消费持续回升,消费者信心正在增强。现在不是要不要投资中国的问题,而是要在中国投资多少的问题。”

《华尔街日报》援引联合国贸易和发展会议估算的数据指出,2020年中国FDI全球占比大幅提升至19%,这表明中国“正加速走向国际金融的中心”。该报道还指出,随着新冠肺炎疫情蔓延加剧全球经济重心的东移,中国正在向全球经济中心的地位迈进。

图①:近日,北京经济技术开发区内,外企瓦里安医疗北京研发和生产基地的工人在组装产品。张天宇摄(人民视觉)

图②:1月19日,二连浩特口岸出入境边防检查站,执勤民警正在对通关车辆进行车体检查。郭鹏杰摄(人民视觉)

图③:2020年11月5日,一家新西兰外资企业代表展示刚领取的营业执照和食品经营许可证。新华社记者方喆摄

图④:深圳蛇口(2020年10月8日摄)。新华社记者毛思倩摄



截至1月19日,北京市已完成重点人群第一剂新冠疫苗接种,累计接种人数超过190万。图为1月26日,接种人员有序步入设立于北京市朝阳区规划艺术馆的接种点。

新华社记者 刘金海摄

武汉经济呈现加快复苏态势

在黄鹤楼,游客们来来往往,虽然人数不像两年前那么多,但在新冠肺炎疫情仍在全球肆虐的时候,景点能够开放并且有游客,就已经很了不起了。

黄鹤楼售票处的工作人员表示,武汉的旅游点几乎都是免费或半价,这项措施使武汉的旅游在几个月内得以重振。

站在黄鹤楼上眺望,可以看到光谷,那是该市的经济技术开发区,是一片到处都是摩天大楼、高级酒店和跨国企业的巨大区域。

2020年,武汉的经济运行呈现加快复苏态势,主要商业区又出现了源源不断的人流。当地官员表示,我们的城市与中国其他地区一样,实现了“V”形复苏。

中国政府为武汉经济复苏投入大量资金,为帮助受疫情冲击的餐饮业,当地还实施了减免税收、租金和水电费等一系列措施。许多大型企业扩大了在武汉的业务和办事处。武汉的经济刺激措施在中国其他地区也有体现。中国政府为鼓励投资和消费而减轻税负,向中小企业提供优惠贷款,减免企业需缴纳的社保费用,从而率先发动经济引擎,实现经济复苏。

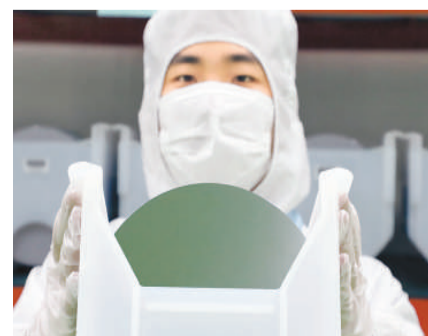
——据西班牙《世界报》网站报道

购买国货成年轻一代新潮流

中国越来越多年轻人喜欢并积极购买国货,而不是选择以前大受欢迎的外国产品。2020年底,中国媒体对全国约1000名大学生进行的问卷调查显示,约八成大学生“支持中国本土品牌”,约四成大学生说买东西时“会优先选择国货”。

中国的新兴经营者善于捕捉年轻人的消费动向并成功将其商品化。他们大多年龄在20至40岁之间,成长在21世纪的中国,不仅善于观察潮流趋势,还谙熟吸引年轻消费群体的经营手段。从产品质量上看,曾被称为“世界工厂”的中国,制造技术早已不容小觑。从20世纪九十年代后半期开始,世界各地企业纷纷进军中国市场,中国参与了各类产品制造并积累了很多经验,这有助于提升“中国制造”的质量水平。

——据日本“现代商务”网站文章



1月18日,辽宁锦州神工半导体股份有限公司生产的8英寸半导体硅抛光片产品正式下线,标志着该公司半导体大硅片生产布局进入新的阶段,向“半导体材料国产化”目标迈进了坚实的一步。图为一名工作人员正在展示产品。蔡壮摄(人民视觉)

