

FINANCIAL INNOVATION

金融創新

革 新 · 專 業 · 情 懷 · 合 作

澳門之於中國與葡語國家關係 —封面故事—

站在國際化與區域化相互交錯的歷史新起點上，中國與葡語國家關係迎來了一個嶄新的時代。

具備橋樑與視窗功能的澳門在中國與葡語國家關係、貿易、文化交流等方方面面如何施展所長，將平台角色、中介角色扮演好，讓人拭目以待。/P21

中國與葡語國家的經貿與外交現狀分析，雙方經濟與文化往來步入新常態，澳門平台角色需革新。

澳門打造“中國與葡語國家商貿合作服務平台”，與“一帶一路”有機結合。



掃一掃
獲取最新訊息



澳門電子金融產業貿易促進會
官方微信公眾號

澳門電子金融產業貿易促進會，簡稱“澳門金促會”，由中國內地、台灣地區、香港及澳門特區的金融業經驗翹楚組成。

促進會關注金融業最新的創新動態，定期舉辦行業交流活動及專家學術討論，助力會員企業快速發展。

今年，促進會首創微信公眾號“澳門金促會”，為促進會成員提供協會管理、資訊以及服務，搭建與時俱進的資源交互平臺，讓全世界的金融領域從業者及愛好者快樂溝通！

歡迎澳門電子金融產業貿易促進會會員關注！



“華商金融圈”是雜誌《金融創新》
官方微信公眾號

《金融創新》由澳門電子金融產業貿易促進會主辦發行，促進會作為行業的改革創新者，旗下雜誌《金融創新》將以專業視野關注全球金融創新，以文化元素牽動華商情懷，以協會榮譽凝聚各界翹楚。

《金融創新》為季刊，定期為各大商戶提供獨到的金融政策解讀、前沿的金融創新成果，為您連結全球金融創新資源。除了紙質版、電子版的閱讀，還開通了微信公眾號“華商金融圈”，秉承開放、分享、共用的信念，與全球華商分享時代最新資訊、行業原創分析。

歡迎全球華商關注交流，攜手共進！



Financial Innovation
Issue 12, October 2015
新聞局登記號：446

地址：

澳門宋玉生廣場181 號至187 號光輝(集團)商業中心17 樓J座

Alameda DR.Carlos D’ Assumpção nº 181-187,

Centro Comercial Do Grupo Brilhantismo 17-Andar Bloco-J,Macau

電話 (853) 2872 8818

(853) 6570 7370

傳真 (853) 2872 3224

郵箱 info@apcife.org.mo

香港灣仔軒尼詩道288號英皇集團中心15樓06室

Flat06,15/F Emperor Group Centre, 288 Hennessy

Road, WanChai, Hong Kong

電話 (852) 2815 0986

傳真 (852) 2838 1533

主辦 澳門電子金融產業貿易促進會

www.apcife.org

出版 澳門電子金融產業貿易促進會——採編部

目錄 CONTENTS

06 金促匯情



※澳門金促會和澳門跨境電商的代表與廣東省跨境電商行業協會執行會長崔敏（左二）合影。

12 編者按

13 澳門搭檯 中國與葡語國家唱戲

14 大事件&大數據

14 大事件 “太空180”大型科學試驗正式啟動

15 大事件 中國與多國共同打擊跨國逃稅

17 大數據 哪些旅遊目的地最受歡迎？

21 封面故事

中國與葡語國家商貿合作服務平台 澳門造

22 中國與葡語國家的經貿與外交現狀——經貿格局不平衡 外交關係存風險

23 中國與葡語國家新常態 澳門平台需革新

25 澳門打造“中國與葡語國家多元合作服務平台”

26 數據 前5月中葡進出口總額同比下降14%

27 數據 印度超中國領跑 巴西慘墊底

28 宏觀

“一帶一路”戰略 中國的全球化

28 政策解讀 全球經濟需動力 中國經濟要轉型

30 政府解讀 “一帶一路”戰略的意義

31 政策 “一帶一路”沿線省份出臺的有關扶持政策

38 專題策劃

中國與葡語國家經貿合作潛力巨大

39 中葡貿易新契機

40 中巴貿易“危”中有“機”

41 中安經濟合作新模式

趨勢
Trends



跨境人民幣業務的發展

▲ 34

進出口迎來正增長
外貿真正回暖？

▲ 36

42 時評

42 以改革創新贏得歷史機遇

43 以問題導向破解發展短板

44 跨境電商重塑外貿格局

46 話題

46 跨境電商新政緩一年 試點城市暫免通關單

48 正面清單再次“擴軍”

49 中國快遞業：業務高速增長下的激烈對抗

51 醫藥電商何去何從

52 地區·熱點

53 佛得角：中佛建交40周年

55 馬來西亞：中馬合建馬來西亞城獲稅務優惠

56 創新/創業

56 知識電商：知識變現的本質與收費知識產品的未來



讀者來信與投稿請寄：Barbara.su@apcife.org.mo

聯繫 執行主編 蘇碟琴

封面故事

Coverstory



站在國際化與區域化相互交錯的歷史新起點上，中國與葡語國家關係迎來了一個嶄新的時代。

具備橋樑與視窗功能的澳門在中國與葡語國家關係、貿易、文化交流等方方面面如何施展所長，將平台角色、中介角色扮演好，讓人拭目以待。

21

金促匯情

會務會情的新聞報導

澳門電子金融產業貿易促進會

- 第二季度活動動態 -

粵自貿區成立一週年—— 金促會分享人民幣跨境研究



※合影。



※理事長王超發表《港澳跨境人民幣結算優勢分析》主題演講。

2016年4月20日，為慶祝廣東自貿區成立一週年，由廣東省商務廳和中國（廣東）自由貿易試驗區工作辦公室指導，廣東省跨境電子商務行業協會主辦的“2016年廣東自貿區（南沙）成立一週年活動暨跨境電商新政宣講”在廣州南沙自貿區舉行。澳門電子金融產業貿易促進會應邀出席，並作為兩岸三地跨境電商聯盟成員代表，在宣講會上與300多位當地政要、行業知名企業家、資深專家等分享了《港澳跨境人民幣結算優勢分析》主題演講。

時值廣東自貿區成立一周年，在中央及省政府有關部門的支持下廣東自貿區全力開啟對外開放新格局，積極發揮臨近港澳臺的優勢，已成為帶動金融、航運、物流、服

務業、國際貿易、轉口貿易發展的強有力紐帶，開啟了國際貿易新篇章。同時一系列跨境電商新政的出臺，也使得廣東自貿區跨境電商的發展更加規範化、專業化。

財政部、海關總署、國家稅務總局發布《關於跨境電子商務零售進口稅收政策的通知》，於4月8日正式實施，對跨境零售進口稅進行了大幅調整。現場，行業專家對跨境電商新政進行了全面的解讀。澳門聯網通商務網絡有限公司業務拓展副經理陸穎妍表示，作為跨境電商平臺企業，能第一時間瞭解到政府新政，有利於港澳企業佈局跨境電商。陸穎妍說：“與行家交流稅改新政對跨境電商企業的影響及應對措施，是一次很好的經驗。”

作為兩岸三地跨境電商聯盟成員，澳門電子金融產業貿易促進會受邀出席活動。金促會理事長王超在會上，發表了《港澳跨境人民幣結算優勢分析》主題演講。理事長王超表示，在人民幣跨境政策支持下，港澳地區平台具備離岸人民幣資金池、各國貨幣可自由兌換、貿易及金融等專業顧問服務和供應鏈金融體繫完整的平台和功能。據了解，澳門電子金融產業貿易促進會正協助港澳各類O2O商戶建立聯盟平台，包括餐飲平台、藥房平台、醫療平台等。理事長王超說：“人民幣國際化進程中，跨境电商建设就是具体战术的运用。”

*廣東省跨境電商高級研修班會議現場



※澳門電子金融產業貿易促進會代表、會員機構代表與珠海市商務局珠海市貿易服務中心羅廣中主任（左四）、廣東省跨境電子商務行業協會執行會長崔敏（左三）合影。

跨境電商高級研修班 透露珠澳將有新聯動

為加快廣東省跨境電商的發展，促進廣東傳統外貿企業轉型升級，配合廣東省商務廳“廣東省跨境電子商務人才培訓專案”在全省的開展，4月29日，在珠海市舉辦廣東省跨境電商高級研修班暨珠海商務大講堂的培訓。

會上，珠海市商務局珠海市貿易服務中心羅廣中主任與現場近200位電商行業及相關企業代表、傳統外貿企業代表，分享了珠海市跨境電子商務發展概況。據介紹，今年珠海市將借鑒國家試點城市等經驗和建設成果，以橫琴自貿試驗區和珠澳跨境區為載體，聯合澳門特區有關機構積極向國家主管部門申報具有珠澳特色的跨境電子商務試點項目。

隨後，跨進電商高級研修班的兩位講師分享了跨境電商新政策的影響、發展新思路、跨境電商行業經典案例、跨境電商商業模式及戰略規劃，很好地幫助相關部門和企業進一步掌握跨境電商的運作模式，了解跨境電商新政出台後跨境電商發展趨勢，提升整體業務能力。

本會理事長王超擔任講師，為嘉賓、與會人員分析了港澳跨境人民幣結算優勢，並提出了海外體驗店、電子自貿區等商業模式思考。會後與王超理事長討論的行業人士甚多，他們表示對金促會在跨境電商領域的研究以及商業模式推演十分感興趣。



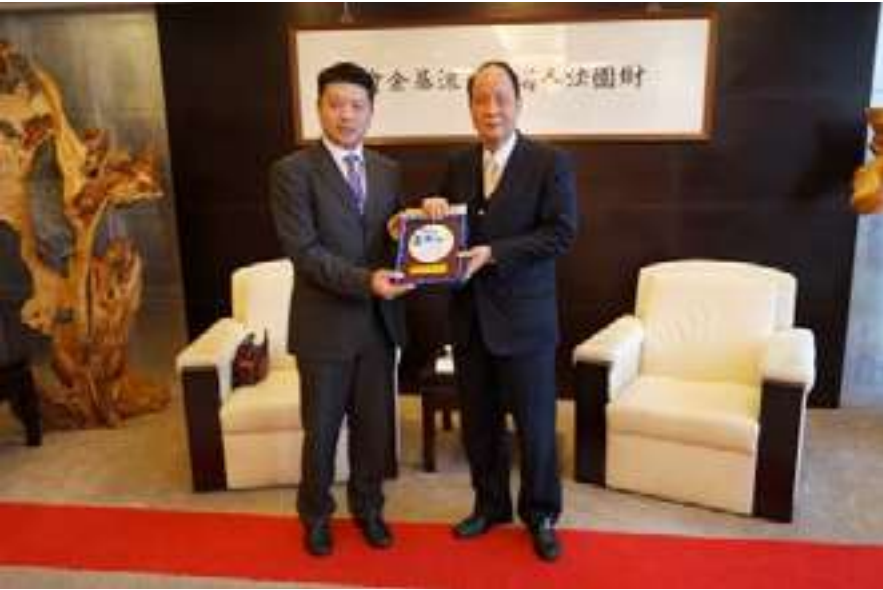
※本會理事長王超與澳門經濟局區域經濟事務處顧問高級技術員鍾偉晃交流合影。



※澳門經濟局、廣東省跨境電商行業協會、珠海市商務局、澳門金促會、珠海市電子商務協會等兩岸三地跨境電商聯盟成員代表合影留念。



※本會理事長王超帶來《港澳跨境人民幣結算優勢分析》主題演講。



※何敬麟會長致贈紀念牌予海峽交流基金會。

澳商考察台商機 何敬麟擔任團長

由澳門工商聯會、澳台商會聯合主辦，澳門汕尾市海陸豐同鄉青年會協辦的“台灣工商考察團”一行約四十人，於3月25日至29日赴台灣考察。澳門工商聯會會長、澳門電子金融產業貿易促進會會長何敬麟擔任團長，其間帶領考察團拜訪當地商會、政府機構、參觀當地企業，通過洽商拜訪，加強兩地交流合作。

加強兩岸三地經合
“台灣工商考察團”由澳門工商聯會會長何敬麟任團長，澳門工商聯會理事長吳華威及澳台商會理事長瞿偉剛任副團長。

何敬麟會長表示，回歸祖國以來，澳門經濟迅速發展，隨著澳門獨有的商貿平台優勢，澳門已成為

東南亞投資者進軍中國市場的橋樑。澳門工商聯會成立六年時間，約有二、三百名會員，積極團結工商業界，加強本地區工業界及商業界之間的活動交流及互助，同時協助會員開拓商機對外推廣、宣傳本地區的工商業及發展，並組織會員對應及配合本地區有關工商業政策的推行，促進本地工商業發展。為了推廣澳門發展前景，使澳門企業與內地工商界於投資、貿易、娛樂及旅遊等方面的合作取得更大的發展空間，進一步加強與兩岸三地的經貿合作，創造更多商機，組織是次的考察團，通過洽談拜訪加強兩地交流合作。

台中商企冀借澳拓葡市場
“台灣工商考察團”抵達台中，分別拜訪台中市商業會、台中的富

貴集團。富貴集團總裁鄭俊彥表示，在二十多年前已到廣西投資發展，當時經常利用澳門中轉到內地。藉着是次交流機會，他本身亦是澳台商會名譽會長，希望利用澳門考察團的聯繫平台，尋找到合作伙伴把其產品推向澳門市場。

何敬麟會長表示，富貴集團經營多個行業，澳門以服務業為主，雖然澳門只有三十平方公里，每年接待三千萬人次旅客，澳門打造一個中心、一個平台，包括世界旅遊休閒中心、中國與葡語國家的商貿服務平台，利用澳門平台覆蓋葡語系國家，這是一個龐大市場，希望可以與台中的企業建立關係，拓展合作空間。

高雄考察倡合作

“台灣工商考察團”抵台後，出席澳台商會成立一周年慶祝大會暨高雄農特產品展示會。澳台商會會長施利亞表示，該會將在已建立的基礎上，特別充分發揮澳台商會在兩岸、澳門與東南亞國家廣泛分佈的會員網絡，協助會員和業界開創越來越寬廣的市場空間，包括協助台商拓展葡語系國家市場和海上絲綢之路沿線國家市場。此外，計劃整合以台灣、澳門為主的資金和投資者，在福建平潭建設集高端服務、旅遊休閒、餐飲娛樂、養生保健的“台澳小鎮”。

會上，施利亞會長代表澳台商會向高雄市政府捐贈一百〇七萬新台幣賑災款項。

此外，為加強合作，澳台商會與高雄市閩商發展促進會、大高雄觀光商圈總會簽署合作架構協議。

簽署文創展演合作協議

近年台灣純藝術或娛樂型展覽，

因為互動科技、多媒體應用成熟，呈現手法也趨多元，展覽數量大幅增長。

“台灣工商考察團”抵達台北，與台灣用心藝術股份有限公司舉行座談會。該公司是政府開發基金在台灣唯一投資的大型藝術與文創展覽公司，曾辦與代理展覽包括人文藝術的米開朗基羅特展、數位藝術的《富春山居圖》新媒體藝術特展等展覽，類型豐富。

會上，會長何敬麟與用心藝術執行長趙士懿簽署文創展演合作協議。吳華威理事長表示，工商聯對外對內均可以提供橋樑作用，如協助外地的專業公司與澳門方面促成合作。近年政府大力推動文創產業，未來工商聯會可以協助工商界、文創領域搭建平台。

拜訪海峽交流基金會

“台灣工商考察團”拜訪海峽交流基金會。海基會董事長林中森表示，內地推動“一帶一路”是個

龐大市場，建議澳門利用服務業優勢，積極參與建設，除了協助當地發展，亦發揚中華民族的軟實力。團長何敬麟表示，去年“習馬會”全球矚目，隨着兩岸關係越來越密切，相信中華民族關係亦日趨密切，澳門有不少學生赴台升學，過去澳門亦是台商赴內地的中轉平台，隨着澳門定位“一中心三平台”，希望藉赴台機會推廣，協助推動澳門經濟適度多元。

瞿偉剛理事長表示，澳門作為中葡經貿服務的平台，澳台商會冀作橋樑協助台灣優質產品進入內地市場，並打入葡語國家兩億人口的市場，推動澳門中介平台，促進雙向交流合作。

考察團最後一天拜訪“立法院”，受到“立委”鄭寶清熱情接待。鄭寶清表示，成功須具創新思維。



※何敬麟會長與台策展商簽署文創展演合作協議。



※台灣工商考察團與台中市商業會、台中的富貴集團的合影。



※台灣工商考察團與台中市商業會、台中的富貴集團的合影。

訪問泰國華人青年商會

2016年5月22日，澳門青年企業家協會考察團訪問泰國華人青年商會，到訪成員有：中聯辦社會工作部副部長趙奎偉、澳門貿易投資促進局執行委員吳愛華、中聯辦經濟部長級助理李燕、澳門青年企業家協會會長何嘉倫、澳門青年企業家協會理事長、澳門電子金融產業貿易促進會會長何敬麟等人。考察團受到泰國華人青年商會會長李桂雄的熱烈歡迎和接待。

李桂雄會長表示，國家“一帶一路”的戰略實施和東盟一體化後，各國政府民間積極回應，企業爭相進駐泰國市場，泰國華人青年商會接待了許多來泰尋求發展的企業家，為他們來泰投資提供資訊、牽線搭橋。何嘉倫會長也表示，泰國與澳門關係密切，在旅遊、商貿等方面有很多可以分享合作的地方，澳門正在創建“世界旅遊中心”，希望泰國的華人華僑企業家們能夠來澳門尋找商機，投資貿易。

隨後，趙奎偉副部長表示，中泰兩國關係密切，是重要的貿易合作夥

伴，泰國在“一帶一路”的戰略節點上，澳門的配合與努力一定能夠創造更多的商機，讓我們的紐帶越來越密、根系越來越深、枝葉越來越茂。澳門政府貿促局專員吳愛華說：泰國與澳門經貿往來密切，在文化、投資、會展等方面一直以來都有很密切的聯繫，這次考察也給她打開了新思路，希望有更多的合作機會和貿易往來。

何敬麟理事長向與會人員介紹了澳門旅遊業發展的現狀，他說：自澳門回歸祖國後澳門的旅遊業就快速增長，去年澳門遊客接待量達3000萬人次。現階段，澳門正在打造“世界旅遊休閒中心”和“東盟國家商貿服務平臺”，港澳大橋也即將建成通車，相信會給大家帶來更多更好的商機，澳門與泰國之間的經貿往來一定會更加緊密。

