

怎样推进内外贸一体化发展

◎ 苏庆义

《中共中央关于制定国民经济和社会发展的第十五个五年规划的建议》(以下简称《建议》)将“推动市场多元化和内外贸一体化”作为推动贸易创新发展的重要举措之一。推动内外贸一体化也是《建议》提出的“全国统一大市场建设纵深推进”目标的重点难点之一。着力推动内外贸一体化发展有助于我国用好国内国际两个市场,增强两个市场的联动性,对于加快建设全国统一大市场具有重要意义。

一、为什么要推动内外贸一体化发展

从国际经验、现实挑战、内生动力、发展战略等四个维度看,我国都有必要坚定不移推动内外贸一体化发展。

从国际经验看,内外贸一体化是各国尤其是发达国家的普遍规律。和国内销售相比,企业出口面临适应国外市场、拓展国际销售等额外固定成本。生产率更高的企业利润率更高,能够负担得起额外的固定成本,才有能力出口。因此,在发达国家,出口企业相比内销企业生产率更高。在我国,许多企业只专注生产环节,不需要拓展品牌、营销等,也就不需要负担额外的出口固定成本,反而在国内销售面临许多额外成本。这在我国形成了独特的出口企业生产率更低的现象,如加工贸易或纯出口企业。大量企业只做外贸不做国内市场,使我国的资源只为

外国消费者享用。内外贸一体化就是要解决这一“内外贸资源错配”现象,使我国出口企业提升生产率。

从现实挑战看,内外贸一体化有助于应对外需压力。长期以来,由于我国主要通过加工贸易参与国际循环,“两头在外”,我国对外部市场的依赖很大。外贸的快速发展起到了助推我国经济奇迹的作用。然而从外部看,“国际经济贸易秩序遇到严峻挑战”,单边主义、保护主义抬头,我国出口面临的壁垒逐步增多。从内部看,过度依赖外需意味着我国经济的拉动力缺乏自主性,造成我国经济增长的不确定性。内外贸一体化意味着企业既能出口也能在国内市场销售,在外部压力加大时,能够通过国内市场解决销售问题。这是应对急剧变化的外部挑战的必然选择。

从内生动力看,内外贸一体化有助于我国利用超大规模市场优势、提升人民生活品质。我国人口超过14亿人、中等收入群体超过4亿人,消费潜力巨大,超大规模市场优势已然形成。在我国劳动力成本优势削弱的背景下,超大规模市场优势成为我国企业国际竞争力新的来源。在具有规模经济的产业,企业内销拥有很大的国内需求,生产的平均成本能够降下来,更有能力提升技术、品质、价格等方面的国际竞争力。此外,随着我国居民消费能力的提升,通过内外贸一体化让

出口转内销,可以增加国内消费品种类和数量,有效提升我国居民的生活品质,进而体现人民至上的发展原则。

从发展战略看,内外贸一体化是我国构建新发展格局的必然要求。2020年4月,习近平总书记在中央财经委员会会议上提出,构建以国内大循环为主体、国内国际双循环相互促进的新发展格局。国内大循环为主体意味着出口在我国经济中的比重下降,国内销售的比重不断上升。国内国际双循环意味着相互促进能力要不断提升,这要求企业能够畅通无阻在国内市场和国际市场转换,用好两个市场,形成生产、分配、交换、消费四个环节的畅通无阻。因此,构建新发展格局要求消除内外贸之间的壁垒。

二、推动内外贸一体化发展面临哪些障碍

从企业层面看,推动内外贸一体化发展面临创建自主品牌和拓展销售渠道难题、国内外标准不统一、国内营商环境成本高等障碍。此外,还有出口对内销的挤出效应等。

创建自主品牌难。品牌能够引导消费者偏好,提升企业定价能力。在国际市场竞争中,品牌的重要性更加凸显。但创建品牌需要企业有很强的经营能力,投入足够的成本,且需要久久为功。在工业化初期,我国外贸企业没有能力创建品牌,贴牌生产是较好的选择。但贴牌生产的附加值低,对供应链的掌控力弱。无论从国家层面,还是对企业自身而言,都需要通过创建自主品牌获得更高的附加值,提升对供应链的掌控力。企业创建自主品牌有许多挑战,如需要加大广告投入,还存在失败的风险。

拓展销售渠道难。一般而言,拥有自主品牌的跨国公司专注研发、品牌、销售等高附加值的供应链两端环节。除依附外国品牌、不在“微

笑曲线”的左边外,我国本土企业也不用承担销售环节的任务、不在“微笑曲线”的右边。我国企业位于“微笑曲线”的中间,获得的附加值相对较低。但是当本土企业从外贸转向内贸时,需要自主拓展国内销售,进而增加额外支出,如增加销售部门、投入营销成本、建立销售联系。国内买卖关系或销售链条已经较为固定。出口企业开拓渠道必然要改变一部分国内市场已有的生产—销售关系,会面临激烈的竞争。

