作为拉动经济增长的三驾马车之一，出口一直在中国经济中扮演重要角色。2022年以来，国际环境风云变幻，外需受到很大冲击，给外贸行业带来较大压力。此前召开的中央经济工作会议也强调要更大力度吸引和利用外资，推进高水平对外开放，提升贸易投资合作质量和水平。

在外需走弱的情况下，中国外贸业将会如何发展？近期企业“组团出海”能有多大收效？中国如何扩大和吸引外资？《中国新闻周刊》专访了中国国际经济交流中心副理事长、商务部原副部长魏建国。

外贸是经济发展的预备役

中国新闻周刊：出口是支撑中国经济的一大支柱，但最近“外需不足”成为常被讨论的关键词。2022年4月份，外贸进出口总值同比增加0.1％，此后有所回升，到11月，增速又降到0.1％，外贸面临着哪些风险？

魏建国：2022年11月外贸进出口总值增速降到了0.1％，但这并不意味着外贸走弱。

第一，我们看一个国家的外贸形势，从来不以单月计算。今年因为国际上的不稳定因素非常多，别说单月，单周都有很大的变化。第二，它的下降是因为俄乌冲突和美国连续4次加息，这是临时现象，在国外司空见惯，所以增速放缓也不要怕。我相信12月很快会补上来，从外贸规律来讲，每年的11、12月会有一个小翘尾，因为除了圣诞节之外，还有新年假日以及第二年的整体供货，只是今年尾巴翘得比较小。

外贸面临的风险，主要关系到四个方面。第一，从欧洲来看，由于美国的《通胀削减法案》，它会把欧洲的一些工厂，尤其是尖端工厂搬到美国去。目前看来，欧盟没有任何还手之力，他们既没有讨论这个问题，同时也没有回答。因此明年欧盟经济将全面进入衰退，这是大家所担心的。第二，俄乌冲突以后，很多能源价格上涨，导致了大批中小企业的停产、破产和转移。第三，美国持续通胀后，老百姓的收入减少，需求也会减少。第四是贸易保护主义，如果在外需降低的同时，又迎来了贸易保护主义，对中国的外贸企业将是很大的考验。

但能不能说外需走弱，就会影响到对中国商品的需求减弱呢？不能画等号。全球需求减弱是个大势，但对中国商品的需求和认可，我认为完全是事在人为。最近一些企业组团抢订单，都获得了非常好的结果，这是很不容易的。

2022年2月15日，大型集装箱船在广东深圳盐田港装卸货物。摄影/本刊记者 陈文

中国新闻周刊：2022年12月召开的中央经济工作会议，部署了明年的五大工作重点，首要是着力扩大国内需求。面对外需不足的挑战，你如何看明年外贸的表现？

魏建国：中央提出2023年要着力扩大内需，以此拉动我们的整体经济。我认为，如果以打仗来形容，打仗有预备役，哪里有困难，就出现在哪里，外贸就是随时随地作为预备役的统一编队。因此外贸今年任务还是很重，我们应该在外贸形势好时未雨绸缪，以此能主动开始转型。在以消费拉动内需的主循环下，外贸能帮助、支撑经济，起到辅助的作用，所以外贸也不能够被轻视。

中国的外贸企业已经不是20年前甚至10年前的外贸企业了。20年前我们加入WTO，现在已经从全球的供应链、产业链的中下端向中上端发展，韧性是很强的。外贸有足够的底气，来自于我们强有力的产业链和供应链。因此我认为，2023年外贸依然有可能像去年一样，甚至对经济作出比去年更大的贡献。

中国新闻周刊：中央经济工作会议部署的五大工作重点中，第四点是扩大和吸引外资。近两年，一些产业链和外资显现出撤出中国的迹象，前11个月外企进出口的增速只有0.1％，同时占比下降到33.1％，应采取哪些措施来扩大和吸引外资？

魏建国：中央经济工作会议已经明确要求，要更大力度吸引和利用外资，也要更大力度稳外贸。所以更大力度这四个字是2023年外贸的重要方向。

今年我们要持续推进高水平的对外开放，第一，要扩大市场准入，负面清单还要接着“瘦身”。第二，加大现代服务业开放力度，按照WTO的服务业分类，有98个类型，牵涉到金融行业、船舶运输、物流，甚至是文体卫生与健康养老等。现在我们还没有开放现代服务业，打开以后就等于让更多的外资进来。