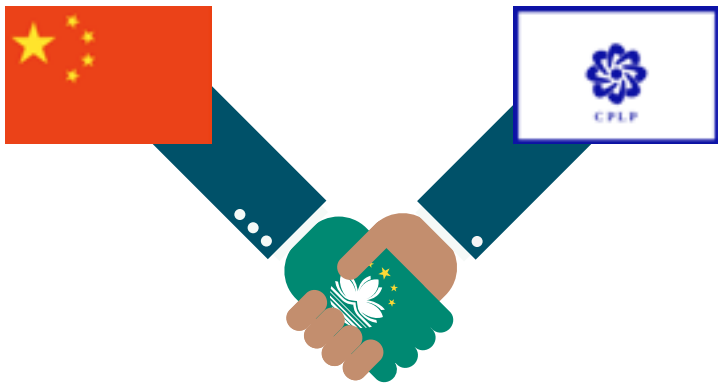
最後，李桂雄會長和何嘉倫會長、何敬麟理事長達成了未來兩會將成為“互助友好協會”的友好合作協定。



※何敬麟會長致贈紀念牌予海峽交流基金會。



澳門搭檯 中國與葡語國家唱戲



Editorial Preface

8個國家分佈在非、亞、歐、美4個大洲，使用同一種語言“葡萄牙語”作為官方語言，它們擁有相似的文化背景，構成了一個聯絡密切的葡語世界。由於獨特的語言文化優勢和歷史的機緣巧合，澳門擔負起中國與葡語國家更廣泛交流的使命。

如今，中國對外開放的程度一年比一年高，如上海、無錫、珠海、銅陵等越來越多的城市與葡語國家的城市建立直接的合作聯繫，中國與葡語國家貿易來來往來的船舶停靠的港口也不止澳門一處了。那為什麼，中國與葡語國家關係、中國與葡語國家貿易還需要澳門？

有一個問題與之相似，“信息越來越透明的市場為什麼還需要中介？”當互聯網“O2O”概念闖入人們的視野時，各行各業“去中介”的呼聲一直很高，今日仍是人人熱切的期盼。然而時至今日，“中介”這並沒有消失，反而有一些房產中介、保險中介打造出“互聯網+”平台，不僅提供展覽的基礎服務，還提供評估、金融等服務，做得風生水起。時代變遷，市場需求變更，是常事。這些中介機構之所以能生存下來，很重要的一點是能順應需求提供更好的服務。

在十年前，澳門的定位從國家間貿易的“中途島”、“橋樑”角色，逐漸提升為“平台”角色。今年，澳門首個五年規劃中提到要構建“中國與葡語國家的商務合作服務平

台”。擁有於制度優勢、經貿優勢的基礎上，這個“平台”能否提供專才專業服務，打造無可替代的軟實力，成了關鍵。

“澳門缺乏中葡雙語人才。”“在澳門找個懂會計，又會中葡雙語的人都不容易。”“建設中葡平台，除了讓中葡雙語人才優先就業外，還有無其它措施呢？”“打造‘文化澳門’的城市新形象，為何沒有提土生和旅居澳門葡人的參與呢？”……澳門公佈五年規劃（草案文本）征集意見期間，從這些選錄意見也可窺探澳門本土對於人才需求的迫切。

在中國“一帶一路”、“十三五規劃”等國家戰略背景下，有專家認為澳門要站得更高，不僅是構建“中國與葡語國家的商務合作服務平台”，更要打造成華商合作重要平台，為“一帶一路”沿線國家，特別是葡語系國家之間的引薦人、融資人、翻譯人、設展人。

所以無論是扎根本土、立足中國，還是放眼世界，人，是關鍵。



大事件

Events

» “太空180”大型科學試驗正式啟動

由中國航天員科研訓練中心、深圳市太空科技南方研究院主導的“太空180”大型科學試驗正式開啟。四名志願者於6月17日上午正式進艙，開始了180天的密閉試驗工作和生活。

在簡短的進艙儀式後，四名志願者兩人一組先後進入“太空180”試驗艙的風淋間，清除雜塵和微生物，然後進入艙內開始了第一天的工作。他們的第一項進艙任務分為兩組，一組在生物艙內檢查植物生長狀況，另一組則用艙內的自產作物制作午餐，莧菜、雞蛋、油麥菜、米飯。

本次試驗時間跨度之所以選擇180天，主要是考慮到生物部件的生長周期，以及載人航天工程後續的長期飛行要求。志願者除了要完成艙內的種植任務，還要進行大量的醫學測試。試驗艙內的空氣、水、食物形成一個密閉循環，艙內數據變化通過上千個精密傳感器收集，進入後台系統進行分析運算，再通過艙內各類制氧、制水裝置的平衡，達到人類適宜的艙內狀態。



※密閉系統里的環境。@視覺中國

» 中亞最長隧道正式通車

當地時間6月22日，烏茲別克斯坦首都塔什干國際會展中心世界聚焦，中亞最長隧道在習近平主席見證下正式通車。通車儀式採取主會場、隧道進口和隧道出口三方同時視頻連線的方式進行，來自中烏雙方領導人、政府官員與企業建設方共同見證了這一歷史性的時刻。



@視覺中國

» 中國與多國共同打擊跨國逃稅

5月11日，第10屆稅收征管論壇大會在北 京閉幕。在此次會議上，我國與多個國家、以及國際組織簽署了多項稅收合作協議，共同打擊跨國逃避稅行為。

會議期間，我國與加拿大、印度、以色列和新西蘭一起簽署了《轉讓定價國別報告多邊主管當局間協議》。協議明確了跨國企業集團資料報送的義務以及各國稅務部門信息交換的義務，有利於各國稅務部門了解跨國企業集團全球經營狀況，促進納稅遵從，確保國際稅收體系公平。

防止跨國逃稅避稅行為和加強涉稅信息交換是本次大會的兩個重要議題。會議期間，稅收征管論壇、國際貨幣基金組織、美洲稅收管理組織、歐洲稅收管理組織四個國際組織共同簽署了數據合作協議，促進各自成員國在采集稅收數據方面展開緊密合作。

» 東非最大跨海大橋通車 由中方承建

4月19日，由中國公司承建的東非最大斜拉式跨海大橋基甘博尼大橋，在坦桑尼亞達累斯薩拉姆舉行通車典禮。坦桑尼亞總統馬古富力在典禮上對中方承建大橋表示感謝，並表示大橋開通對達累斯薩拉姆當地的發展具有戰略性意義。這一跨海大橋全長680米，雙向6車道；此前兩岸民眾交通往來主要依靠渡輪或繞道，大橋開通後，早晚高峰時段可為兩岸民眾節省約1個小時。

» 中以超200個創新創業項目在運作

4月16日，第三屆全球創新創業會議在以色列召開，來自中國和以色列的企業家將重點圍繞醫療健康、清潔環保、農業技術等領域開展項目對接與洽談。自去年中以創新創業合作研究中心成立以來，雙方在科技成果轉化等方面加強合作，目前已經有超過200個創新創業合作項目正在運作當中。

» 中美舉行第25輪中美投資協定談判

6月14日至17日，第25輪中美投資協定談判在華盛頓舉行。本輪談判中，雙方交換了第二輪負面清單改進出價，並就各自改進出價進行了磋商。此次交換的負面清單將進一步明確中美雙方外國投資者在市場准入、運營等方面施加特殊限制的措施和範圍，進一步開放市場。接下來，雙方將按照第八輪中美戰略與經濟對話就推動談判達成的重要共識，加快推進談判進程，以早日達成一項互利共贏的高水平協定。

» 1-4月歐盟對華投資同比增長41.9%

商務部最新數據顯示，今年前4個月歐盟對華投資快速增長，同比增長41.9%。

1-4月，歐盟28個國家在華新設企業555家，同比增長5.1%，實際投入外資221億元人民幣，同比增長41.9%。從資金來源地來看，英國、德國、盧森堡、瑞典，對華實際投入金額均呈現較大幅度增長，同比增長分別為84.5%、35.3%、317.5%、98.1%。

從行業來看，農林牧漁，建築業，科學研究、技術服務和地質勘查業增幅均在200%以上。此外，歐盟主要成員國對華投資製造業實際投入金額同比增長31.5%。

從全球對華投資看，1-4月，有370多家大型外商投資企業新設立投資總額或增資超過1億美元。

» 缅甸将允许14种商品转口贸易到中国

据缅甸商务部贸易司消息，为了减少贸易逆差、增加税收、给中小型企业提供更多的机会，实现出口增长3倍的目标，缅甸将允许轮胎、食用油、农产品、化妆品、食品、服装等14种商品经中缅边境口岸转口贸易到中国，并在缅甸橡胶生产季节前，试行3个月将轮胎经海运进入缅甸后再开展转口贸易的政策。除14种商品外，剩下商品还会根据国内市场需求和生产能力逐步放开。



» 1-5月我國服務外包合同金額同比增長24.8%

商務部最新數據顯示，1-5月份，我國服務外包合同金額3490.7億元人民幣(折合530.6億美元)，執行金額2274.2億元人民幣，分別同比增長24.8%和11.2%。商務部今天同時發布了中國與塞爾維亞、波蘭以及烏茲別克斯坦的經貿合作情況。

今年4月底，中國在塞累計投資8551萬美元，塞在華投資累計3446萬美元。我國企業在塞累計完成工程承包營業額7.5億美元。

而波蘭已連續11年成為我國在中東歐地區最大貿易夥伴。2016年1-4月，兩國貿易額達54.2億美元。2016年4月底，我國在波直接投資3.64億美元。

中國目前是烏茲別克斯坦第二大貿易夥伴、第一大投資來源國、第一大棉花出口目的國。我國主要對烏出口機械設備、化工產品等。



» 缅甸将允许14种商品转口贸易到中国

中日韓跨境正品溯源平台4月12日正式上線，中日韓三國的跨境商品有望實現源頭可追溯，真偽可查詢。中日韓跨境正品溯源平台是在浙江省義烏市舉辦的“2016中國國際電子商務博覽會”上正式亮相的。該平台由工信部批准成立的中國二維碼產業聯盟牽頭，采用自主知識產權的四標合一標準GM/CM碼作為底層技術支撐，做到安全可控。

大數據

Data



哪些旅遊目的地最受歡迎？

暑假的到來，出行旅遊成為了熱點。大數據告訴你，哪些旅遊目的地最受歡迎？

» 香港旅遊業競爭力高

世界經濟論壇《2015年全球旅遊業競爭力報告》，西班牙首次位列全球第一，日本是亞洲國家中排名最高的國家，中國大陸從上次報告的第45位升至第17位。中國香港地區在全球141個國家和地區中排名13，比上次升了兩位，在區域內則排名第4，排在澳洲、日本、新加坡之後。

世界經濟論壇(World Economic Forum) 根據各國和地區在文化資源、基礎建設、商貿發展、安全度

等14個領域表現對141個經濟體進行調查，旨在通過分析，衡量各國/區域通過發展旅遊業創造經濟和社會效益的潛力。

據報告分析，排名前十位仍然是傳統旅遊熱門國家，但發達國家與新興經濟體之間的旅遊競爭力差距正在縮小。隨著國際遊客人數的日益增長和東亞地區中產階級遊客群體的壯大，東亞地區已成為全球最具活力的旅遊熱點地區。



» 澳門旅遊吸引力獲認同

澳門繼榮獲世界知名的旅遊系列書籍《孤獨星球》（Lonely Planet）列入“2015年十大最佳旅遊地區”之後，在2015年的多個調查和評選中，獲得良好評價。

在中國城市競爭力研究會2015報告中，澳門名列“2015中國最具特色旅遊城市”第二位，而根據世界旅遊城市聯合會發佈的《世界旅遊城市發展報告(2015)》，在全球逾百個旅遊城市中，澳門旅遊“景氣指數”和“發展潛力”指數均躋身20名內。

澳門亦於2015年獲美國CoolHunting博客網站投選為“2015十大最愛旅遊地點”之一，以及榮獲中國《世界》雜誌評為“最佳休閒旅遊目的地”。此外，據H.I.S.旅行社的社交媒體趨勢調查顯示，澳門是日本旅客於2016年最想到訪的亞洲旅遊地點之首。這些評價都反映澳門在旅遊資源、產品及文化等方面具有豐富的吸引力。

2015全球旅遊業競爭力前二十		
排名	國家/經濟體	競爭力
1	西班牙	5.31
2	法國	5.24
3	德國	5.22
4	美國	5.12
5	英國	5.12
6	瑞士	4.99
7	澳大利亞	4.98
8	意大利	4.98
9	日本	4.94
10	加拿大	4.92
11	新加坡	4.86
12	奧地利	4.82
13	中國香港	4.68
14	荷蘭	4.67
15	葡萄牙	4.64
16	新西蘭	4.64
17	中國	4.54
18	冰島	4.54
19	愛爾蘭	4.53
20	挪威	4.52

(數據來源：世界經濟論壇《2015年全球旅遊業競爭力報告》)



» 澳門榮獲眾多評價

(數據來源：澳門特別行政區政府旅遊局)



NO.2

“2015中國最具特色旅遊城市”排名
——from《中國城市競爭力研究會2015報告》



NO.10

“景氣指數”排名——from世界旅遊城市聯合會
發佈的《世界旅遊城市發展報告(2015)》



One of Top ten

美國Cool Hunting博客網站投選“2015十大最愛旅遊地點”



One of Top ten

世界知名的旅遊系列書籍《孤獨星球》(Lonely Planet)評出“2015年十大最佳旅遊地區”



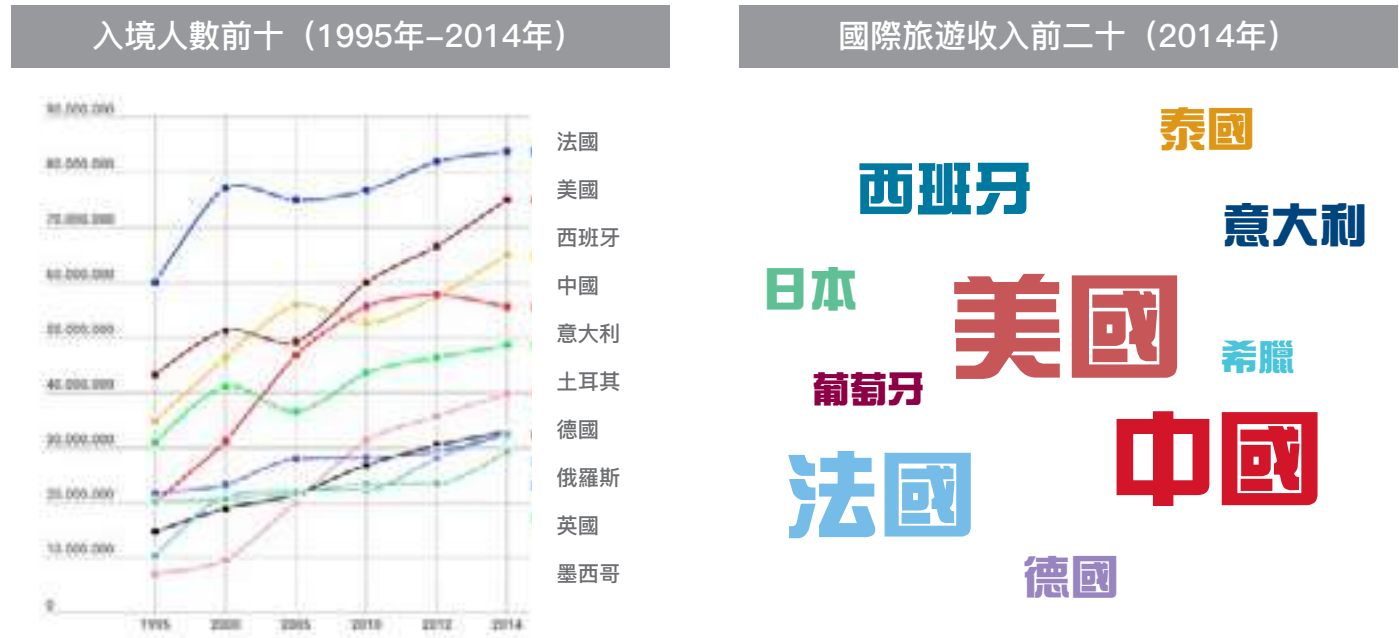
NO.1

日本旅客於2016年最想到訪的亞洲旅遊地點
——from H.I.S旅行社的社交媒體趨勢調查

» 入境人數與收入的全球前十名

(數據來源：《世界發展指標之國際旅遊》)

《世界發展指標》的最新數據表明，2014年全世界有超過11億國際旅遊入境（過夜）遊客。2009-2014年，這些遊客都去哪兒遊玩以及入境遊客數據是如何改變的呢？
自1996年超過墨西哥之後，中國在低收入和中等收入國家中，一直在最受歡迎的旅遊目的地中位居榜首。



» 谁的旅游收入最重要

(數據來源：《世界發展指標之國際旅遊》)

許多最受歡迎的旅遊目的地都位於世界上一些大國，但國際旅遊收入對於哪些國家而言最為重要呢？如果用該國的旅遊收入占其出口額的比例進行衡量，2014年旅遊收入占其出口收入的一半以上的國家/地區剛好有十個，且都是小國/地區。其中澳門2014年國際旅遊收入占其出口收入的93.7%，穩居榜首。



封面故事

中國與葡語國家
商貿合作服務平台

澳門造

葡萄牙人是中國人最早接觸到的西方人，最早可追溯到1513年華人與“佛郎機人（當時對葡萄牙人的稱呼）”在麻六甲海峽的相遇。如今，由葡萄牙等八個官方語言為葡語的國家組成了葡萄牙語國家共同體，站在國際化與區域化相互交錯的歷史新起點上，中國與葡語國家關係迎來了一個嶄新的時代。

目前，中國與葡語國家擁有全球15%的經濟總量、23%的人口，在資金、技術、資源、市場等方面各有所長，且都處於國際航運大動脈之上。中國是葡語國家第一大貿易國、第一大出口國。

具備橋樑與視窗功能的澳門在中國與葡語國家關係、貿易、文化交流等方方面面如何施展所長，將平台角色、中介角色扮演好，讓人拭目以待。

中國與葡語國家的經貿與外交現狀—— 經貿格局不平衡 外交關係存風險

自中國—葡語國家經貿合作論壇（澳門）於 2003年創辦至今，中國與葡語國家的經貿合作不斷深入。該論壇“通過高官與商界人士之間的互訪、投資推介會、貿易展覽會等多種形式”，促使中國與葡語國家的經貿團組頻繁往來，推動了中國與葡語國家間經貿迅速發展。

葡語國家的重要性

世界上有八個以葡萄牙語為官方語言的國家（簡稱葡語國家），分別是葡萄牙、巴西、安哥拉、莫三比克、幾內亞比紹、維德角、聖多美及普林西比島及東帝汶，面積約有1074.2萬平方公里，人口超過2.5億人，具有豐富的自然資源和市場潛力，國際戰略位置日益突出。這些國家因“特殊的傳統關係”而具有相似的文化背景，相互間關係密切，共築了一個日益密切的“葡語世界”。

從區位上看，有5個葡語國家在

非洲，因此，研究中國與葡語系國家的關係有助於將中非關係推向深入。從地緣政治上看，探尋中國與葡萄牙關係有利於推動中歐關係發展。從未來佈局上看，研究中國與巴西關係，有利於中國的拉美佈局，甚至是影響整個美洲的關鍵。基於非洲和拉美資源的重要性與戰略位置的突起，有必要認真審視中國與葡語國家間的關係。