专家解读

中国品牌汽车走俏中东

受访专家:北京科技大学经济管理学院教授、中国工业经济学会副理事长 何维达



当前,越来越多中国品牌汽车在中东国家受到消费者欢迎。据“阿拉伯商务网”近日报道,沙特、伊朗、阿尔及利亚等国已成为中国品牌汽车在中东及北非地区的主要销售市场。

埃及中国商会的数据显示,2020年1—11月埃及汽车市场整体销量超过20万辆,同比增长26.61%;中国汽车同期在埃及销售约4.3万辆,其中乘用车销量约3.3万辆,同比增长82.17%。

上图:近年来,随着乘用车消费市场逐渐回暖,广汽乘用车有限公司新疆分公司依托乌鲁木齐国际陆港区中欧班列的优势,积极拓展“一带一路”沿线国家市场和销售渠道,产品逐步远销中亚、中东及俄罗斯。图为2020年9月8日,工人在广州汽车集团乘用车有限公司新疆分公司生产车间装配汽车。

蔡增乐摄(人民视觉)

中国品牌汽车正凭借其越来越好的产品品质、及时周到的售后服务、与时俱进的技术研发以及对客户需求的深度理解与快速响应,在中东市场日益崭露头角。2020年,中东占中国品牌汽车出口海外份额的33%。其中,沙特和埃及崛起,成为中国品牌汽车在中东地区的第一和第二大市场。

在客车市场,中国品牌汽车受到欢迎。在2006年成功服务多哈亚运会后,海格客车逐步提高卡塔尔的市场占有率,目前保有量近5000台。

新能源车型渐成中国品牌汽车拓展中东市场的新亮点。宇通客车近期与卡塔尔国家运输公司签订的1002辆2022年卡塔尔世界杯车辆供应及服务合同,其中包括741辆纯电动客车,这批车辆将助力卡塔尔成为中东第一个客车大规模电动化的国家。

对中国各大汽车品牌而言,中东地区一直是潜力巨大的市场。

从需求端来说,沙特、埃及、伊朗、阿联酋、以色列、科威特等中东国家都是比较富裕的国家,对以汽车为代表的消费品购买需求旺盛。除了对欧美高端品牌汽车有购买需求外,中东国家的中产阶层对质优价廉的中低端汽车也有较大需求。这就给中国品牌汽车进入中东市场提供契机。

从供给端来说,受新冠肺炎疫情冲击,不少欧美国家的汽车出口受到诸多限制,而中国较早控制住疫情,可以为中东地区提供放心的产品和服务。此外,近年来,中国品牌汽车的质量不断提升,品牌也逐渐在海外市场打响。高性价比让中国品牌汽车逐渐在中东市场站稳脚跟。

为了打开中东市场,中国车企下了不少功

夫。一方面,中国车企在中东市场进行了充分调研,根据当地居民的驾驶习惯,对汽车的安全性进行改进;另一方面,中国车企在完善售后服务方面也做了功课,建立了一套完善高效的售后服务机制。

与此同时,为整合优质资源、提高竞争优势,越来越多的中国车企从整车出口转向在当地投资建厂,不仅为当地提供了大量就业岗位和技术人才,还推动了中东国家汽车产业链的完善。而遵照当地法律法规实现本土化布局后,中国车企的服务范围和影响力将借助中东市场得到扩展。可以说,中国车企在中东实现本土化布局是一举多得和合作共赢的好事。

当然,中国品牌汽车开拓中东市场也面临不少困境:一是从整体来看,中国品牌汽车在中东市场的占有率较欧美、日韩汽车还有较大差距;二是在中低端市场,中国品牌汽车也面临与其他国家品牌汽车激烈竞争的巨大压力;三是中国品牌汽车在推广销售过程中面临文化融合等问题。

未来,中国品牌汽车要更好地布局中东市场,需要做到以下几个方面:一是要转变思维,树立合作共赢意识,严格遵守当地的法律法规,始终尊重当地的宗教文化习俗,积极和当地民众共享资金、技术、就业岗位等,努力在融入当地的过程中实现可持续发展;二是不断提高技术创新能力和标准化生产能力,持续提升产品的市场竞争力和品牌的国际影响力;三是借助互联网平台和数字传媒技术,因地制宜地扩大中国汽车品牌的宣传力度,加强培养具有国际视野的品牌营销人才。

(本报记者 贾平凡采访整理)