国内外标准不统一。标准不统一主要是指国内外技术标准不统一。尽管某些产品存在统一的国际标准,但对于大部分产品而言,世界各国的技术标准往往存在较大差别。外贸企业根据特定出口目的国的标准生产产品,相关生产设备、工艺和流程也都是为了适应国外标准而建。企业内销意味着生产要对接国内标准,不然无法获得市场认可。生产设备、工艺和流程的改变需要企业付出很大的转换成本。

出口对内销的挤出效应。如果国内需求没有扩大,转内销只会使得国内市场竞争更加激烈,加剧“内卷式”竞争。这会挤出原本就在国内市场销售的企业份额。原本内销的企业在遭遇出口转内销的冲击之后,可能会退出市场。

三、推动内外贸一体化发展的政策着力点

推动内外贸一体化发展的政策着力点就是要解决上述障碍。如果通过政策解决了这些障碍,内外贸一体化难题自然就会迎刃而解。

鼓励和支持本土企业创建自主品牌。《建议》中,加强品牌建设贯穿制造业、服务业、农业、文化产业等各类产业。首先,加强创建品牌的顶层设计。从国家层面制定企业品牌规划和目标,争取在“十五五”期间取得品牌创建的若干突破。其次,鼓励企业像研发投入一样拿出

一部分资金用于创建品牌,对于在企业品牌创建中取得显著成绩的企业给予奖励和荣誉。再次,政府要扶持企业创建品牌。政府扶持可以弥补企业创建品牌的不确定性和风险。创设品牌基金,让企业申请创设品牌的项目。

促进销售企业和生产企业对接。这实际上是畅通国内大循环的重要内容。首先,鼓励销售企业为出口转内销企业开辟专门销售渠道。国家层面应出台一些政策,更加积极引导企业为出口转内销开辟销售渠道。其次,鼓励和扶持出口企业开辟内销渠道。出口企业自己也能自主销售,建立销售部门,进而将供应链向下游扩展。应树立典型企业,并尽可能进行推广。再次,大力推动批发物流业发展。我国的批发物流业发展迅速,未来可以从追求速度到追求高质量,高标准发展批发物流业。

推动国内外标准一体化。首先,加快加入高标准国际经贸协定进程。高标准国际经贸协定中的技术性贸易壁垒规则就是要解决标准对接的问题。当前,我国正在加入《全面与进步跨太平洋伙伴关系协定》,也在推动《区域全面经济伙伴关系协定》升级。这有助于我国更快对接国外标准。其次,各自贸试验区(自由贸易港)要积极对接国际标准。在我国加入高标准国际经贸协定的过程中,各地应先行先试,为国家层面的推广和修改法律法规提供经验。再次,鼓励企业积极主动参与制定国际标准。在对接国际标准的过程中,我国还应该提升自身企业制定标准并引领国际标准制定的能力。这可以通过参与国际标准制定组织、提升企业竞争力等来实现。

优化国内营商环境。首先,规范政府采购行为。近年来,我国通过制定、修订与政府采购相关的法律法规,让政府采购越来越规范、透明。但是,政府采购仍有较大改善空间。《建

议》将消除政府采购壁垒作为“十五五”时期重要工作。未来不仅要继续完善相关领域法律法规,还应注重执行过程中的规范性和透明度。高标准国际经贸协定包括政府采购规则,加入这类协定有助于规范政府采购。其次,促进市场良性竞争。除政府采购之外,零售企业的采购也存在规范问题。生产商在竞争采购时,应该秉持公平竞争的原则。政府应该对此有所规范。再次,通过政府监管减少货款支付时长。为降低支付时间长给企业带来的额外资金成本,政府一方面通过严格执法营造良好商业环境,另一方面通过资金扶持帮助货款回收难的生产商。

通过扩大内需消除出口对内销的挤出效应。出口转内销意味着从依赖外需转向依赖内需。内需增加才能容纳这一部分出口的产能,不然只会挤出原本内销的产能。扩大内需是解决挤出效应的根本之道。《建议》强调扩大内需这个战略基点。公共投资、私人投资、居民消费应齐发力。一是扩大公共投资。这具有见效快的特点。应提高中央财政支出比重。二是激发民间投资活力。从营商环境、借贷、信心等各方面着手,让民营企业、外资企业敢于投资。三是大力提振居民消费。经济发展的成效最终要归结到居民消费。刺激消费应该短期政策和长期政策相结合。短期通过统筹促就业、增收入、稳预期,增强居民消费能力。长期通过完善收入分配制度、健全社会保障体系,提升低收入群体消费能力。

(作者:中国社会科学院大学国际政治经济学院教授,中国社会科学院世界经济与政治研究所国际贸易研究室主任、研究员)

责任编辑:孙剑