貿易勢頭良好 格局不平衡

2002年，中國與葡語國家的貿易額僅有56億美元，2003年是100億美元，2014年已達1330億美元，2015年全球經濟下行，但雙方的貿易總額也達到984.87億美，發展勢頭良好。

然而中國與葡語國家經貿發展不平衡，除了規模有限外，現呈現出“製成品VS初級產品”的經貿格局。

中國從葡語國家進口的商品多數是初級產品，向葡語國家出口

商品則多以製成品為主，形成“以製成品換初級產品”的經貿合作模式。中國從巴西進口的商品多數是初級產品，向巴西出口的商品則多以製成品為主。葡萄牙向中國主要出口紙、軟木、礦物和礦石等原材料或低技術含量的產品，以及一些電氣材料等。葡萄牙從中國進口的產品主要是家用電器、計算機及相關產品、化學製品、金屬以及紡織品。中國自安哥拉進口全部為初級產品，其中以石油、石油產品及有關原料為主；對安哥拉出口則以機械及運輸設備等製成品為主。

外交關係存風險

中國與大多數葡語國家俱有相似的國際處境，對很多國際事務看法一致或能夠達成共識，基本保持了戰略合作關係。但在這種戰略合作關係中，目前葡語國家對中國的經濟援助、技術幫助等訴求高於中國，而中國對葡語國家則主要表現為政治訴求與資源訴求。

因而，這種互補性一方面可以促進中國與葡語國家的合作；另一方面，也使得協調起來有一定的困難，可能被惡意利用，存在一定的風險。如，幾內亞比紹在對待“一個中國”的原則時，就曾多次在北京和臺北之間投機以獲得更多的經濟援助。

中國與葡語國家新常態 澳門平台需革新

澳門使用葡語、法律體系與葡語國家有相類似之處，以及長期以來與葡語國家的深厚聯繫，為葡語國家企業進入澳門提供很大的便利。澳門可以作為葡語國家產品或服務（尤其是葡語國家的中小企業）進入內地市場的試點，以更好地準備市場銷售、產品設計等業務，或者透過策略聯盟等形式與大珠三角企業共同開拓內地市場。

澳門有多家大型金融機構、綜合企業在多個葡語國家均有網絡；在這方面，已經有葡語國家企業在澳門設廠，通過中國內地與澳門的更緊密經貿安排(CEPA)優惠，以零關稅優惠把產品銷往內地市場。

值得一提的是，澳門國際貿易投資展覽會(MIF)等大型經貿盛事，匯聚內地和葡語國家客商來澳共謀發展機遇，MIF更設有葡語國家展館等系列展館，協助葡語國家企業透過澳門“平台”與內地、澳門開展貿易投資合作。

澳門優勢趨縮小

翻看近十年涉及中國與葡語國家關係的研究，都傾向於認為提升澳門平台有助於中國與葡語國家間關係的良好發展。擁有獨特優勢的澳門正在成為中葡經貿合作的重要平台。但“澳門作為主角的平台作用並沒有充分發揮出來，好像澳門在中國與葡語國家間只是扮演一個配角的作用。”

同時，之前中國自身開放程度與國際化程度有限，有一座城市作為橋樑連接大陸與世界之間，這是它的價值所在。現在大陸已經越來越直接地和國際對接，顯而易見，這座城市的優勢正在縮小，香港正是如此境地，澳門也將如此。

澳門平台的優化需要作出戰略思考。

葡語及文化無可替代

澳門的葡語和葡式文化是最大的優勢，也是無可替代的。與英語或英美文化不同，葡語及葡式文化在中國內地並沒有出現在基礎教育中，在高校教育中雖然有涉獵但能稱為普及教育，而葡語及葡式文化在中國與葡語國家之間的貿易合作、文化交流中是不可或缺的。

深化以澳門為中心的對葡語國家的學術研究和強化澳門歷史文化遺產的保護。一方面，“在澳門設立調查研究中心，以該中心為基礎，整合對葡語國家當代政治、經濟、法律、文化等領域的基礎研究，以及對其市場環境的應用研究，使澳門在中國與葡語國家戰略合作中發揮智囊作用。”另一方面，做好“中國與葡語國家各相關研究所的橋樑中介”，用不同的形式，推動學術交流及相關研究，為相關國家及企業提供多方面的諮詢服務。文化的保護能夠強化中國同葡語國家發展經貿聯繫的文化與情感紐



※葡语国家

帶，使澳門“成為吸引具有葡式文化的國家和地區的巨大力量”。

通曉中葡雙語及文化的人才也是中葡合作的關鍵，因而，要繼續加強澳門的相關人才隊伍建設，保持澳門的語言優勢，夯實中國與葡語國家合作的語言人才儲備，為發揮平台作用提供足夠的雙語人才。打造人才資訊網絡，輸出專業人士，如翻譯、會計、律師等。

金融平台可促產業多元化
金融是現代經貿發展的關鍵，澳門應加強金融信貸服務，做好中國與葡語國家之間的外匯結算、企業融資擔保、企業經貿合作的信用保證等服務。把本地區發展成為葡語國家的融資平台和人民幣清算平台。商貿服務與金融服務互相配合，把澳門建成葡語國家“一站式”商貿服務中心，葡語國家的資訊、商貿服務和金融服務都可以在這裡找到，交易亦可以用人民幣進行。

為了避免和香港金融業直接競爭，澳門可以為葡語國家、珠江口西岸城市群提供合適的融資服務，尤其是該類經濟體特別需要規模不是很大的投資且可能涉及內地或澳門的企業，將會是澳門這種另類金融業的發展空間。更為重要的是，這樣的金融發展

可以帶動對其他高端服務業的需求，包括會計、法律、管理、資訊等，有利於澳門自身的產業多元化。

海上絲綢之路有機遇
澳門在中國“一帶一路”倡議中並不具備非常大的重要性，這是其自身經濟實力和要素稟賦所決定的。然而澳門的歷史文化因素和地理條件卻有可能在“21世紀海上絲綢之路”中發揮一定的作用。對博彩業一業獨大的澳門經濟來說，這可能是一次極為難得的發展和轉型機遇。

澳門欲參與投資當中一些國家和地區，或者引導這些國家和地區投資澳門，又或者協助內地企業投資這些國家和地區，企業家便需要這幾十個國家和地區大量的基本資料、營商數據、投資分析等資料。因此，構建“一帶一路”資料庫應是澳門應對這個倡議之首要一步。

資料庫的設立，除了廣泛收集上述資料外，可以重點考慮收集和澳門有頻繁商業來往的葡語國家企業的營商資訊以及東南亞僑商的資訊，加強收集與澳門現有和積極發展中的各行業（如會展業和海洋經濟等相關行業）的相關市場資料，更好發揮澳門的獨特優勢。資料庫本身是開

放的，建議由政府開發和管理，供不同市場用戶使用。同時，可以考慮為有需要的客戶提供收費式度身定制資料資料群和顧問服務。

此外，預期整個“一帶一路”倡議會在不斷發展過程中逐步變成各種具體方案，澳門應該從不同層面關注它的發展，成立官產學聯動的委員會，委員會成員應包括相關政府部門人員、工商界人士、歸僑代表、專家學者等，長期跟進“一帶一路”的發展，適時調整策略，使澳門取得最大得益。



澳門打造“中國與葡語國家多元合作服務平台”

2016年澳門財政年度施政報告在“促經濟”這方面，重點提到了促進經濟適度多元，澳門將打造中國與葡語國家多元合作服務平台，回顧過去的半年，政府與之相關的動作和活動，再次解讀施政報告以及展望“一個平台”與“三個中心”。

結合一帶一路建設平台
澳門順應區域合作走向跨地區、多元化的趨勢，繼續運用大文化、大格局的概念，打造中國與葡語國家多元合作服務平台，以及加快建設葡語國家中小企業商貿服務中心、葡語國家食品集散中心，以及中葡論壇與會國經貿合作會展中心。

澳門規劃將“一平台、三中心”借助澳門與葡語國家的傳統關係優勢，與“一帶一路”建設的有機結合。

在會展業發展中，重點突出葡語國家元素。今年即將舉行的“澳門國際貿易投資展覽會”（MIP）率先邀請葡萄牙及北京作為夥伴，助力“一帶一路”及中國與葡語國家商貿合作服務平台的建設。

金融及新興產業融葡語國家元素
推動澳門金融產業發展中，結合“一平台”的發展定位，澳門將推動中資銀行與葡資銀行的聯動、

葡資銀行進入內地、澳門的人民幣清算平台、葡語國家銀行及企業透過澳門進行人民幣貿易結算以及投融資業務等工作，搭建中國與葡語國家的金融服務平台。其中，澳門計劃推動中資銀行與葡資銀行藉助集團的資源開展客戶樹立，爭取與葡語國家有業務往來的內地客戶以及與內地有業務往來的葡語國家客戶，使用澳門的銀行服務。

在培育新興行業中，推動粵澳中醫科技產業園建設，開展與葡語國家、東盟國家的政府產業合作，帶動產業項目入駐，包括第三方檢驗、國際註冊、進出口貿易、健康產品與技術的交易。其中，產業園明年將以1-2個葡語國家為試點，開拓國際註冊及服務貿易等方面的緊密合作。

平台建設得優化提升
“中國與葡語國家企業經貿合作洽談會”4月在幾內亞比紹舉行，澳門探討把這個重點活動爭取到澳門舉辦的可能性。葡語國家食品集散中心在3月開幕，展商輪流駐場推廣促銷。同時，計劃在澳門貿促局駐廣東和福建的內地聯絡處設立葡語國家食品展示中心，廣州代表處計劃7月投入使用。

籌備在葡萄牙、西拔牙設立經貿聯絡點，為到葡語國家開展業務的澳門和中國內地企業再低協助提供法律、會計等專業諮詢服務，

把“送服務上門”延伸至葡語國家。如今，在中國-葡語國家經貿合作及人才信息網能查詢葡語國家食品資料庫、雙語專業服務及人才庫了，中小企業在境內境外都能利用上澳門的平台功能。



※葡語國家食品集散中心選址塔石廣場玻璃屋。

中葡貿易數據

前5月中葡進出口總額同比下降14%

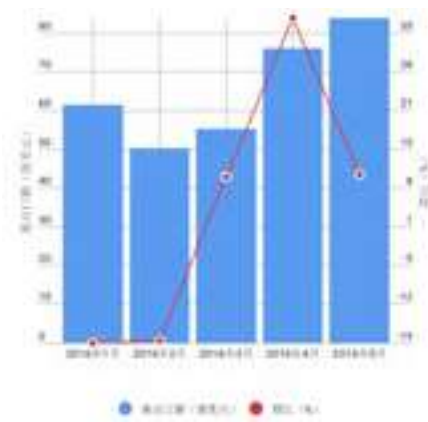
據中國海關總署資料顯示，2016年1-5月中中國與葡語國家進出口商品總值327.35億美元，同比下降14.55%。其中中國自葡語國家進口223.14億美元，同比增長2.37%；對葡語國家出口104.22億美元，同比下降36.89%。

2016年1-5月中国与葡語国家进出口商品总值						
As Trocas Comerciais entre a China e os Países de Língua Portuguesa entre Janeiro e Maio de 2016						
				金額單位: 萬美元		Unidade: 10 mil USD
2016年1-5月			Janeiro a Maio de 2016			2015年1-5月 Janeiro a Maio de 2015
進出口總額 Trocas Comerciais	進出口 Exportações da China	進口額 Importações da China	國家 (%) Nacionalidade			進出口總額 Trocas Comerciais
			進出口 Total	出口 Exportações	進口 Importações	
580,776.70	68,348.97	512,427.73	-33.93	-67.85	-24.49	878,975.17
2,485,307.28	745,097.12	1,640,210.15	-9.58	-39.19	16.25	2,609,319.69
1,898.58	1,898.75	0.13	9.80	5.87	-89.78	1,794.81
935.84	935.74	10.10	-42.27	29.62	-69.34	1,655.81
70,349.98	92,437.84	17,912.14	-30.25	-36.05	-8.10	100,866.56
209,982.56	136,193.82	53,688.74	19.98	36.60	-11.98	175,125.03
4,157.51	4,152.83	4.69	24.63	24.73	-0.46	3,338.95
299.14	297.65	1.49	49.83	39.34	-	213.62
3,273,547.89	1,942,187.31	2,231,269.58	-14.55	-36.89	-2.37	3,831,866.63

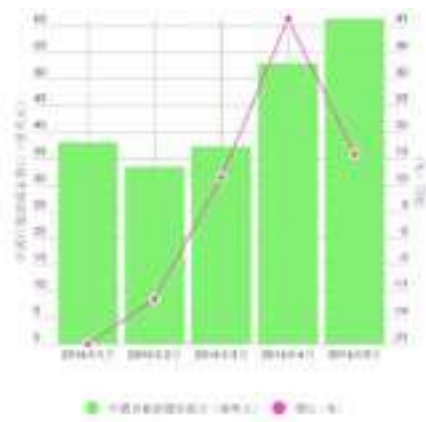
信息來源：中國海關總署統計數據

Fonte de Informação: Estatísticas dos Serviços da Alfândega da China

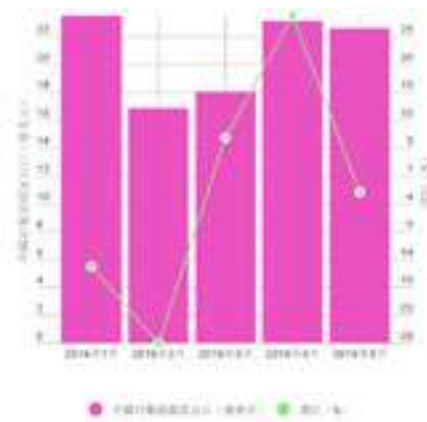
中國自葡語國家進出口額
(2016年1-5月)



中國自葡語國家進口額
(2016年1-5月)



中國自葡語國家出口額
(2016年1-5月)



全球經濟數據

印度超中國領跑 巴西慘墊底

今年6月上旬，歐元區公佈了一季度的GDP資料，環比增長0.6%，同比增長1.7%，增速高於此前的估值。全球主要經濟體的成績單大致出齊，中國GDP同比增長6.7%，為七年以來的低點，經濟被指步入“L型”走勢。另一邊，印度同期GDP同比增速則高達7.95%，成為全球幾個主要經濟體中增長最快的國家。

有人歡喜有人憂，印度在領跑全球經濟增速的同時，日本在2016年上半年卻面臨著地震和經濟下滑的雙重打擊。該國2016年一季度GDP同比增速跳水，跌至0.90%，2015年四季度的數字為2.2%。此外，資料顯示，在2006年至2015年共十年間，日本曾多次出現季度GDP負增長，其中最嚴重的一次出現在2008年和2009年全球金融危機期間。當時，美國、英國、法國等發達國家也曾出現相似情況，而中國和印度的經濟發展雖受到一定的影響，但未出現負增長。

同時，正在舉行裡約奧運會的巴西，慘澹的經濟狀況比奧運會更受關注。眼下，這塊曾經閃亮的“金磚”已陷入十年來最嚴重的經濟衰退，退年度增長下降幅度均超過3.0%。2016年一季度，巴西GDP同比負增長5.42%，2015年是巴西自1981年以來經濟最慘的一年。儘管如此，巴西仍是中國第十大貿易夥伴，2015年中國與巴西貿易額為715.8億美元，佔比1.8%。



“一帶一路”戰略 中國的全球化

引領中國經濟轉型——解讀中國“一帶一路”國家戰略化

2013年9、10月，習近平主席相繼提出建設“絲綢之路經濟帶”和“21世紀海上絲綢之路”（簡稱“一帶一路”）的重大戰略倡議，在國際社會引起熱烈反響和廣泛響應。

經過 2014 年的醞釀與謀劃，2015 年成為戰略實質啟動的關鍵一年，“一帶一路”合作倡議正由戰略構想階段步入全面務實階段，已經獲得六十多個國家和地區的支援與認同。實施“一帶一路”戰略，有助於我國經濟轉型與升級，是當前及今後較長時期，我國最為重要的國家戰略和實現地區性大國向全球性大國轉變的重要路徑。

作為一個崛起中的大國，“一帶一路”是中國全球化的初始階段，也就中國的全球化。“一帶一路”中國提出的大國戰略。

全球經濟需動力 中國經濟要轉型

2015年3月28日中國發改委發佈一份《推動共建絲綢之路經濟帶和21世紀海上絲綢之路的願景與行動》，概括描述了“一帶一路”建設的框架思路，其中闡述“絲綢之路經濟帶”主要指單條線路：中國經中亞、俄羅斯至歐洲；中國經中亞、西亞至波斯灣、地中海；中國至東南亞、南亞、印度洋。“21世紀海上絲綢之路”主要指兩條線路：從中國沿海港口經過南海到印度洋，延伸至歐洲；從中國沿海港口經過南海，到南太平洋。

“一帶一路”涉及 65 個國家，總人口約 44億，占全世界人口的 63%，經濟總量約 21 萬億美元，占全球經濟總量的 29%。因而，踐行“一帶一路”戰略，對於整個亞洲地區乃至世界經濟發展而言均具有深遠的戰略意義。

“一帶一路”戰略，是中國政府根據國際和地區形勢的深刻變化，以及中國發展的新常態的提出，致力於維護全球自由貿易體系和開放型經濟體系，促進沿線各國加強合作、共度時艱、共謀發展提出的重大戰略，具有深刻的時代背景。

世界經濟增長乏力

2008年發生全球金融危機以來，世界產業結構進入了深度調整期，世界經濟復蘇緩慢，發達國家增長乏力，經濟增長速度不斷回落；

世界工業生產收縮，製造業處於下行期，原先具有全球產業競爭優勢的工業化國家普遍出現了結構性失衡，新興經濟體加劇了全球工業競爭，發展中國家的製造業發展速度有所下滑；

世界資本流動減速，金融資產增長緩慢，發達經濟體對外投資一蹶不振，原先專注於資本輸出的國家開始將目光轉向國內，使全球資本跨境流動大幅下挫，新興與發展中經濟體資本市場動盪加劇，投資回報率普遍下降；

經濟增長的疲軟嚴重拖累了世界貿易的增長，世界貿易持續低迷，出口形勢急劇惡化，世界商品與服務貿易的出口正在經歷深度調整。

在此背景下，加強區域合作是推動世界經濟發展的重要動力，“一帶一路”戰略的提出，契合沿線國家的共同需求，為沿線國家優勢互補、開放發展開啟了機遇之窗。



宏觀

促進中國區域經濟協調均衡發展

我國經濟正處於增長速度換擋期、結構調整陣痛期和前期刺激政策消化期的“三期疊加”階段。一方面，持續了30多年的“人口紅利”逐漸消失，勞動力成本迅速上升，導致部分勞動密集型產業正在失去競爭優勢。另一方面，改革開放以來，我國很多產業過度擴張，導致眾多行業產能過剩、房價進一步虛高、資源環境破壞，以至於今後很長一段時間，經濟發展很重要的主題就是“去庫存”。