此外，我们要像RCEP那样积极加入CPTPP（全面与进步跨太平洋伙伴关系协定），中央经济工作会议也指出，要主动对照相关规则、规制、管理、标准，也就是说我们要出台一些有利于吸引外资的规章制度，打造市场化、法制化、国际化为主的市场体系，这都为下一步整体开放做好准备。

2023年会密集出台更多开放政策，主要就是加大力度吸引利用外资。我建议各个省市都行动起来，哪一个省市能够在营商环境上面下功夫，从制度、管理、标准、规制上利好外资，就能抢得先机。此外，中西部地区有一定的潜力，只不过现在这种潜力还没有发挥出来。中西部地区的劳动力成本比较低，另外“一带一路”沿线的郑州、成都、四川、武汉等，有机会逐渐成为物流集散地，不仅会减少整体物流成本，也会吸引更多外商投资。中西部地区要做好思想准备，拥抱转移、承接转移，让更多全球资本、信息、技术、人才在本地生根开花。

要把出海抢订单作为常态化做法

中国新闻周刊：2022年外贸受影响的原因之一是，国内大量进出口展会取消，据会展信息平台展加网统计，2022年原计划举行1159场展会，只有292场展会开展。若2023年进出口展会有望恢复到疫情前水平，是否有可能使外贸行业迎来真正的反弹？

魏建国：大型国际展会非常重要。尽管疫情前全国有上千场展会，但在国际上的认可度一般，没有对接上国际客户的需求。展会不是把商品摆在那儿就能卖，上世纪70年代我们带团到国外参展时，都是根据市场的需求、客户的需要来下订单的。中国是供应商，我们需要参加、举办受国际客户认可的大型展览，了解消费者的喜好，以市场倒逼生产，订单量才会高。

疫情前，全国范围内受国际认可的大型专业展有14个，综合展8个，加起来才22个。中国是一个不太注重展览的国家，而在国际上，从现在到2023年4月份，全球还将举办1522个大型的综合展和专业展，包括电子展、家具展、消费品展，甚至牙科器械展。大型国际展会的经济效益是惊人的，一个牙科医疗器械展，全球就有接近6000亿美元的订单，要知道11月全国出口总额也就3万亿美元。还有像人造关节展览，现在全球一共有差不多500亿美元的生意。

据我了解，国际上的1522个大型展，可能有700多个都举办不了，一是因为经费问题，二是因为场地。我认为中国应该争取多主办国际展览会，承接全球大型展会，而不是我们另搞一套展会，会很花钱，而且组织得不好也很难取得好的效益。我们不仅要派团队参加国外的展览，也要把这些国外办不了的国际展搬到中国来，搬到家门口来办，我们在家门口就能拿到订单，因此带动产业链和供应链，让更多的中小微企业受益。

中国新闻周刊：近期各地组织企业出海抢订单，实际效果如何？从短期来看，圣诞订单基本交付，从长期来说，随着全球经济增速放缓，经贸周期向下，海外订单也显得较为困难。此时出海抢订单，能改变出口的趋势吗？

魏建国：出海抢订单的效果已经超出了我们的预料，它不仅体现了中国在外贸上的创新做法，更重要的是增进了全球客户对中国商品的认可和肯定。我们这次带回来的订单，足以满足一些小工厂三年的生产能力，花的钱是值得的。更重要的是，我们以后要把出海抢订单作为常态化的做法，这是在全球经济疲软的情况下，让中国的产品被更多国际客户熟悉，能满足更多消费者的要求，以此得到更多的订单，这是很不容易的。

出海抢订单是近几年，尤其是沿海地区想出来的高招，应该说这对中国的外贸行业是很大的促进，今后还会进一步加强，要继续向中西部地区发展。现在中西部地区难度比较大，主要是政府的补贴不能到位，另外信息也不对称，出国参展要做很多细致的前期准备工作。

我很鼓励外贸行业发扬“四敢”精神，也就是中共中央政治局会议强调的“干部敢为，地方敢闯，企业敢干，群众敢首创”。现在一些民营企业家没有精气神，提不起劲，我认为是没有看到未来全球对中国商品的需求，没有看到疫情后中国整体经济的发展，在中央经济工作会议强调提振信心，坚持“两个毫不动摇”之后，现在也是民营企业家二次创业的好机会。我们的外贸业有基础，在现在的情况下，民营企业家一定要勇于站出来，不要气馁，更不要彷徨和犹豫。

发于2023.1.2总第1075期《中国新闻周刊》杂志

杂志标题：魏建国：出海抢订单，要成为常态化的做法

记者：蒋芷毓