與此同時，我國地區間經濟發展極不平衡，雖然中部和西部經濟增長率相比於東部某些省份有所加快，但幅度不是很明顯，由於中西部經濟總量基數較小，所以東部、中部和西部經濟總量絕對值差距被

不斷拉大。

構想有助於依託陸路交通幹線和海路港口樞紐，推動路上和海上國際大通道和國際合作走廊建設，為東部地區要素和產業轉移提供了更大的空間。

“一帶一路”同時覆蓋了我國中部、西北、西南大部分地區以及重要的延邊地區，有助於西部地區統籌利用國際國內兩個市場、兩種資源，形成橫貫東中西、聯結南北方的對外經濟走廊，進一步釋放開發開放和創新創造活力。



“一帶一路”並非兩線並行戰略，而應有主次之分。鑒於海上力量至今是中國的短板，“一帶一路”首先應該選擇從陸上完成，也就是說“一路”應該是輔攻方向，而“一帶”應該成為主攻方向。(圖片來源：@視覺中國)

“一帶一路”戰略的意義

中國製造業產能轉移

於中國而言：

產能“去庫存”：目前，中國鋼鐵、水泥等傳統產業積累了龐大的過剩產能，而國內的基礎設施建設正趨於飽和，如何消化過剩產能就成了一個棘手的難題。

於“一帶一路”沿線國家而言：

自然資源比較豐裕，擁有豐富的勞動力資源，但國內產業發展較為落後，基礎設施水準較為低下，存在著巨大的基礎設施建設缺口，當地政府發展經濟的願望強烈，對能夠帶動當地就業的產業投資非常歡迎，適合承接中國轉移的製造業產能。

互補：

中國目前一些產能過剩的但具有市場競爭力的一些勞動、資源密集型等優勢產能，正是“一帶一路”沿線國家需要發展的產業。從而，中國可依託“一帶一路”建設，實現與沿線國家的產能互補，解決中國的產能過剩和“一帶一路”沿線國家的產業發展不足問題。

塑造中國對外經貿合作新格局

於中國而言：

2008 年國際金融危機爆發以來，發達國家經濟普遍低迷，市場需求持續疲弱，限制了中國與發達國家貿易的增長空間。

於“一帶一路”沿線國家而言：

與發達國家市場趨於飽和形成鮮明對比的是，“一帶一路”沿線國家人口眾多，市場潛力巨大，經濟發展水準普遍不高，對中國質優價廉商品的潛在需求大。

雙贏：

發展與“一帶一路”沿線國家的經貿合作，將有效地加強我國同合作國之間的互聯互通與優勢互補，塑造經貿合作新格局，雙方實現雙贏。

提升中國的國際地位和話語權

於世界而言：

當前，新的國際經貿秩序正在形成，由美國主導的跨太平洋戰略經濟夥伴關係協定(簡稱“TPP” 協定)和跨大西洋貿易與投資夥伴協定(簡稱“TTIP” 協定) 取得實質性進展。

於中國而言：

中國有可能在新一輪的國際貿易和投資規則制定中被邊緣化。

作為世界第二大經濟體和第一大貿易國，中國需要積極應對，主動參與新的國際經濟規則的制定。

目標：

中國與“一帶一路”沿線國家的合作將會補充、發展現行的國際經貿規則，將大大提升中國的國際地位和話語權。

“一帶一路”沿線省份出臺的有關扶持政策

目前，“一帶一路”核心區域有18個省市區，其中，“絲綢之路經濟帶”包括新疆、青海、甘肅、陝西、寧夏、內蒙古等西北6個省份；黑龍江、吉林、遼寧等東北3省；西藏、廣西、雲南等西南3個省份以及內陸地區重慶；“21世紀海上絲綢之路”則囊括浙江、上海、福建、廣東、海南、等東部沿海6個省市。“一帶一路”戰略提出後，配合國家相關的規劃和政策,我國沿線省份紛紛出臺相關的扶持政策。



※一帶一路重點圈定18個省市。©視覺中國

新疆

新疆堅持開放合作、堅持和諧包容、堅持市場運作、堅持互利共贏的原則，加快出臺了一大批一帶一路指導意見規劃綱要：

2014年4月30日，公佈《關於在喀什、霍爾果斯經濟開發區試行特別機制和特殊政策的意見》；

同年9月，審議通過《推進新疆絲綢之路經濟帶核心區建設的實施意見》和《推進新疆絲綢之路經濟帶核心區建設行動計畫(2014-2020年)》，提出絲綢之路經濟帶核心區建設規劃近期、中期(5-10年)以及遠期目標(10-20年)：

2015年5月，公佈《2015年新疆絲綢之路經濟核心區建設工作要點》和《新疆絲綢之路經濟帶核心區建設優先推進專案清單》；

8月，頒佈《關於推進新疆絲綢之路經濟帶核心區醫療服務中心建設方案》；

今年3月，發佈《新疆商貿物流業發展規劃(2015—2020年)》，為“十三五”期間新疆商貿物流業發展提供依據和指導。

此外，還編制了《新疆維吾爾自治區建設絲綢之路經濟帶核心區的指導意見》；加快推進核心區能源、五大中心、十大進出口產業集聚區等一系列規劃編制工作；編制上報了《自治區關於加快沿邊經濟帶開發開放發展的實施意見》《天山北坡經濟帶引領跨越行動計畫》；形成《“中巴經濟走廊”國內段建設總體思路研究》初稿。



重慶

重慶市委、市政府已正式出臺《貫徹落實國家“一帶一路”戰略和建設長江經濟帶的實施意見》，提出要將重慶建成長江經濟帶西部中心樞紐。

重慶將加快建設長江上游綜合交通樞紐，打造內陸開放高地。而2015年重慶政府工作報告則進一步指出，加強與“一帶一路”沿線國家、國際友城和港、澳、台經貿往來，促進與長江經濟帶沿線省市協作，務實推進成渝經濟區一體化。積極組織周邊地區貨物搭載“渝新歐”班列，推動國際郵政專列正式運行，增加“渝新歐”開行班次和集裝箱運量。



福建

出臺並落實《福建省融入絲綢之路經濟帶和21世紀海上絲綢之路發展戰略實施意見》，加快推進鐵路、高速公路、港口、機場等基礎設施互聯互通建設。福建“一帶一路”的重點方向是東南亞，福建將加快建設廈門東南國際航運中心，重點推進廈門新機場建設，增開至東南亞、南亞等國際航線等。重點建設合福、贛龍擴能、衢寧、浦建龍梅、吉永泉和福廈高鐵等快速鐵路，加快建設寧波至東莞、莆田至炎陵、漳州至梅州等高速公路。

廣東

廣東省委常委會審議並通過《實施方案》，《實施方案》提出將廣東省打造成為“一帶一路”的戰略樞紐、經貿合作中心和重要引擎，這個定位已得到國家認可。《實施方案》包括6個章節，同時提出了9大領域的合作設想，即9項重點任務。

為切實推進方案實施，根據國家的要求，廣東也制定了《廣東省參與“一帶一路”建設重點工作方案(2015-2017年)》，一共40項工作。同時廣東梳理形成了《廣東省參與“一帶一路”建設實施方案優先推進專案清單》，一共有68個項目，總投資達550多億美元，涵蓋了基礎設施建設、能源資源、農業、漁業、製造業、服務業6個領域。



江蘇

江蘇省連雲港市作為絲綢之路經濟帶陸海交匯樞紐，連雲港市財政部門在2014年對“一帶一路”交匯點的財稅政策進行了研究，提出了13項重大專案財政資金需求和爭取國家級東中西經濟合作示範區先行先試的24項稅收政策、啟運港退稅政策等需求建議。2014年6月底，連雲港市委託財政部財科所和江蘇省財政廳財科所共同研究的《“一帶一路”交匯點連雲港服務全域的財稅政策研究》、《連雲港市爭取絲綢之路經濟帶（連雲港）自由貿易港區相關財稅政策研究》課題也基本結題。



陝西

為貫徹落實國家“一帶一路”戰略規劃，加快推進陝西省絲綢之路經濟帶新起點建設，發揮陝西“一帶一路”中心區域作用，打造內陸改革開放新高地，陝西省人民政府辦公廳印發了《“一帶一路”建設2015年行動計畫》(以下簡稱《行動計畫》)，要求各設區市政府明確目標責任，抓緊制訂具體實施方案，確保全省“一帶一路”建設重點工作有序推進。

《行動計畫》要求，陝西省將積極促進互聯互通建設，以大通關促進大開放，實施絲綢之路經濟帶沿線10省區市海關區域通關一體化改革，加快口岸建設和網上絲路建設，推進西安港、西安鐵路物流集散中心建設，啟動空港、陸港快速幹道的聯動發展，開通西安至阿拉木圖、伊斯坦布爾、羅馬、洛杉磯、悉尼(或布里斯班)等國際航線，打通陝西省向西開放的空中通道。



甘肅

甘肅印發了《“絲綢之路經濟帶”甘肅段建設總體方案》。提出要建設“絲綢之路經濟帶”甘肅黃金段，構建蘭州新區、敦煌國際文化旅遊名城和“中國絲綢之路博覽會”三大戰略平臺。重點推進道路互聯互通、經貿技術交流、產業對接合作、經濟新增長極、人文交流合作、戰略平臺建設等六大工程。其中，與絲綢之路沿線國家加強經貿合作，包括資源開發、裝備製造、新能源、特色農產品加工等產業。

跨境人民幣業務的發展

作者：王堅（澳門科技大學博士、新海能源集團有限公司 執行董事）
《人民幣跨境結算對中國大宗商品進口企業利潤的影響分析》博士論文選載（一）

在2009年下半年，跨境貿易人民幣結算初期，跨境人民幣業務市場遇冷，增長緩慢，截止2009年年末，銀行累計為企業辦理跨境貿易人民幣結算業務總共409筆，金額僅為35.8億元。跨境貿易人民幣結算業務在2009年7月剛開始在國內五個城市試行，7月份以人民幣貿易結算的業務筆數超過50筆，然而貿易結算金額則相當小，在之後的幾個月至2009年10月份，跨境人民幣業務市場反應冷淡，每月跨境結算筆數不增反減。2009年11月開始，跨境貿易人民幣結算開始出現增長，在2010年3月份時出現大幅度的增長。總

體來說，2009年下半年國內企業對跨境貿易人民幣結算反應平平。到2010年第一季度，銀行累計辦理跨境貿易人民幣結算業務增長至183.5億元，相比2009年下半年的35.8億元，結算量增長四倍多。香港和新加坡是境外接受人民幣結算的主要地區，在發生人民幣實際收付的業務中，兩地合計佔比88%。下圖展示了跨境貿易人民幣結算在2009年7月至2010年3月按月的情況。

2010年第二季度跨境貿易人民幣結算保持增長，銀行累計辦理跨境貿易人民幣結算業務486.6億元，比第一季度增長了1.65倍。中國人民銀行等六

部委在2010年6月22日發布了《關於擴大跨境貿易人民幣結算試點有關問題的通知》，將原本5個城市的試點實施擴展至20個省（自治區、直轄市）。在擴大試點範圍後，跨境貿易人民幣結算業務量增長迅速，在2010年第三季度，銀行累計辦理跨境貿易人民幣結算業務已經達到1264.8億元。而2010年間銀行累計辦理跨境貿易人民幣結算業務總金額為5063.4，相比2009年的35.8億元，可謂是跨境貿易人民幣結算業務已經進入了快速發展階段。

2011年上半年，銀行累計辦理跨境貿易人民幣結算業務9575.7億元。2011年8月22

跨境貿易人民幣結算按月情況



（※圖片來源：中國人民銀行）

勢

作者說

跨境貿易人民幣結算開始至今不足五年，全國性的跨境貿易人民幣結算開展更不足三年。現階段國內外的課題主要集中研究人民幣國際化的宏觀問題，針對微觀經濟問題還沒有深入的探討。然而，跨境貿易人民幣結算能夠給我國外貿企業帶來經濟利益，以人民幣作為結算貨幣降低外匯風險和減少交易成本，使外貿企業加速擺脫2008年金融危機帶來的衝擊，對外貿交易有深遠的影響。

日，中國人民銀行等六部委發布了《關於擴大跨境貿易人民幣結算地區的通知》，至此，人民幣跨境結算從國內20個省（自治區、直轄市）擴展至了全國。2011年全年銀行累計辦理跨境貿易人民幣結算業務金額為2.08萬億元。而其中的人民幣收付比從2010年的1：5.5上升至1：1.7，跨境貿易人民幣結算收付平衡狀況有了顯著的改善，說明國外企業從偏好接受中國企業以人民幣付款，慢慢也更容易接受以人民幣付款給中國企業。然而1：1.7的收付比例仍然說明跨境貿易人民幣結算政策的實施讓中國進口企業的受益遠大於出口企業。

2012年，隨著跨境貿易人民幣的順利開展，銀行全年累計辦理跨境貿易人民幣結算業務2.94萬億元。人民幣收付比有明顯的改善，上升到了1：1.2。2013年，跨境貿易人民幣結算業務保持穩定的增長，全年銀行累計辦理跨境貿易人民幣結算業務4.63萬億元，然而人民幣收付比卻降為1：1.46。歐債

人民幣收付比的變化除了跟人民幣在國際上被認可接受的程度有關之外，還受企業對人民幣匯率變化的預期和企業在國際貿易中的議價權等因素的影響。在2010年到2011年上半年，企業對人民幣升值預期強烈，境外進口商為了避免增加支付成本，較少選擇以人民幣結算，相反境外出口商更願意選擇以人民幣結算，希望從人民幣升值中獲取額外收益，因此國內企業在外貿中收人民幣少，而付人民幣多。人民幣收付比較小，收付金額存在較大差距。而2011年下半年後，全球金融市場動蕩，歐洲債務危機加深，國際上外貿企業規避匯率風險的意識強烈，投資動機顯著減弱。另外，2011年9月開始，新興市場的貨幣紛紛貶值，包括南非、印度、墨西哥、巴西、泰國、馬來西亞等經濟體的貨幣都開始相對美元貶值了。這些因素都使得國際市場上對人民幣匯率變化的預期發生改變，因而人民幣的收付金額差距大幅縮小，從2010年的1：5.5改善為2011年的1：1.7。歐債

危機引起的全球貨幣動盪持續到2012年，使得2012年的跨境貿易人民幣結算的收付差距進一步縮小，收付比達到了1：1.2。到2013年歐債危機的影響逐漸變小，國際市場上又預期人民幣匯率繼續升值，從而使得跨境貿易人民幣結算業務中人民幣的收付差距又擴大，2013年的人民幣收付比為1：1.46。

總體上，跨境貿易人民幣結算從試點實施時遭遇2009年下半年的反應冷淡，到2009年末開始迅速發展直到現今，已經有近5年時間。截止至2014年3月份，從2009年開始的人民幣結算到如今金額總額達到11.81萬億元，並且保持了平穩快速的增長。下圖是跨境人民幣結算金額5年來按季度的變化情況。



進出口迎來正增長 外貿真正回暖？

海關總署6月對外公佈的資料表明，以人民幣計，中國進口自2014年11月開始長達18個月的負增長狀態結束，在5月首次錄得5.1%的月同比正增速。與此同時，出口在3月出現九個月來首次正增長0.9%後，4、5月保持趨勢，且增速稍有提升。

海關的資料顯示，5月份，我國進出口總值2.02萬億元，增長2.8%。其中，出口1.17萬億元，增長1.2%；進口8471億元，增長5.1%；貿易順差3248億元，收窄7.7%。5月當月的資料，顯示出進口和出口雙雙正增長的趨勢，但1-5月進口和出口的累計資料，卻依然在負增長區間。

出口正增長：全球復蘇喜憂參半

海關總署新聞發言人黃頌平指出，3月出口明顯增長，一方面因去年3月基數偏低，另一方面政策環境利好也是出口有所改善的一個原因。包括美國在內的主要經濟體製造業較2月有所回暖，外需改善了我國對部分國家和地區的出口。

從整個中國出口的圖景，可以看出全球復蘇的狀況。從這個角度觀察，中國的外部環境依然是喜憂參半。

海關總署的分析顯示，中國對歐盟進出口增長，對美國、東盟和日本等交易夥伴進出口下降。前5

個月，歐盟為我國第一大交易夥伴，中歐貿易總值1.39萬億元，增長2%，占我國外貿總值的15.2%。其中，我國對歐盟出口8581.5億元，增長1.6%；自歐盟進口5359.1億元，增長2.7%。美國為我國第二大交易夥伴，中美貿易總值為1.27萬億元，下降5.2%，占我外貿總值的13.8%。其中，我國對美國出口9247億元，下降4.3%；自美國進口3433億元，下降7.5%；對美貿易順差5814億元，收窄2.3%。

前5個月，東盟為我國第三大交易夥伴，與東盟貿易總值為1.13萬億元，下降1.6%，占我國外貿總值的12.3%。其中，我國對東盟出口6687.2億元，下降2.1%；自東盟進口4588.9億元，下降1%；對東盟貿易順差2098.3億元，收窄4.4%。日本為我國第五大交易夥伴，中日貿易總值為6859.7億元，下降0.3%，占我國外貿總值的7.5%。其中，對日本出口3329.5億元，下降1.1%；自日本進口3530.2億元，增長0.5%。

世界銀行最新發佈的報告也印證了這一點。世界銀行將2016年全球增長預測從今年1月份預測的2.9%下調至2.4%，下調的理由是發達經濟體增長滯緩、大宗商品價格持續低迷、全球貿易疲軟和資本流動日減。



進口正增長：內需改善不是主因

進口的資料一直呈現跌幅收窄的趨勢，從3月開始，進口回暖的跡象已經明朗，直至5月徹底告別負增長。進口遠超市場預期，創19個月以來最高，主要原因是去年5月的低基數和進口價格上升，同時進口數量維持高位。

一般來說，中國出口的表現，很大程度上反映了全球經濟增長狀況；而進口的表現，則表現出內需和國內經濟發展情況。當前我國的經濟情況好於其他主要經濟體，依然是全球經濟復蘇的重要引擎，拉動了一季度部分大宗商品進口量保持增長。進口資料顯示大宗商品價格開始企穩。以人民幣計算，3月進口同比收縮1.7%，降幅較2月-8.0%收窄。其中，石油、鐵礦石和銅等主要大宗商品的進口在第一季度均出現改善。

但是如果細究起來，匯率原因、低基數原因，以及大宗商品價格上漲的原因，可能都是把5月進口推至正增長的“功臣”。5月進口的變化，是受到了全球大宗商品價格年初以來整體回升，基礎設施、房地產等投資回暖以及去年同期較低基數等多方面因素的共同影響。

外貿促進政策將進一步顯效

目前，影響外貿的核心政策在

於匯率和出口退稅兩個重要因素，直接影響外貿企業的核心利潤率和現金流。隨著擴大出口退稅清單的落地，下半年的出口企業經營和對外貿易積極性有望進一步改善。

國務院於5月8日公佈的《國務院關於促進外貿回穩向好的若干意見》（下稱《若干意見》），從金融、貿易、財稅、新業態、轉型升級等多方面下手，促進外貿持續回暖。

具體來說，金融支援被列入首要位置，包括充分發揮出口信用保險作用和大力支持外貿企業融資，解決企業的資金流問題。其中，對高附加值產品的退稅傾斜，表明國家在有意引導產業的調整，促進轉型升級，因為中國的勞動力成本已經提升了。

除了中央層面，包括廣東、廣西、浙江、江蘇、河南在內的一些地方也開始因地制宜地出臺一些穩外貿政策。

由於政策涉及多部門的政策協調，還得看未來細則的進一步落實情況才能評估實際效果。如果順利，出口退稅目錄近期能夠公佈，但由於外貿訂單的提前特點，一般要3個月左右，才能在出口資料上初步顯出效果。

專題策劃

中國與葡語國家經貿合作潛力巨大

近年來，中國與葡語國家關係日益密切，特別是在貿易合作方面也愈加緊密。在貿易方面2002年雙邊貿易額僅為56億美元，2003年中葡論壇創辦以來，中葡貿易首次突破百億美元大關，2013年中葡貿易額已超過1,300億美元，比2003年論壇成立之初增長了12倍，十年間貿易年均增長達31.8%，大大高於同期世界貿易增速。中國成為葡語國家第一大貿易國和第一大出口國。

隨著“一帶一路”戰略不斷推進和深化，未來中國與葡語國家的經貿合作潛力巨大，特別是與葡萄牙、巴西和安哥拉的經貿合作會進一步加強。



中葡貿易新契機

中國與葡萄牙於1979年正式建交，建交以來，兩國保持值長期密切的經濟貿易關係。自2005年葡中建立全面戰略夥伴關係以來，兩國高層互訪頻繁，政治互信不斷加深，經貿、文化等領域務實合作成果豐碩。過去幾年葡萄牙積極應對債務危機取得很大成效，並取得了亞洲基礎設施投資銀行的創始成員國資格，加上中國正在積極推動“一帶一路”戰略，正是中葡共用海上貿易繁榮的最好契機。與此同時，中國在葡投資實現跨躍式發展，葡萄牙已成為中國在歐洲的第五大投資目的地國，全面戰略夥伴關係的內涵得到進一步深化。

中葡貿易發展迅速

中國與葡萄牙經貿合作長期以來發展順利，特別是近幾年，葡萄牙經濟有復甦的跡象，兩國的經貿合作更呈現突飛猛進的態勢。葡萄牙是中國在歐盟的重要交易夥伴，而中國已成為葡萄牙的第十大出口市場和第七大進口來源地。據我國海關統計，2014年雙邊貿易額為48億美元，同比增長22.9%，其中我國出口31.4億美元，同比增長25.1%，進口16.6億美元，同比增長18.9%。

中國對葡萄牙主要出口商品有：電機電氣設備、機械器具、玩具、傢俱、鋼鐵製品等。進口商品主要有：機械器具、電機電氣設備、軟木及其製品、紙漿及廢紙、礦產品等。

雙邊投資領域廣闊

中葡雙向投資近年來呈現高度活躍的態勢。在葡萄牙經濟總體不景氣的情況下，葡萄牙企業並沒有放慢對華投資的腳步，據中國商務部統計，截至2013年6月底，葡萄牙對華投資項目共195個，實際

投入1.7億美元。主要投資領域涉及金融、高科技、能源、貿易、汽車等。我國對葡投資近年來發展迅猛，截至2015年11月，中國對葡實際投資累計金額達62.88億美元。葡累計對華投資共213項，實際投入1.89億美元。目前葡在華投資項目主要有：中交虹橋有限公司、煙台麒麟包裝有限公司、山東凱威斯葡萄酒業有限公司、遼陽易發式電氣設備有限公司、葡萄牙大西洋銀行珠海分行等。

為全面振興葡萄牙經濟發展，葡萄牙政府於2012年頒布實施投資移民“黃金居留法案”吸引了大批的中國投資者赴葡萄牙購置房產，自該政策推出以來，葡萄牙已從中獲得收益約21億歐元，其中約19億歐元是房地產投資。

合作開發海洋經濟

葡萄牙位於歐洲大陸西南角，西、南兩面臨大西洋，海洋面積占全部國土面積的97%。葡萄牙向歐盟申請的海洋專屬經濟區已得到批准，其87%將劃歸葡萄牙位於大西洋的亞速爾群島管轄，建成後將成為歐盟最大的專屬海洋經濟區。從地理位置看，葡萄牙處於大西洋海運的樞紐，是進入非洲、歐洲、北美的重要門戶。2014年海洋經濟占葡萄牙GDP的比重提高至3%，並創造了大量的就業機會。

中國正在積極推動“一帶一路”戰略，葡萄牙作為古代海上絲綢之路重要的驛站，並且是亞洲基礎設施投資銀行創始成員國之一，正是中葡共用海上貿易繁榮的最好契機。圍繞海洋經濟的合作，有望成為未來中葡合作的新增長點。

新聞稿件

澳商赴葡推動粵澳中醫藥科技產業園實施

粵澳中醫藥科技產業園開發有限公司周日表示，葡萄牙願意為位於橫琴的產業園提供支援，以設立中醫藥海外中心。

據聲明稱，產業園公司董事長呂紅早前率領代表團訪問葡萄牙，訪問團成員與葡萄牙衛生總局及食畜總局等政府機構代表會談。

產業園公司表示，會面期間，各方在去年11月產業園代表團訪葡的基礎上，進一步探討了產業園與各方的合作辦法，而葡方表示中醫藥發展潛力巨大，葡萄牙作為歐盟中較早開始對中醫進行立法的國家之一，為促進中醫藥在歐盟的傳播和推廣起到了一定的積極作用。葡方願意為產業園設立中醫藥海外中心提供支持，並希望雙方的合作協議可順利簽訂實施。

（澳門日報報道）

中巴貿易“危”中有“機”

1974年，中巴兩國正式建交，建交以來，雙邊經貿關係取得了長足的發展。巴西一直是中國在拉美最大的貿易夥伴，中國也已成爲巴西最大的貿易夥伴、最大出口對象國和進口來源國，中巴貿易互補性強，擴大彼此間的貿易投資潛力巨大，但隨著中巴兩國出口規模的擴大以及市場的拓展，兩國在產品和市場結構方面出現了重合與交叉的區域。中巴兩國在國際貿易領域內既有一定程度的競爭，同時又具有雙邊貿易發展的潛力或者說互補性。

巴西對外貿易的現狀

巴西作為南美洲最大的國家、金磚成員國之一，不僅擁有世界第五大國土面積，還有豐富的勞動力。加之豐富的自然資源與完整的工業體系，是世界第七大經濟體。最近幾年巴西的經濟持續快速發展，不僅得益於政府穩定的經濟發展政策，也得益於世界對原料型商品需求的增長。同時，巴西工業如飛機製造、乙醇生產、汽車生產、軟體發展等也在不斷進步，在國際市場上為巴西贏得一席之地。

但由於政治不穩定，政府員工罷工，工業增長乏力和投資不足等原因，導致巴西經濟出現衰退。巴西地理統計局資料顯示，巴西經濟2015年衰退3.8%，陷入25年以來最嚴重的經濟下行危機，還面臨嚴重的失業問題、惡性通脹和債務違約等問題，經濟現狀令人堪憂。

中巴雙邊貿易的競爭與互補

同樣作為新興工業化國家，隨著中巴兩國出口規模的擴大以及市場的拓展，兩國在產品和市場結

構方面出現了重合與交叉的區域，說明雙方出口的產品存在一定的競爭關係。

據中國海關統計，2015年中巴雙邊貿易額為715.97億美元，其中我方出口額274.30億美元，進口額441.67億美元。巴西對中國出口的主要產品為鐵礦砂及其精礦、大豆、原油、紙漿、豆油、飛機等。巴西從中國進口的主要產品為電機、電氣設備及其零部件、機器零部件、紡織紗線及製品、儀器儀錶等，說明中國與巴西之間進出口商品具有較強的補充性，只要雙邊利用好優勢和弱勢，完全可以實現利益最大化，將中國與巴西雙邊貿易的互補性發揮得淋漓盡致。

中巴貿易“危”中有“機”

受到巴西經濟下行，通脹高企，貨幣急劇貶值的影響，巴西對華貿易出現萎縮。雖然目前中巴雙邊貿易下降，但從長遠來看，中巴雙邊貿易和投資仍被各界看好。由於雷亞爾貶值、巴西資產價格下跌，嗅覺敏銳的中國投資者紛紛到巴西投資。

伊塔烏銀行中國問題專家羅伯托·杜馬斯認為，農業和食品行業將成為中巴合作新亮點。他說：“中國現在更注重消費，這是巴西食品行業發展的絕佳機會，對巴西大豆的種植與銷售是極有益的。中巴經濟互補，如果巴西政府制定針對中國的特殊政策，那巴西就會贏得更多。從宏觀經濟來說，機會在食品領域。而從微觀經濟來說，我們有一系列機會，包括金融和企業並購等。”

中安經濟合作新模式

安哥拉是非洲經濟增長速度最快的國家之一，也是中國在非洲最重要的交易夥伴之一。進入新世紀以來，中國與非洲國家之間的合作關係發展迅速，其中中國與安哥拉的合作尤為引人注目。中國與安哥拉的經濟合作是一種全方位、寬領域、多層次的合作，通過“石油換貸款”的合作新模式，不斷地加深雙方的經濟貿易合作。

“石油換貸款”的經濟合作新模式

2004年3月，中國進出口銀行與安哥拉財政部簽署了中方向安哥拉提供20億美元大規模基礎建設的貸款框架合作協定，安哥拉以石油為擔保。這些貸款由安哥拉政府支配和管理，主要用於鐵路、公路、供電供水以及醫院、農業灌溉等公共服務專案。由於此前安哥拉從巴黎俱樂部 and 國際貨幣基金組織等國際金融機構都未能成功獲得所需的戰後重建資金，故這項協議對安哥拉具有重大意義。

安哥拉與中國的經濟合作是從“石油換貸款”開始的。但中安經濟合作已遠遠超越了“石油換貸款”的狹窄領域。自中國進出口銀行向安哥拉提供貸款後，中安合作

進入快速發展期。中安的合作不僅僅局限於“石油換貸款”。中國石油化工股份有限公司（簡稱中石化）與安哥拉國家石油公司（Sonangol）簽訂了合作夥伴的協定，並聯合建設安哥拉石油公司煉油廠，該煉油廠投產後將使安哥拉從低附加值的石油開採環節向高附加值的石油冶煉加工環節躍升，從而極大提升安哥拉石油工業水準，改變其石油工業的落後局面。

“石油換貸款”提供更多發展機遇

近幾年，安哥拉經濟發展處於高速增長期，成為世界上增長最快的經濟體之一。2005年安哥拉國內生產總值增長率達2016%，2006年實際增長率為1816%，2007年為2314%。據國際貨幣基金組織預測，未來幾年該國經濟增長仍會維持在較高水準。安哥拉經濟增長的主要動力源自創紀錄的高油價和大規模的國家重建工程。

中安合作協定，加快了安哥拉更新基礎設施的速度，改善了當地居民的生活條件；為當地創造了大量的就業機會；中國企業為安哥拉帶來了先進的設備與技術的同時，也把相關的技術轉讓給安哥拉有關

部門，提高了安哥拉當地員工的技術水準。此外，中安項目合作還產生了間接的積極影響，包括為市場帶來新活力。因為合作框架協定的中國承包企業除了開展合同項目外，也嘗試在當地市場尋找新合作專案與客戶，其價廉物美的服務打破了以前少數企業的壟斷局面。競爭多元化給當地客戶提供了更多的選擇機遇和實惠，促進了安哥拉市場繁榮。

中安經濟合作的前景與挑戰

安哥拉與中國的經濟合作推動了兩國雙邊貿易額迅速增長。2014年，中安貿易額370.72億美元，同比增長3.2%，其中中方出口額59.75億美元，同比增長50.7%，進口額310.97億美元，同比下降2.7%。安哥拉成為中國在非洲第二大交易夥伴。

雖然以框架合作協定為基礎的中安合作新模式的總體回饋是積極的，但值得注意的是，這只是一個良好的開端。這一模式以戰後重建為背景，因此有過渡性質。隨著安哥拉經濟實力的增強並還清大量外債，該國可以重新向巴黎俱樂部成員國正常融資，這將給安方更大的選擇空間，即能通過資本市場獲取項目貸款再向國內國際招標。這意味著框架合作協定中完全由中國企業競標的限制將不存在，中國企業將面臨更激烈、更完全的市場競爭。

中國企業能否順利完成這一轉變而在當地市場紮根，是中方從中安模式中實現長遠利益的關鍵。對安哥拉來說，怎樣將這幾年大規模國家重建帶來的高速增長轉化為持續發展，怎樣減少指令性專項計畫而加強市場活動比例和調控管理能力，怎樣把增長動力擴展到石油與基建以外的行業，則是政府應在框架合作協定初步成功之後考慮的戰略問題。

新聞稿件

安哥拉中國經濟發展經驗研討班官員訪問澳門

5月26日，安哥拉中國經濟發展經驗研討班官員訪問澳門。



» 以改革創新贏得歷史機遇

◎新華社評論員

“5年後的中國，你敢想像嗎？”黨的十八屆五中全會審議通過了“十三五”規劃建議，描繪了今後5年發展藍圖。承前啟後之機，風雲際會之時，我們深切感受到，理念的力量，如燈塔之光照亮前行道路。

造房要架梁，撒網要抓綱。學習貫徹黨的十八屆五中全會精神，最重要的課題，就是牢固樹立並切實貫徹創新、協調、綠色、開放、共享五大發展理念。“理者，物之固然，事之所以然也。”理念是行動的先導，發展理念正確，發展方向就對頭，發展成效就明顯。改革開放30多年，用新的發展理念引領發展行動，構成了一條鮮明的歷史脈絡。

今天，中國發展航船已經行至關鍵渡口，迎來全面建成小康社會的決勝階段。

向內看，我國經濟發展進入新常態，呈現速度變化、結構優化、動力轉換三大特點，消除貧困、治理環境污染、解決發展不平衡等問題凸顯；向外看，中國與世界處於深度融合互動之中，國際競爭日趨激烈。世界銀行相關研究顯示，1960年全球101個中等收入經濟體中，僅有13個邁過“中等收入陷阱”，最終進入高收入行列。機遇與挑戰並存，展望2020年，當代中國能不能乘勢而上，一鼓作氣建成全面小康，關鍵就看能不能實現發

是著眼於中國發展的新階段、新趨勢、新問題，開啟一場關係發展全局的深刻變革。以創新為核心基點，為的是培育發展動力，實現從要素投入轉向創新驅動；以協調為內在要求，為的是破解“一條腿長、一條腿短”的矛盾，形成平衡發展結構；以綠色為必要條件，為的是改善生態環境，形成人與自然和諧的可持續發展新格局；以開放為必經之路，為的是加強內外聯動，形成合作共贏大格局；以共享為本質要求，為的是增進人民福祉，形成促進公平正義的發展導向。

五大理念相互貫通、相互促進，構成具有內在聯繫的集合體。只有統一貫徹、全面落實，才能使發展動力更強勁、發展結構更優化，實現發展方式從規模速度型向品質效率型的歷史性轉變。以五大發展理念擘畫未來發展，正是跨越“中等收入陷阱”的“中國策”，是我們建成全面小康的決勝方略。

“非知之艱，行之惟艱。”觀察現實，從資源型地區的困境，到低技術企業的“寒冬”，新常態下，最具挑戰性的問題是，老辦法不靈了，新路子還在探索中。正如習近平總書記指出的，我國發展走到今天，發展和改革高度融合。貫徹五中全會精神，就要發揮改革的突破性和先導性作用，增強改革創

深化體制機制改革，為市場主體清障搭臺，才能打造創新驅動新引擎，從拼資源、拼消耗的老路中走出來。深化生態文明體制改革，推動綠色發展，才能跳出“先污染後治理”的怪圈。深化教育、醫療、社保等民生改革，不搞“大水漫灌”、實行精準扶貧，才能不斷增強人民群眾的獲得感……

“大凡新命之誕生，新運之創造，必經一番苦痛為之代價。”轉變發展方式，必然伴隨陣痛、佈滿艱辛。一位縣委書記坦誠，這兩年為了保護生態，當地淘汰大批落後產能，結果拖累了GDP。壓力之下，不禁動了走“回頭路”的念頭。類似這樣的糾結，也在告訴我們，樹立和踐行五大發展理念，必然是破立結合、革故鼎新的過程。既要把握發展規律、保持發展定力，讓新理念入腦入心、成為自覺，也要擺脫對粗放式發展的路徑依賴、“GDP至上”的思維慣性、既得利益的種種羈絆，以“不日新者必日退”的憂患意識、敢為天下先的改革勁頭，奮力闖出一條發展新路來。

諺語說，只要順河走，就能夠發現大海。把五大發展理念融入實踐，謀在新處、幹在實處、走在前列，不斷創造惠及廣大人民的發展成果，我們必將贏得全面建成小康的決勝五年，推動中國發展航船“直掛雲帆濟滄海”。

※整合自新華社播發評論員文章《以改革創新贏得歷史機遇——論樹立五大發展理念、決勝全面建成小康》



» 以問題導向破解發展短板

◎新華社評論員

有些細節，能折射一個時代的深意。回顧“十三五”規劃建議的誕生過程，有一個故事引起廣泛關注。天津港爆炸事故發生後，習近平總書記針對安全生產中暴露出的問題，要求“十三五”規劃建議稿增加完善和落實安全生產責任和管理制度、切實維護人民生命財產安全方面的內容。對人民念茲在茲，對問題就會殫精竭慮。堅持問題導向，是黨的十八屆五中全會謀劃“十三五”發展的重要原則，也是我們黨治國理政的鮮明特徵。

問題是時代的聲音。五中全會提出創新、協調、綠色、開放、共享五大發展理念，既聚焦全面建成小康社會奮鬥目標，又著眼“十三五”時期面臨的諸多問題和挑戰，充分體現目標導向和問題導向相統一。這為我們破解發展難題、增強發展動力、厚植發展優勢，提供了思想的利器、實踐的指南。

經濟學上有個木桶原理：桶的容量取決於最短的木板。“十二五”期間，我國經濟社會發展的成就舉世矚目。同時，“發展起來以後”的問題也日益凸顯。最近，從東北地區的嚴重霧霾，到扶貧攻堅的社會關注，無不引起人們對發展深層次問題的思考。五大發展理念正是以問題導向為“透視鏡”，針對當代中國發展的突出短板，既深入問診，又對症下藥。

發展方式粗放、創新能力不強

協調發展，才能形成平衡發展結構；生態環境惡化是人民心頭之患，堅持綠色發展，才有美好家園；基本公共服務供給不足、收入差距較大、扶貧開發任務艱巨，堅持共享發展，才能讓人民福祉“大河有水小河滿”。這就啟示我們，全面建成小康，重在全面推進，難在破解短板。所謂“決勝”，關鍵就看制約發展的結構性矛盾、突出問題能不能破解，就看我們能不能全力做好補齊短板這篇大文章。

成長難免有煩惱，發展總會有挑戰。正如習近平總書記指出的：“對待矛盾的正確態度，應該是直面矛盾，並運用矛盾相輔相成的特性，在解決矛盾的過程中推動事物發展。”樹立五大發展理念，破解發展短板，首先要求我們增強憂患意識，強化底線思維。形勢不等人，問題不等人，只有深入實際、求真務實，才能看清方位、謀劃出路。不為“亮點”遮望眼，盯住“痛點”下苦功，敢於向“硬骨頭”問題開刀，從百姓最期盼處、工作最薄弱處做起，這樣謀發展，才會有實效、得人心，才能跨過溝坎、化危為機，闖出一片新天地。

今天改革發展遇到的問題，必須通盤謀劃、一攬子解決。比如，轉型升級上不去，創新動力起不來，產業結構還是“傻大黑粗”唱主角，那麼碧水藍天就很難常駐，群眾的獲得感就會打折扣。五大發

維、系統思維能力，全面貫徹落實五大發展理念，做到辨證施治、綜合施策。既加強頂層設計，加快推進有利於創新發展、協調發展、綠色發展、開放發展、共享發展的體制機制創新，又鼓勵基層改革創新、大膽探索，針對不同問題、因地制宜拿出過硬而管用的措施；既立足當前，解決最緊迫、最突出的問題，又著眼未來，為長遠發展打基礎、增後勁；既立足國內、練好“內功”，又放眼世界、加強聯動。沿著發展新理念指引的方向，戰略上堅持持久戰，戰術上打好殲滅戰，穩紮穩打向前推進，我們就能為全面建成小康社會築牢發展之基、鋪平前行之路。

不久前，具有完全自主知識產權國產大飛機C919在上海總裝下線，國人為之自豪，世界為之矚目。誠然，從下線到首飛，讓我們自己的大飛機翱翔藍天，還有難關需要攻克，騰飛之路並非坦途。這恰如邁向“十三五”的中國，在決勝全面小康的新征程上，唯有攻堅克難才能抵達夢想。以五大發展理念為引領，齊心協力出實招、破難題、補短板，我們就一定能砥礪向前，把中國的發展推向歷史新高度。

※整合自新華社播發評論員文章《以問題導向破解發展短板——二論樹立五大發展理念、決勝全面建成小康》。



» 跨境電商重塑外貿格局

◎同濟大學經濟與管理學院副教授 張鑫

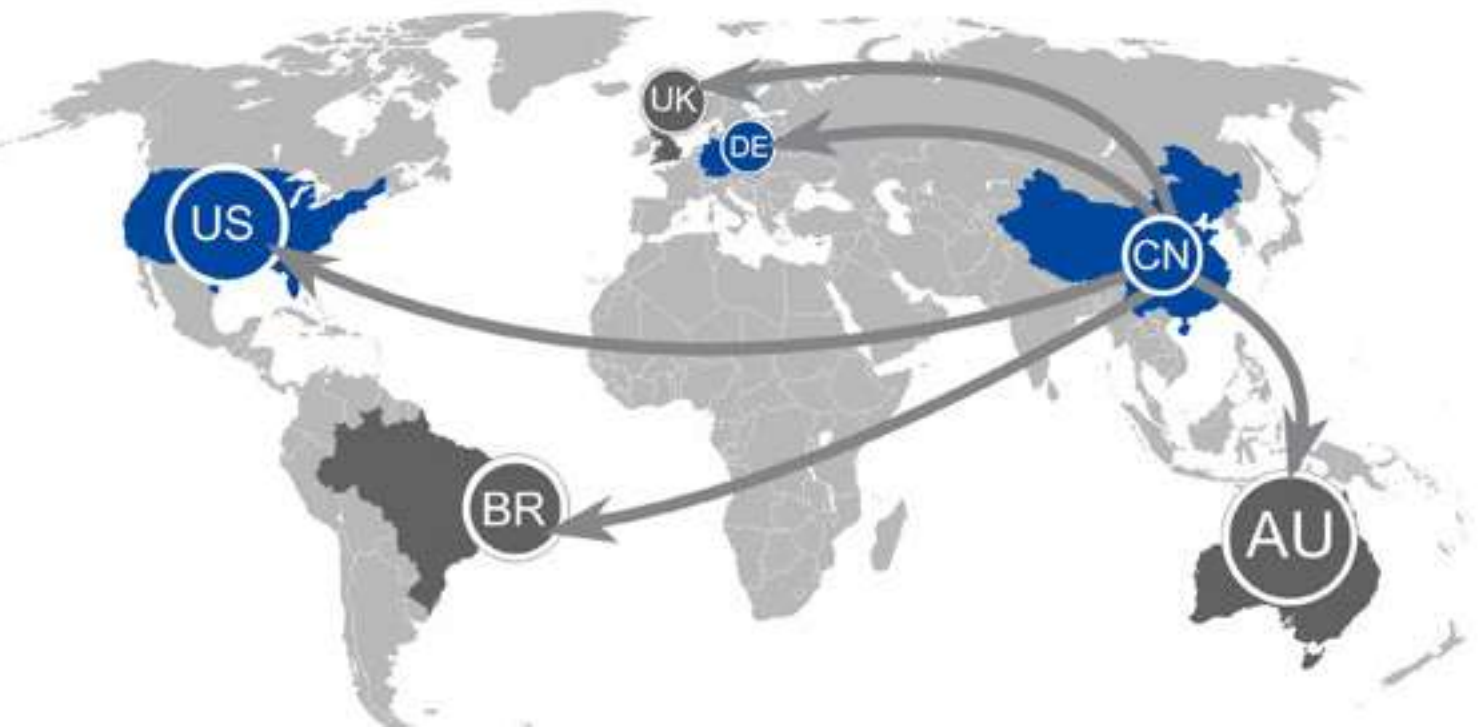
近年來，我國在傳統對外貿易下降之際，跨境電子商務逆勢增長，去年增速高達30%，成了外貿發展新增長點。據商務部數據，2013年我國各類跨境平臺企業已逾5000家，通過平臺開展跨境電子商務的外貿企業超過20萬家，總交易規模達3.1萬億。商務部預測，今年我國跨境電商進出口貿易額將達6.5萬億，未來幾年跨境電商占我國進出口貿易比例將會提至20%，年均增速30%。若果真如此，就像電子商務極大衝擊了零售業一樣，跨境電商很可能重塑我國對外貿易格局，引發對外貿易的巨大變革。

跨境電子商務，也就是“互聯網+外貿”。它借助互聯網技術實現商品和服務的跨境交易。因具有開放、高效、便利、進入門檻低等優勢，跨境電商不僅衝破了國家間的障礙，拓寬了進入國際市場的路徑，使國際貿易走向無國界貿易，成為發展對海外貿易的新模式、新引擎之一，而且能帶動產業和就業發展、增加收入、滿足居民需求，為經濟發展提供新動力。

目前，跨境電商模式有海淘（B2C）、海代（C2C）、直發/直運平臺模式（B2C）、海外直采（B2C）、自營模式（B2B2C）、閃購模式（第三方B2C）等。這些模式的發展狀況取決於語言溝通、支付手段、物流方式及其速度、價格競爭力、退換貨及其成本、假貨仿貨風險等狀況。相對來說，

那些能滿足個性需求和情感，中間分銷環節少，價格、信譽和物流等具有競爭優勢的，將成為跨境電商的主流模式。

我國跨境電商得到迅速發展，有多方面原因。首先，互聯網技術的發展及應用，為跨境電商提供了技術支持。相對傳統國際貿易，跨境電商通過互聯網發佈商品資訊、交易和支付，能有效打破管道壟斷，降低進入門檻，節約交易成本和交易時間，開拓行銷管道，不僅提高了行銷方式的靈活性，還為中小企業創建品牌、提升品牌知名度提供了有效途徑，尤其能給一些“小而美”的企業創造新的發展空間。我國正因為具有互聯網技術和市場規模的比較優勢，才搶得先機與美國一道成了全球跨境電商中心。其次，跨境電商實現了小訂單與小需求的對接，符合消費模式轉化的新特點，滿足了多元化需求。隨著收入水準提高，消費需求和消費觀念的升級，我國居民對食品安全、商品品質、品牌、品類、價格等方面提出了新要求。我國傳統中低端消費品製造能力非常大，供給嚴重過剩，但同類高品質消費品卻供給不足，跨境電商為這部分需求湧向海外提供了管道。再者，政府的支持為跨境電商創造了良好環境。在全球經濟前景不佳，國際貿易增長速度下降的背景下，我國政府希望跨境電商成為發展對外貿易的新路徑和增長點，應對跨太平洋夥伴關係協定（TPP）的衝擊。2014年7月海關總署發佈《關



於跨境貿易電子商務進出境貨物、物品有關監管事宜的公告》，確立了跨境電商的合法地位以及對跨境電商的監管框架，認可了業內通行的保稅模式。國務院去年3月批復設立全國首個跨境電子商務綜合試驗區——杭州綜試區後，又在今年1月批復同意在天津、上海等12個城市設立跨境電子商務綜合試驗區。加上大多數國家尤其以美國為代表的發達國家對國際電子商務免征關稅，這些將為跨境電商的發展帶來更多政策紅利。

未來我國跨境電商的發展空間

極大。從國內需求看，艾瑞諮詢發佈的《中國跨境網路購物研究報告》顯示，在2014年網購用戶中，跨境網購比例僅15.3%，以80、90後年輕人為主，這意味著跨境電商的市場潛力還很大。從國外需求看，“一帶一路”相關國家和我國經濟互補性強，與我國貿易增長快，尤其越來越多的洲際鐵路運輸線建成，運輸時間和成本大降，有利於突破跨境電商發展的物流瓶頸。從產業發展看，跨境電商涵蓋行銷、支付、物流和金融服務的完整產業鏈。跨境電商的發展有利於優化外貿產業鏈，幫助傳統外貿企業轉型

升級，增強外貿企業競爭力，有利於幫助創業創新和中小微企業快速進入外貿市場，捕捉市場新變化，打造更多國際品牌。

此外，在資本和技術支持下，各路玩家紛紛進入跨境電商領域，大型跨境電商企業和平臺、全球物流供應鏈服務商的出現，為行業發展提供了堅實後盾。這將重塑我國的對外貿易格局。

※來源:2016年2月5日-上海證券報

○ 跨境电商新政緩一年 試點城市暫免通關單

跨境电商“4·8”新政將暫緩一年執行，一年的緩衝期對從事進口業務的電商以及政府職能部門來說，都是一次嚴峻的考驗。就進口電商來說，能否按照新政要求，將各項通關的資料、手續、檔等準備好，將直接決定一年緩衝期後企業能否繼續生存下去。否則，就只能被淘汰；對政府職能部門來說，正面清單所規定的通關手續，假如企業很難辦到，或者說壓根兒就辦不到，至少是絕大多數企業辦不到，又該怎麼辦？

新政按下暫停鍵

4月8日，我國對跨境电商零售進口商品按照貨物開徵關稅和進口環節增值稅、消費稅，被稱作“讓電商好日子到頭”的新稅制正式實施。5月25日，海關總署正式下發《關於執行跨境电商電子商務零售進口新的監管要求有關事宜的通知》（以下簡稱通知），明確過渡期內跨境电商進口商品新的監管要求。

《通知》顯示，對於網購保稅模式，在上海、杭州、寧波、鄭州、廣州、深圳、重慶、天津、福州、平潭十個試點城市按原有監管要求進行監管，無需核驗通關單。對於保稅模式和直購模式中的化妝品、嬰幼兒配方奶粉、醫療器械、特殊食品則無需執行此前正面清單中要求的首次進口許可證、註冊或備案要求。但新政中關於稅率的調整保持不變。

《通知》規定，監管方案規定新的監管要求過渡期為一年，截止期到2017年5月11日。

通關單是“殺手鐮”

跨境电商新政按下暫停鍵，實際上正是創新貿易模式與監管政策之間磨合的體現。跨境电商進口新政自4月8日實施以來，引發了電商企業的劇烈反應。其中，爭議最大的並非取消“免稅”，因為這是從“稅”的基本層面確定了跨境电商的模式和地位。而是要求“網購保稅商品“一線”進區時按貨物驗核通關



單”，再加上正面清單對進口商品品類的限制，以及稅率優勢的喪失（原本按行郵稅計征，有免稅額），這種監管模式幾乎已經與一般貿易畫上了等號。

目前大多數跨境电商企業難以達到與海外供應商直接合作的要求（海外推廣風險、採購數量有限、銷售額不穩定等），很難取得原產地證及合同等單證。“通關單”是這次新政真正的“殺手鐮”。

網購保稅進口化妝品、保健品等商品還須在食藥總局註冊備案，備案手續少則數月，多則一年以上。

電商忙於去庫存

新政的監管政策暫緩一年，的確讓電商鬆了一口氣。新政頒布到新政宣佈暫緩期間，各大跨境电商綜合試驗區的進口單量銳減，下降範圍在60%-70%，新政暫緩后，有所緩和，但依舊是下滑趨勢。由於稅率的提升，消費者的消費意願降低了，市場的消費需求處於較低水平，因此不少跨境电商企業採取去庫存策略，繼續持謹慎觀望的態度。

一年的過渡期表明國家支持跨境电商行業發展的積極態度，同時跨境电商也需要明確合理的措施來進行監管，這樣才能保障消費者的合法權益和國內商業環境的健康發展。在未來，國家對跨境电商加嚴監管是趨勢，那麼在緩衝期的一年中，企業、政府職能部門該怎麼辦？

升級供應鏈建設

有業內人士指出，一年的緩衝期為電商轉型升級提供了必要的“窗口”，比如可以有充足的時間佈線倉儲物流，又或者根據“清單”重新打

造“新爆款”。實現轉型、升級供應鏈或與海外供貨商達成深度合作，得到商品的原產地證、合同、發票等相關文件。對於化妝品、保健品等監管嚴格的商品，企業在引進新品時需要做更多努力，否則將失去新品上線和SKU豐富的優勢。同時，企業應當主動到政府職能部門去了解政策的運行和坑你存在的調整情況，以便於及早掌握信息，為一年後的新政重啟做好準備，避免到時束手無策。

從長遠來看，真正能夠影響到跨境电商商品價格的是採購和渠道成本，而這是由跨境电商的供應鏈水平決定的，因此，一年後能否保持平台商品的價格穩定，甚至進一步放大價格優勢，最終考驗的是跨境电商的海外供應鏈。

政企互動探索模式

財政部關稅司負責人表示這一過渡期的監管措施將有利於支持跨境电商電子商務零售進口稅收政策平穩過渡，有利於探索適應跨境电商電子商務零售進口發展特點的監管模式，有利於引導企業積極適應規範的監管要求，促進跨境电商電子商務的健康發展。

政府職能部門則應當廣泛深入到企業中，了解企業對新政的意見和想法，特別是手續十分複雜、政策障礙很多、矛盾十分尖銳的通關手續，一定要實事求是地進行分析，對新政作出調整，避免給企業生存帶來壓力。要對緩衝期對內企業的行為、運行情況、負擔等進行全方位的調查和分析，在一年緩衝期到來後，對政策進行全面的修改和調整。

話題 Topic

正面清單再次“擴軍”

4月7日發佈的第一批清單共包括1142個8位稅號商品，涵蓋了部分食品飲料、服裝鞋帽、家用電器以及部分化妝品、紙尿褲、兒童玩具、保溫杯等。15日，第二份“正面清單”在夜間出爐，又有151個8位稅號商品入圍。記者觀察到，根據第二批正面清單，龍蝦、蟹、牡蠣等生鮮，以及香蕉、鳳梨、芒果、葡萄和櫻桃等鮮水果被重新列入。對於此前幾乎遭遇毀滅性打擊的保健品，這次也被部分解禁，主要涉及魚油、未混合的維生素以及衍生物等商品。

跨境購奶粉註冊制獲兩年寬限期
品類：配方奶粉

4月13日，根據國家食品藥品監督管理總局意見，清單中有關商品的備註進行了說明，明確目前跨境電商零售進口嬰幼兒配方乳粉暫不需要獲得相關產品的配方註冊證書，從2018年1月1日起，在中國銷售的嬰幼兒配方乳粉必須依法獲得產品配方註冊證書。

這意味著，之前在各跨境電商平臺陷入下架風險的配方奶粉，獲得了暫時豁免，擁有了近2年的過渡期。跨境電商平臺和辣媽們可以先松一口氣了。

化妝品需先取得許可證
品類：化妝品

對“首次進口的化妝品”進行了解釋，即通過跨境電商進口的化妝品應是按照規定取得許可批件(包括備案憑證)的產品。也就是說，將“首次進口的化妝品”監管明確為一般貿易方式，但“下一步，將加強對上述政策的調研，完善配套監管措施”。

保健食品存在首次進口限制
品類：保健食品

對於此前幾乎遭遇毀滅性打擊的保健品，這次也被部分解禁，主要涉及魚油、未混合的維生素以及衍生物等商品。

2016年7月1日實施《保健食品註冊與備案管理辦法》後，首次進口的保健食品，必須向國家食品藥品監督管理總局申請註冊，首次進口的補充維生素、礦物質等營養物質的保健食品，必須向國家食品藥品監督管理總局備案。

這意味著，保健食品依然存在首次進口這個限制。而且相比化妝品，保健品的備案註冊流程時間更長。

生鮮液體奶可通過網購保稅進口
品類：生鮮液體奶

根據第二批正面清單，龍蝦、蟹、牡蠣等生鮮，以及香蕉、菠蘿、芒果、葡萄和櫻桃等鮮水果被重新列入。包括液態奶、生鮮等在途、在運的問題都可以按照原先的流程進入保稅倉或者出單清關。

兩份正面清單為跨境電商行業長期健康發展帶來利好，特別是第二份清單對於跨境電商企業來說可謂救命稻草，對現有的生鮮電商平臺是巨大鼓舞，清單上的品類甚至有可能催生新的垂直跨境電商平臺。



中國快遞業：業務高速增長下的激烈對抗

2007年開始，中國網絡購物市場快速興起。2007-2015年，中國網絡零售市場交易規模增長近70倍，2015年網購市場規模更是達3.8萬億，網購需求的爆發式增長給快遞行業帶來了新的增長動力，國內的民營快遞企業高速成長和壯大。隨著近期順豐快遞“食言”宣佈將借殼鼎泰新材上市，中國最受關注的快遞企業即將上市的傳聞得到證實，這是繼申通、圓通之後採用借殼的方式急速對接二級資本市場的快遞企業，意味著中國快遞行業在繼續高速增長的同時，將會在資本的推動下有更激烈的對抗。

電商助力 快遞行業迎來爆發性增長

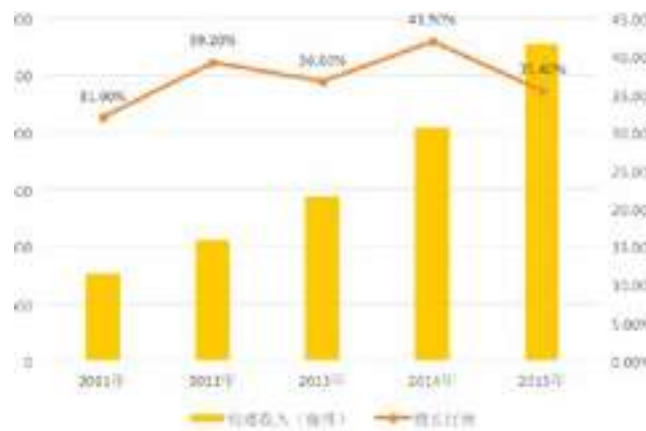
隨著電子商務的高速增長，我國快遞行業也迎來了爆發性的增長。前瞻產業研究院提供的《中國快遞企業市場競爭分析及企業競爭策略研究報告》指出，2010年前後，電商成為快遞業務的主要增量，之後快遞

市場便迎來了爆發式發展。2011年到2013年間，我國快遞行業業務量分別為36.73、56.85、91.87億件，呈現穩中有升的發展態勢。2014年我國快遞攬件量達140億件，同比增長51.9%，超越美國穩居世界第一快遞大國地位，並且快遞行業已經連續4年保持年均增長幅度超過50%。2015年我國快遞行業攬件量為206.7億件，保持了40%以上的高速發展。

2014年快遞行業收入突破了2000億元，2015年，快遞市場收入達到2769.6億元，同比增長35.4%，整體呈現出高速發展的勢態。近兩年快遞業件量和收入增速雖然有所下滑，但考慮到網購市場空間和國內快遞市場巨大的地域差異，預計行業未來3-5 年仍將保持較高增速。



※2011-2015年快遞業務發展情況



※2011-2015年快遞業務發展情況

快遞行業競爭激烈 生存難

隨著企業不斷湧入快遞市場並加速擴張，行業的格局也在悄悄發生轉變。行業規模增速正逐步放緩，並正式進入整合期，隨之而來的快遞產品的同質化與惡意低價競爭，激烈的市場競爭導致導致全行業的平均單價從2004年的28.8元急速下降至2015年的13.4元，加之期間工人工資平均水準的上升，房屋租金的逐漸上升，最終整個行業的利潤率已經由原來的近30%猛跌至目前的5%左右。進入微利時代，企業資金捉襟見肘，亂象也隨之浮現。

我國雖然超越美國成為全球最大快遞市場，但與美國的快遞業相比較，在軟硬體設施和服務水準遠不及美國，而升級軟硬體設施和提高服務水準則需要大量的資金投入。受資金限制和微利的影響，一些企業放棄了對快遞員的素質培養，同時由於利益驅動，快遞企業對員工進行壓榨，這最終使得行業整體服務水準低下，顧客投訴居高不下。

未來，快遞行業微利甚至無利特徵將進一步凸顯，行業競爭更加激烈，想要倖存下來，只有資金充足、盈利能力強、高水準服務的快遞企業才能在市場上占據一席之地。

借助資本運作 打破快遞行業的僵局

簡單粗暴的價格戰使快遞業進入一個低級競爭的泥潭，全行業在“漲價找死，不漲價等死”的惡劣狀態中混沌膠著，痛苦不已，急需犀利的外力來打破僵局，調整市場結構，改變競爭機制，開創出新的競爭維度和成長空間。資本的介入則是各種方式中最有效率的一種，借助資本運作，推動快遞企業開拓出能可持續發展的新的業務差異點，打破人海戰術和價格戰的惡性循環，創造出新的服務內容，將消費者的關注點從價格引導向整體價值，並進行適度的市場洗牌，最終引領全行業登上一個新的發展階段。

近期順豐快遞借殼鼎泰新材上市的傳聞得到證實，除了順豐快遞之外，已有8家快遞企業提出了明確的快遞上市日程，包括同樣是快遞巨頭的申通和圓通在內。短時間內，多家快遞企業需求上市，反映快遞企業亟待轉型。資本的介入，有助於快遞企業向加大科技投入、拓展融資管道、提供定制化優質服務三方面轉型。



醫藥電商何去何從

近日，國家食藥總局先後叫停國內三家藥品網上零售試點第三方平臺，試點兩年的B2C網上藥店產業再遇寒意。此次的叫停，從表面來看，是因為試點的證書已經過期。但究其背後，會發現許多深層原因。正處於風口的醫藥電商，為什麼會被叫停呢？在政策不明、前途未定的情況下，醫藥電商將何去何從？

醫藥電商從2005年發跡，於2013年開始實施試點工作。隨著“互聯網+”概念的蔓延和醫藥平臺網上售藥試點的開展，把醫藥電商推上風口浪尖，被視為一片藍海，備受各路企業和資本青睞。從2005年京衛大藥房獲得第一張醫藥電商牌照到2010年，6年間獲得交易資格證書的企業數增加到23家，網上藥店增加到10家，中國醫藥電商發展緩慢。

2011年6月天貓醫藥館試水（2012年2月正式上線），2011年9月，開心人網上藥店單月銷售額突破400萬元，為當時醫藥電商單月最高銷售額，成為行業標杆，中國醫藥電商行業發展正式進入快車道。截至2015年12月31日，全國累計有517家企業擁有《互聯網藥品交易服務資格證書》，與上年相比增加164家。2015年，據藥品流通行業系統不完全統計，醫藥電商銷售規模已達476億元，其中B2B為444億元，銷售占比93%；B2C為32億元，銷售占比6.7%。

遭遇“急剎車”

國家食藥總局叫停了網上售藥試點平臺，無疑是給如火如荼的醫藥電商，潑了盆冷水。正處於風口的醫藥電商被叫停，從表面來看，是因為試點的證書已經過期，但是究其背後，會發現還有許多深層原因。那麼，這些原因都是什麼？為什麼相關的政策遲遲未出臺？

目前，網絡售藥平臺存在三大問題：藥品質量安全、藥品配送安全和用藥安全。相對持有B證、C證的企業而言，持有A證又做零售業務，容易出現假藥。藥品在運輸過程中對於溫度、濕度等標準都有一些要求，如果達不到標準，藥品就可能出現失效或不良反應。而在患者用藥過程中，由於缺乏醫生專業的指導和叮囑，可能會導致藥品用量過度、用錯藥等問題。

雖然相關部門也在逐年加大整治力度，但還沒有建立一套健全的監管體系，對醫藥電商行業的規範不夠，導致網絡售藥問題頻出。綜上所述，也不難理解為何醫藥電商平臺被叫停了。

醫藥電商何去何從

第三方平臺藥品網上零售試點被叫停，意味著企業僅擁有《互聯網藥品資訊服務資格證》，不能銷售藥品，只能採用跳轉方式將流量導入官網。面對醫藥電商的勢不可擋，但監管政策卻遲遲不明朗，未能建立一套健全的監管系統，醫藥電商究竟何去何從呢？

B2C網上藥品銷售產業遇冷，但B2B銷售還在如火如荼進行中。據商務部不完全統計，2015年商務部直報系統醫藥電商銷售總額達476億元，其中B2B市場規模達444億元、占醫藥電商銷售總額的93.3%！可見醫藥B2B市場潛力巨大，儼然成為目前最具投資價值的領域。

業內專家指出，第三方平臺藥品網上零售試點平臺被叫停後，醫藥電商除了可以做自營業務外，醫藥O2O也是未來發展的方向。醫藥O2O模式有利於監管，配送便捷，啟動線下實體門店的功能，特別是藥事諮詢和用藥指導方面的作用。



地區·熱點

安哥拉：中安機械工程項目涉資4億美元

中國機械工程6月23日發布公告稱，公司與安哥拉能源水利部簽署 Lauca 輸電系統設計、供貨、建設、試運行和投運公共項目的合同，合同金額為4億美元。

根據合同，項目範圍包括修建400kV輸電線路及變電站。公司作為總承包商，將以交鑰匙的方式，負責項目相關工作。按照合同規定，項目開始建設後工期為20個月。



佛得角：中佛建交40周年

中國人民對外友好協會與佛得角共和國駐華大使館於4月25日在京共同舉行慶祝中佛建交40周年招待會。全國政協副主席陳曉光、維德角駐華大使塔尼婭·羅穆阿爾多及維德角總統顧問阿納爾多·德爾加多等中外來賓近200人出席。

巴西：今年經濟料衰退3.6%

當地時間6月13日，巴西央行發佈的最新《焦點調查》報告顯示，金融市場分析師預測，巴西今年經濟將衰退3.6%，比上周預期收窄了0.11個百分點。不過，通脹率將從上周預估的7.12%升至7.19%。

自特梅爾代總統組建巴西臨時政府以來，市場對其執政寄予厚望。一個月內，金融市場分析師第四次收縮巴西經濟衰退程度預期。他們預測，巴西今年經濟將衰退3.6%，好於上周預期的萎縮3.71%，表明深陷危機的巴西經濟已“觸底反彈”。分析們還預測，2017年巴西經濟將從上周預估的增長0.85%提高至1%。





葡萄牙：政府批准經濟增長和穩定計劃

4月21日葡萄牙政府在內閣會議上批准了經濟增長和穩定計劃，並制定了減少財政赤字和經濟增長目標。

根據該計畫，葡政府預計今年的財政赤字將占國內生產總值(GDP)的2.2%，明年為1.4%。葡政府去年的財政赤字占GDP的4.4%，高於歐盟制定的3%上限。葡政府還預計，該國今年經濟增長率將達1.8%。

葡財政部長森特諾當天表示，這一計畫是謹慎和現實的，政府將通過減少支出實現減赤目標。他同時表示，根據今年前幾個月預算案實施的情況，他對歐盟批准這一計畫充滿信心。

莫桑比克：第1季度中莫貿易總額4.04億美元

中國海關統計資料顯示，2016年1-3月，中國與莫桑比克的貿易總額為4.04億美元，同比下降31.15%；中國向莫桑比克出口商品總額2.75億美元，同比下降38.38%；從莫桑比克進口商品總額1.27億美元，同比下降8.17%。

1-3月，中國出口到8個葡語國家的商品總額58.44億美元，同比下降44.95%；而進口商品總額108.82億美元，同比下降2.1%。



幾比：西非開發銀行提供融資貸款

據幾比通訊社報導，6月24日，幾比經濟與財政部長多斯桑托斯與西非開發銀行行長克利斯蒂安·阿多維蘭德（Christian Adovelande）簽署了總額為300億非洲法郎（約5000萬美元）的融資貸款協定。

根據西非開發銀行網站消息，其中，50億非洲法郎主要用於鋪設幾比南部城市布巴到卡蒂奧的瀝青公路，該專案旨在加強幾比與西非國家的經濟聯繫，促進次區域的經濟和社會發展。另外250億非洲法郎用於甘比亞河流域開發組織成員國電氣互通專案，該專案是通過由甘比亞河流域開發組織（OMVG）開發的卡雷塔（KALETA）和桑巴加魯（SAMBAGALU）水電站專案，滿足OMVG組織成員國甘比亞、幾內亞、幾內亞比紹和塞內加爾四國對於電力的需求，實現電力能源相通，帶動西非地區經濟發展。

馬來西亞：中馬合建馬來西亞城獲稅務優惠

6月16日馬來西亞首相兼財長納吉在馬來西亞股東合資協議簽署儀式上致辭時宣佈，馬來西亞政府同意為馬來西亞城(Bandar Malaysia)發展專案提供一系列稅務優惠配套，包括讓主要發展商即依斯干達海濱控股有限公司(IWH)和中國鐵路工程集團(CREC)組成的IWH-CREC私人有限公司(IWH-CREC)，享有豁免10年公司稅的優惠。



重慶：至東盟公路班車東線複線開通

6月13日晚，重慶至東盟公路班車的又一條新線路——東線複線首趟班車正式發車。由於此線路採取陸海聯運方式，因此，相較純陸路運輸，成本可節約1.7萬元/趟/車，對企業來說非常劃算。這讓重慶通往越南的貨物運輸又多了一個新的選擇。

香港：與澳洲自助出入境互通

香港入境處6月20日宣佈，繼與韓國、德國、新加坡推行互相使用自助出入境檢查服務後，香港亦由即日起與澳洲推行相似服務。年滿16歲、在澳洲沒有不良紀錄、持有香港特區護照及有效澳洲簽證人士，毋須預先登記即可在入境澳洲時，使用澳洲的自助出入境檢查服務；而持有澳洲護照人士亦可免費登記使用香港的「e-道」服務。處方指，新安排將能進一步便利香港居民和澳洲旅客出外。

澳門：廣西與港澳實現服務貿易自由化

廣西商務廳日前發布消息稱：與港澳已基本實現服務貿易自由化。廣西成為全國繼廣東之後實施內地與香港、澳門關於建立更緊密經貿關係的安排(CEPA)先行先試的兩個省區之一，也是中西部省區唯一實施CEPA的省區。根據CEPA新協議，廣西在商務、城市規劃、園林設計、運輸、旅遊等領域取得19項優先開放措施。



知識變現的本質 與收費知識產品的未來

◎作者：方军（创业邦执行总裁）

Innovation

知識變現的本質是，把知識變成產品或服務以實現商業價值。我們處在從免費的知識互聯網向收費知識產品服務轉換的超早期階段。知識產品的免費域在繼續擴大，而不是縮小。使用者是為知識產品和服務付費，為知識的形式付費，既不是為知識本身也仍不是為效果付費。未來的知識消費演進會指向直接付費請人幫忙解決問題。

現在，實現知識的商業價值（即知識變現）成為熱門議題。在這裡，我們試圖透過紛繁複雜的現象透視知識變現的本質：只有將知識變成產品或服務，也就是產品化，知識才能實現其商業價值。

把知識轉化成產品或服務，是因為，知識消費者所需要的，不是知識，而是知識的形式。產品或服務，是從解決問題的角度出發的，雖然不一定就到達解決問題的階段。對於平臺來說，如果不能規模化地提供產品與服務，不能規模化地服務知識消費者，也就沒有價值。收費知識產品/服務的本質可延展成這樣三個視角：

- 供應視角——不變成產品，就沒有價值。
- 消費視角——不解決問題，就沒有價值。
- 平臺視角——不能規模化，就沒有價值。

從一開始，互聯網就是資訊和知識的網路。過去幾十年中，從資訊溝通效率、資訊梳理、分享精神、眾包、社交等角度

已經共同塑造了一個人類有史以來最為龐大和高效的“免費知識互聯網”。其中，優秀產品有Google、維基百科、blog/博客以及Medium這樣的寫作平臺、Twitter/微博這樣的短資訊社區、Quora/知乎這樣的社交問答、以Linux為代表的軟體開源社區等等。

移動互聯網使得用戶對針對性的要求增強，用戶願意付費購買來替代個人搜尋成本，這使得收費的知識互聯網產品開始出現。之前，互聯網上知識分享的驅動力是互惠的禮物經濟邏輯；之後，引入價格因素或經濟回報因素，是否會進一步提高人類知識分享與消費的效率，這是所有人最為關注的。

現在給知識變現帶來“信心”的幾個“收費知識產品”，都是把知識轉化成新形態產品滿足了消費者的需求，是產品的勝利：羅輯思維的圖書電商，在行的一對一小時付費約談，分答的60秒語音收費知識問答，知乎依託問答社區的付費知識直播知乎LIVE和收費語音問答值乎，混沌研習社的商業知識課程，李翔商業內參的資訊服務，馬東的好好說話音訊教育節目等。目前這些產品成功是手段上的革新，還沒有發現新需求、新市場，其中一些手段如打包銷售還是臨時性的。可以這樣說，我們可能正處在收費的知識互聯網產品的超早期階段，收費知識互聯網在未來幾年將可能有突破性的產品出現。



產品化： 為什麼將知識轉化成產品最為關鍵？

知識是“無價”的，實際上是說，知識沒法定價。只有知識變成產品或服務，能夠幫人解決問題，才能實現價值的轉移，才可以定價、銷售。知識無法買賣，買賣的都是知識的形式。在對本文初稿的討論中，張一帆提出將資訊與知識界定為三種：

- 1) 客觀事實(objective facts)
- 2) 主觀觀點(subjective opinions)
- 3) 專業判斷(professional judgement)或技術訣竅(know-how)

第三類都可以認為是技能(skills)。現在，可以知識變現主要在第三類和部分第二類。在分析中，我們並未嚴格遵循某種知識分類，而是採用較寬泛的知識定義，類似於知識經濟中的知識所代表的寬泛含義。

產品），從它的案例中可以看到把知識轉化為產品這個環節的價值。

一般來說，過去的主要資訊與知識產品有三大主要類別：媒體，以廣告行銷為主要盈利模式；內容，把內容轉化為圖書、電影等產品進行售賣；教育，以教育或培訓服務為主要產品形態。除此之外，還有兩種類別：把知識融入有形商品之中；專業的諮詢服務。圖書這一知識產品有著很強的典型性。

在知識創造階段，圖書作者完成書稿。在知識產品化階段，出版社的編輯將書稿編輯成書、進行包裝，出版社印製圖書、行銷、售賣。在知識消費階段，讀者通過閱讀掌握書中知識。在經典的方式中，讀者獨自閱讀，讀者閱讀和消化知識的難度是很高的。編輯和作者

知識的生產消費有三個主要環節：



如果討論這三者中的商業價值，最重要的是連接知識創造和知識消費的“知識產品化”這一環節。出版業是最傳統的收費知識服務行業之一，也是眾人最為熟悉的知識產品（內容

會儘量提高易讀性，出版社會進行行銷包裝使讀者能接觸到它，除此之外，作者、編輯和出版社並未花更多力氣來讓知識消費變得容易。

在出版領域，圖書的出版編輯是全程負

Innovation

責，將書稿作品變成圖書產品的人，是產品化的負責人。書稿作品多數是作者個人的創作，是個人視角；優秀的出版編輯則是採用外部視角、市場視角。在美國，作者的文稿經紀人會部分承擔出版編輯的角色，不同的是他所代表的是作者的利益。

考慮到讀者獨立閱讀消化知識的難度，有人試圖在知識產品化階段進行改變，提供圖書之外的新的知識產品，獲得更多的經濟收益。其中，主要的方式是把書變成課程或講座：出版社組織作者進行巡迴講座，主要目的是圖書行銷；作者獲邀去舉辦講座，或舉辦線下培訓課程；作者與出版社或其他機構一起，將圖書變成視頻課程、線上微課等課程形式。

如果進一步考慮到使用知識的難度，還可以繼續延伸圖書這個知識產品：比如由作者提供諮詢與顧問服務；更進一步，作者與其他機構將它開發成可由他人提供服務的諮詢與顧問服務，並授權出去。目前對有的作者來說，圖書不只是之前成果的終點，更是新業務的起點。

另外，從童書和大學教材這兩個較為特別的圖書領域，我們也可以看到，在知識產品化這個環節的可能性。

童書與成人書不同之處是，
童書由家長購買，兒童閱讀通常

需要家長的參與和協助。它的整個過程因而變成四環：圖書創作，童書出版，對家長的閱讀指導，家長與孩子共讀圖書。在這裡，知識產品化的環節可細分為兩環：童書出版，家長閱讀指導。家長閱讀指導，就是在童書產品之外提供新的知識服務。

在國際上大學教材的這個出版領域，知識產品化過程中所產出的產品與常規出版有很多不同：教材是持續反覆運算的，經典教材每年都會出新版；會有附屬的習題集等學生用書；有針對教師的教師用書、資料網站；會開發教師所用的教學課件（由課件PPT、視頻素材等組成）。以及在現在線上教育的情況下，可能開發配套的學生可直接使用的線上學習課程。

以上出版業的各種情形，不管是往講座/課程的延伸、把圖書裡的知識變成諮詢與服務、童書領域增加家長閱讀服務環節、教材領域新增更多服務教師與學生的產品形態，這些圖書之外的產品化，都是為了讓個人從圖書中獲得知識變得更容易。我們也要注意，圖書出版的傳統方式可能也束縛了付費知識產品的思維太久，這些仍只是脫離傳統方式的初步嘗試。

總之，不管是從出版業的核心業務圖書出版，還是以圖書進行的延展，我們都看到，將知識

轉化成產品對實現商業價值最為關鍵。

討論產品化，我們要特別注意到知識產品與服務的獨特性。與消費類產品不同，消費品廠商交付給顧客的是最終的產品，知識產品與服務所交付給顧客的，往往產品需要顧客付出很大的努力之後才能掌握和使用。以出版為例，甚至可以這樣說，作者所交付的是“作品”，經過出版環節所交付的是“半成品”，只有顧客付出努力之後才變成“成品”。不過，知識產品與服務也遵循所有產品的第一原則：用戶所得到的，應該當大於他的付出，不管他的付出是金錢還是時間與精力。

現在，把知識產品化，再加上移動互聯網所帶來的便捷性易得性、重構流通管道、增加供給、精準匹配，這些因素一起讓互聯網上的知識變現變得具有巨大的想像空間。圖書的互聯網售賣、圖書的數位化、圖書的互聯網延展一直有著豐富的實踐。

傳統的知識變現乏力原因之一，面對的是消費者的模糊的臉，消費者被動接受的是一個打包的產品，購買決策只能依賴猜測和過往的信任，這中間的挫折又加大了繼續購買的難度。社群、人格化、直接回饋，這些新動向也在彌補信任的缺陷。



為知識產品付費，為知識服務付費

我們在說“為知識付費”時，實際上省略掉了兩個字，更準確的說法應該是如下兩種之一：

- 為知識產品付費。
- 為知識服務付費。

在知識領域，產品與服務是交錯在一起的，這裡不做詳細辨析，只是大略地把不需要人工介入的稱為產品，比如圖書、視頻，需要人工介入的稱為服務，比如講座、一對一諮詢、培訓課程。

現在，我們可能正處在知識產品化的超早期階段，只是出現了一些可能預示著趨勢的“苗頭”。正如在“好好說話”教育音訊年度訂閱賣到千萬級收入之後馬東所說，他和其他一些知識變現的成功者帶給大家的主要是“信心”。以下我們逐個探討收費知識產品的“苗頭”，但目光會稍微放得遠些。

電子書。亞馬遜以Kindle硬體開啟了電子書市場，它建立龐大的支撐體系、以長期的耐心推動圖書從紙書轉向電子書。現在，Kindle生態中已經逐漸有很多純電子書圖書出現。這個市場有很多進入者，蘋果以它在iPhone手機的優勢推電子書，國內較有特點的是微信以社交優勢推微信讀書。迄今為止，電子書的變化主要還是在載體的變化上，通過載體變化創造新的知識產品，但對圖書本身所作變動不大。

有聲書等圖書改編產品。在互聯網

上，對圖書的形態本身進行改造有一些案例，其中典型的有有聲書和縮讀本兩種。國外，有聲書有從CD有聲書演化而來的Audible有聲書，它現在也是亞馬遜的一部分。國內，有在喜馬拉雅等音訊平臺的有聲書。

圖書縮讀本在印刷時代就有，特別是針對商業書有不少Summary摘要形式的知識產品售賣，國內最新進展是羅輯思維以專業知識服務商的姿態推解讀和縮寫的精讀版電子書。它們的特點是，提供新形態的產品，讓知識的消化吸收變得容易。

教育培訓是知識產品中重要的類別，它以教師講授的方式連接知識創造和知識消費。圖書出版和教育是最傳統的兩個付費知識產品，只不過教育長期以來都被認為是社會性、公益性，強調它的社會價值，甚少談它的商業價值。但現在，商業性的教育培訓產品是最主要、最有效的知識產品變現手段。面向成人、面向大學生、面向青少年與兒童的教育目的、前提和方式是不同的，在互聯網、移動互聯網的形態下，它們也呈現不同的形態。

面向成人的（線上）教育。面向成人的教育，以技能為主，以知識為輔；以線下為主，以線上為輔。在中國的互聯網、商業領域有一些熱門的教育機構，如互聯網思想與前沿領域的混沌研習社（又稱混沌大學），由李善友創辦，目標是建立一座互聯網

Innovation

時代的商學院；如技術領域的極客邦(包括 InfoQ、EGO、StuQ、GIT)，它主要以教育性質的技術會議形式進行；如互聯網產品與運營領域的饅頭商學院與插坐學院；如筆記俠這個記錄和分享會議/課程演講筆記的知識服務。在電商領域、傳統企業轉型、職能技能教育也均存在較大的培訓業務。千人大課和海外遊學也是較為常見的形態。面向成人教育裡以線上為主的典型是51Talk這樣的一對一英語培訓，通過互聯網產品將國外英語老師與國內學員連接起來。

面向大學生的（線上）教育。面向大學生的線上教育，在國內迄今為止產品化和商業化最好的是英語應試特別是出國英語類培訓，它是強需求，又可直接衡量效果。近年來最新的形式則是MOOC（大型開放式網路課程），到目前為止，從整體講MOOC仍近乎以公益形態運行，社會效益遠大於商業價值。MOOC帶來一系列的教育方法變革，其中典型的如翻轉課堂等。由於視頻符合受眾的娛樂消費習慣，視頻公開課也逐漸成為一種獨立的形態。

面向青少年與兒童的（線上）教育。兒童教育培訓是商業規模最大的市場之一，也是成熟的市場，按年齡段、按知識類型、按服務形態、按互聯網功能可分為多個細分市場，這裡不展開分析。從產品化角度看，針對兒童的教育產品是產品化做得非常先進的。這種先進可能是源於假設的不同：我們假設青少年兒童尚未掌握學習技能，更強調將知識轉化到他們能容易地接受，並持續地衡量效果；在成人領域，卻常假設受眾已經掌握了學習技能，他自己為效果負責，這種

假設使得我們輕視從消費者角度關注知識的產品化。

在行、分答所開創的一對一知識服務。在行和分答以同樣的邏輯對知識創造和知識消費之間進行了知識產品化包裝：在行是將知識包裝成“一小時的線下一對一面談”，分答是將知識包裝成“60秒的線上一對一問答”。一小時、60秒，都是在知識本身無法標準化的情況下，將知識的“容器”標準化，從而將知識轉化成產品/服務。

以訂閱為基礎的媒體式產品。2016年中冒出的知識產品新物種中，有商業資訊產品李翔商業內參、馬東推出語言技能培訓產品好好說話音訊、古典音樂教育產品雪楓音樂會等，它們的共同特徵是“以訂閱為基礎的的媒體式產品”：固定週期訂閱，目前多是年訂閱、價格在199元左右；內容每日更新，超細分內容，採用單一的內容模式；多是個人或小團隊的精品生產方式，以人格化品牌背書。在傳統的媒體形態裡，我們可以找到這樣的內容例子，但過去沒有這樣完全拆分、產品化和獨立售賣。現在，以訂閱為基礎的媒體式產品在形式上已有了文字文章（圖文文章）、音訊，或許很快也會演化出圖文PPT（或資訊圖示）、短視頻等形式。

特定專業領域內的知識產品交換。在一些特定專業領域，存在一些知識產品的交換與售賣，以下是一些案例：在PPT交流社區SlideShare（目前屬於LinkedIn旗下），有少量PPT和視頻是付費分享的；在諸如CreativeMarket這樣的平臺，可以售賣與購買設計項目、PPT範本、網站設計範本等；在Teachers Pay Teachers這樣的平



臺，教師們可以售賣和購買課程教案與講義。

在付費方式上，各類型、各領域的知識產品都會有一些收費模式變化：比如亞馬遜推出了Kindle Unlimited 服務，按訂閱式付費可以借閱大量電子圖書；比如Audible有訂閱服務，按月付款，可以每月得到一個購買有聲書的Credit；比如一些喜馬拉雅音訊、百度文庫所採用的“Freemium”（免費增值模式），多數內容免費提供，少量高價值內容收費；比如知乎所推出的“知乎LIVE”，基於知乎龐大的知識分享人群，提供專業知識和資訊的付費直播服務。

從以上案例可以看到，消費者願意為知識產品或知識服務付費。但請注意，我們既不是為知識付費，也仍不是為知識的效果付費，而是為知識產品或服務付費，也即是為“知識的形式”付費。這是因為，知識無法定價，效果難以評估。

這樣就看到知識產品和消費品的牟總相似之處，雖然行銷大師強調消費者要的是解決問題（客戶要的不是鑽頭，是鑽頭打出來的洞），然而消費者實際付費購買的既不是

原材料，也不是洞，而是鑽頭。至於真的變成為客戶提供解決問題的服務，那是完全另外一種業務形態了。用戶現在買的可能是節省的時間、精力，可能買的是體驗，未來可能轉向買結果。

我們也應特別關注知識產品的時代特徵，這些特徵可能是碎片化、社交化、娛樂化、人格化、互動化、快速易逝、即時回饋等等，互聯網、移動互聯網必然讓知識產品具有這樣的特徵。對收費知識產品服務的質疑與不滿很多正是針對這些特徵的。

在20多年前，大衛·溫伯格提出互聯網上的資訊特徵是“小塊鬆散組合”，免費的知識互聯網是這些特徵的產物，收費的知識產品服務也是，我們要做的是怎麼找到和這些特徵相處、從中獲益的方式。一位朋友在對本文的討論中提到“知識消費的失敗”，其實，在傳統的教育、圖書等知識產品的購買消費中，我們都曾經歷過“知識消費的失敗”，個人消費者在收費的互聯網知識產品服務上遭遇到的每個失敗，都是它改進和進化的機會。

面向個人的知識產品只是知識服務業一角

目前較為熱門的互聯網知識產品，還都是面向個人的（所謂2C），還沒有涉及面向企業（所謂2B）。這也符合互聯網發展的規律，面向個人的互聯網產品規模（2C）目前遠大於面向企業的產品（2B），互聯網、移動互聯網的企業服務領域近年來才開

始大規模發展。面向個人消費者的產品，因為和個人相關，往往較易吸引關注，個人也比企業更容易接受互聯網創新產品。

如果把知識產品的視角放大到也包括面向企業，我們可以看到，目前的知識產品熱潮只是知識服務業的一小角。和消費品不

Innovation

同，企業才是知識產品的最大買主。雖然免費知識產品看起來最早出現在網路上的，但直到現在，“收費知識產品”的互聯網化才剛剛開始。

至少有兩大類面向企業的知識服務是幾乎沒有互聯網化的。第一類是專業服務業，一般來講專業服務業包括廣告行銷、商業諮詢服務、軟體技術服務、資訊資料服務、財務審計、法律服務等。第二類則是以雇員形態存在的服務，知識工作者作為員工把自己的知識、技能、時間、解決問題能力售賣給企業。

以這種視角觀察，我們可以看到目前互聯網上的面向個人的收費知識產品只是冰山一角。在這兩類領域只是邊邊角角開始少量互聯網化，比如一些可以標準化的任務如工商註冊、商標等法律服務、社保代理等，比如一些可以數位化的業務，比如人才招聘和培訓等等。

和目前面向個人的知識服務相比，面向企業的知識服務所採取的邏輯是截然不同的：面向個人的知識產品與服務，目前所採取的仍更接近於傳媒與娛樂邏輯，只提供產品與服務，不解決問題；面向企業的知識產品與服務，所採取的邏輯都是要解決問題，甚至按效果付費。解決問題邏輯，也正是面向企業的知識服務還難以互聯網化的原因之一，互聯網擅長的是提供工具，由運用工具的人去解決問題，而不是幫人直接解決問題。

互聯網的特點使得目前面向企業的知識產品與服務多是以平臺方式在運作，互聯網公司提供的是平臺，將服務者和需求者連接起來，用連接來提高效率。在上文提到特定專業領域內的知識產品交換時，案例公司所提供的多是連接型的互聯網平臺。不管是免費的知識互聯網中知識分享，還是收費知識產品中的收費服務，都是教學相長的，分享是最好的學習，教

也是最好的學習，對企業，知識經驗的傳遞也是最好的學習。在面向企業的領域，還有這樣一些典型案例：

豬八戒網：豬八戒提供了一個專業服務的交易市場，買賣雙方可以售賣和購買LOGO設計、網站設計與開發、影視製作、網路推廣等專業服務。

Fiverr網站及App：它也是一個專業服務的交易平臺，以5美元為起價，交易種類包括包括美術設計、數位行銷、寫作與翻譯、視頻等創意相關領域。

InnoCentive網站：InnoCentive是最知名的創新眾籌平臺，它將有難題需要解決的公司機構和世界各地的科研專家連接到一起。登錄它的網站，我們首先要選擇，是要做“問題解決者”，還是發起一個“挑戰”。它最初是製藥公司禮來的一部分，現在是獨立的公司，服務於包括寶潔、NASA等機構。

X大獎：奇點大學執行主席、X大獎基金會主席彼得·戴曼迪斯所宣導的激勵性大獎賽也可以視為解決問題的典型案例，雖然激勵性大獎賽通常解決的都是挑戰性和號召力的偉大問題。彼得·戴曼迪斯總結，激勵性大獎賽的特點是它可以極大地提高某個挑戰的“可見度”，具體方式可能是設下如穀歌月球X大獎這樣的高達3000萬美元的巨額獎金。除了X大獎外，知名的大獎賽還有Netflix演算法大獎賽。

Github：Github是基於GIT的代碼託管平臺，也是開原始程式碼的交流平臺，以代碼形式解決問題的知識成果在它之上公開、分享和反覆運算。目前，在代碼這個領域，知識成果通過這種方式快速反覆運算、進化，從而促進知識的擴散、累積、創造。



未來：平臺和匠人個體共存的時代

付費的互聯網知識產品與服務，是互聯網上免費知識發展到極度豐裕、移動互聯網時代用戶要求更加精準的知識產品服務、以及社交網路/智慧匹配/知識挖掘等技術高度發展後的自然產物。從免費的知識互聯網，到收費的知識產品服務，不只是商業模式的變化，可能是又一次人類認知模式的進步。以下是對收費知識產品與服務未來的幾點展望：



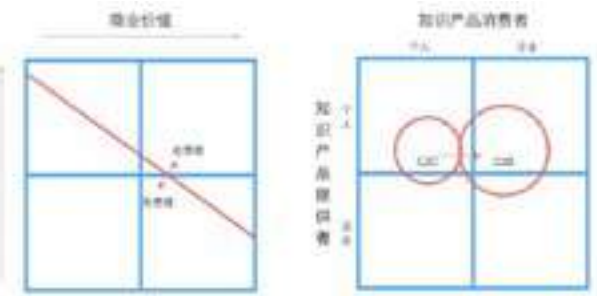
第一，我們不僅要將知識轉換成使用者可購買的知識產品服務，未來，知識產品化的範疇將進一步擴大：對面向個人的知識產品服務，需要將個人知識消費消化部分納入進來考慮；對面向企業的知識產品服務，不只是將知識消費所對應的融合與定制納入進來，更要將知識使用階段的解決問題部分納入進來。未來的知識消費演進會指向購買知識產品或服務的

結果。所謂的好內容、好知識產品，標準不是絕對的，但未來一定是奔著解決方案去的，目前的知識解決方案，還做不到對結果負責。

第二，我們認為，只有產品化程度高、商業價值高的知識產品才有可能實現較大規模的知識變現。只是知識原料的、產品化程度低的，都必然處於免費域。本身商業價值較低的產品，有時所收費用可能不足以彌補

Innovation

第三，如果按知識產品的提供者和消費者將整個領域分成2 X 2表格，現在的熱點是個人對個人的服務（C2C），下一個可能的熱潮是個人對企業的服務（C2B）。



第四，知識產品與服務的未來，將是平臺與知識匠人個體共存、相互依存的時代。不論是知識的創造、還是知識產品化，都是很難規模化的，它需要的更多的是匠人精神，以匠人/手藝人的方式創造知識、設計知識產品、服務知識消費者。誠如社會學家理查·桑內特在《匠人》中所說，“膚淺的能力在現代社會特別吃香”。

但是，膚淺創造不出知識和知識產品，知識和知識產品需要“緩慢的工藝時間”。這使得知識產品與服務的未來，必然是平臺和知識匠人個體並存的時代，平臺負責連接、快速、效率與規模，知識匠人個體以個人驕傲、好奇心、責任心去負責緩慢而需要深入的那部分。

平臺必然是高效率與規模化的，它的規模化可以是傳播高度和廣度的規模化，可以是連接的規模化，可以是交易效率和交易量的規模化，可以是生產量與服務量上

的規模化，可以是服務客戶數量和類型上的規模化。通常來說，平臺通常也提供格式化的形式和相應的工具。洪波（Keso）對本文初稿的討論中指出，“分答可以被看成一個知識交易平臺，平臺上交易的並不是產品化的知識，而是格式化的知識。”並進而認為，“知識變現的關鍵在平臺。知識的形式演變、知識的格式化、平臺所承擔的角色，都是很值得繼續討論的議題。

特別地，在平臺和知識匠人之間，有一個重要角色不容忽視，知識產品服務的運營團隊，它所做的，就是我們在之前所討論的重要環節，負責把知識產品化。

結論

總之，我們正處在收費知識產品服務的超早期階段，它可能帶來新一波的知識創造、分享和教育學習浪潮，帶來一波圍繞知識變現的商業機遇。

過去，只有少數人能創造知識和生產知識產品。現在，更多人加入到知識創造和知識產品生產的環節。未來，如托夫勒幾十年前所預測的，或許會達到所有人既是生產者又是消費者的狀態，也就是消費者即生產者（prosumer）。在知識領域這樣的產銷合一也許會最早實現。新的知識形式也會在互聯網上不斷生髮出來，新的技術或模式如已經發生的移動互聯網、正在發生的VR，都會促進新內容形式的出現。對知識的未來，我們無比樂觀。

※【注】：本文由“新榜”（微信号：newrankcn）授权转载。新榜（www.newrank.cn）是内容创业者服务平台，涨粉、变现、运营、观察，新榜给你不一样的思路。



CHINA

MACAU

PORTUGAL

BRAZIL

ANGOLA

TIMOR-LESTE

MOZAMBIQUE

CAPE VERDE

GUINEA-BISSAU

SAO TOME AND PRINCIP

中葡關係

澳門地位

