
专栏一 新冠肺炎疫情对外贸影响几何？

新冠肺炎疫情在全球快速蔓延，对全球经济和贸易带来巨大冲击。据 WTO 预测，由于新冠肺炎疫情的大流行，2020 年全球商品贸易将下降 13% 至 32%，几乎所有地区都将出现两位数下降。目前，疫情对中国外贸的影响已从以供给侧为主向需求侧为主转变，主要包括以下方面：

一是出口订单减少。目前，中国的贸易伙伴几乎全部发生疫情，国际市场需求严重萎缩，外贸企业普遍面临在手订单取消或延期、新订单签约困难等问题。从经营主体来看，中小外贸企业受到的影响更大。从贸易方式来看，加工贸易“两头在外”受疫情影响更为直接，面临需求端和供给侧的“双向挤压”。从主要出口商品来看，劳动密集型产品短期内受到较大冲击，但口罩、防护服等防疫物资出口快速增长。

二是产业链供应链受阻。一方面，受全球疫情蔓延影响，主要经济体生产大面积停摆，我国企业上游供应链受阻或断裂。其中，汽车、电子等行业部门受到中间品、资本品供应冲击最大，部分进口原材料、关键设备和零配件供应出现困难、价格持续上涨。另一方面，随着疫情境外影响持续，我国外贸企业也面临着海外企业需求下降等情况，给外贸企业有效恢复生产和贸易供给造成两难局面。

三是贸易成本上升。许多国家采取人流、物流、贸易限制措施，多国进入“封国封城”紧急状态，对海运、空运

等国际物流畅通带来较大影响，对世界经济和贸易的自由流动带来巨大冲击。WTO 保守估计，要将货物从工厂或农场运送到国境的另一边，贸易成本将增加 25%。上述问题给中国外贸带来国际运输迟滞、物流成本增加、商务洽谈受阻等多方面影响，导致企业履约和获取订单难度增大，进一步加大外贸下行风险。

四是企业资金链承压。受境外疫情蔓延影响，海外客户大量推迟订单、压缩订单甚至取消订单，违约风险快速上升，外贸货款账期拉长，收汇风险增大。中国外贸企业还面临库存挤占大量资金、原材料供应紧张、水电房租人工刚性支出等问题，进一步加大了外贸企业的资金链压力和现金流负担。

短期看，中国外贸发展面临的风险挑战前所未有。长期看，中国拥有雄厚的产业基础和全球配套最完整的工业体系，中国与相关国家贸易合作基础牢固、潜力十足，中国产品质优价廉、声誉良好，疫情期间防疫物资出口快速增长，跨境电商等新业态蓬勃发展，充分展现了中国外贸韧性大、潜力足、竞争力强的特点。下一步，商务部将深入贯彻落实习近平总书记重要指示精神，按照党中央、国务院决策部署，统筹推进疫情防控和外贸发展工作，按照“六稳”和“六保”工作要求，帮助外贸企业渡难关、保市场、保订单，保障产业链供应链稳定，积极扩大进口，全力以赴推动外贸促稳提质，为确保完成决战决胜脱贫攻坚目标任务、全面建成小康社会

社会作出积极贡献。

专栏二 多措并举，稳住外贸基本盘

2020年以来，受新冠肺炎疫情全球大流行、国际经贸摩擦加剧、全球经济衰退风险上升等因素影响，中国外贸发展面临前所未有的严峻挑战。中国政府及时出台一系列稳外贸政策措施，打出政策“组合拳”，全力稳住外贸基本盘。

一是更加精准帮扶企业。进一步完善出口退税政策，减轻企业负担。进一步扩大出口信用保险短期险覆盖面，促进费率合理下降。引导金融机构增加外贸信贷投放，满足贸易融资需求。多种渠道、多种方式及时了解外贸企业订单变化情况，既关注龙头外贸企业遇到的问题，同时密切跟踪广大中小微企业的经营状况和金融需求，及时研究推动出台一系列有针对性的政策措施，推动政策性金融机构加大支持力度，帮助外贸企业应对疫情冲击。

二是优化国际市场布局。积极筹备在网上举办第127届广交会。鼓励举办线上展会，鼓励政府主办的线下展会率先在线上开展，探索线上线下同步互动、有机融合的办展新模式。通过举办“云展览”，充分运用现代信息技术，提升展示、宣传、洽谈等效果，助力企业抓订单、保客户、拓市场。在扩大出口的同时积极扩大进口，筹办好第三届中国国际进口

博览会，满足国内生产生活的需要。

三是培育贸易新业态新模式。新设 46 个跨境电商综合试验区，在税收、监管、便利化等方面先行先试，进一步发挥跨境电商的独特优势，开展在线营销，实现在线交易，以新业态新模式助力外贸攻坚克难。鼓励企业在相关国家特别是重点市场建设一批高质量海外仓，完善国际营销网络体系。

四是支持加工贸易发展。暂停征收加工贸易企业内销缓税利息，暂免征收至年底。扩大内销选择性征税试点，范围扩大至全国所有综合保税区。优化加工贸易结构，加快修订鼓励外商投资产业目录。调减禁止类商品目录，将已不属于“两高一资”的产品从目录中剔除。

五是促进外贸产品内销。进一步扩大内外销产品“同线同标同质”实施范围，加快完善相关信息服务，提升“同线同标同质”公共品牌影响力和知名度。进一步优化政府公共服务，帮助外贸企业破解内销难题，引导外贸企业加大与国内大型电商平台合作，开拓内销渠道，提升内销能力，打通内外贸“堵点”，加速外贸产品进入国内市场。

六是稳定畅通国际物流供应链。利用中欧班列帮助疫情影响较大的外贸企业恢复进出口业务；发挥中欧班列出口通道作用，保障中欧产业链、供应链畅通；指导企业用足用好中欧班列运输通关便利化政策。搭建信息化平台，实现国际物流供需高效对接，持续优化提高国际航空货运能力。

七是加强贸易促进服务。及时更新发布国别贸易投资环境信息、对外投资合作国别指南等市场信息，支持地方、行业组织、贸促机构搭建公共服务平台，帮助企业参加境内外贸易促进活动。强化法律服务帮助企业降低风险。进一步提高通关效率，在检验检疫、通关等环节提供更多便利。尽快研究搭建数字外贸服务平台。

八是营造良好外部环境。加强疫情防控的国际合作，共同促进国际间产业链、供应链、物流链的畅通，及时向世贸组织通报与疫情应对有关的贸易措施，与各国一道确保全球供应链开放、稳定、安全，为全球经济贸易稳定作出贡献。

专栏三 加快推进贸易高质量发展

对外贸易是中国开放型经济的重要组成部分和国民经济发展的重要推动力量。改革开放以来，中国对外贸易实现了历史性跨越，外贸结构持续优化，质量和效益逐步提高，为国民经济和社会发展作出积极贡献，为促进世界经济发展发挥了重要作用。当前，中国外贸正在由高速增长阶段转向高质量发展阶段，面对国内国际的新形势，2019年11月19日中共中央、国务院发布《关于推进贸易高质量发展的指导意见》（以下简称《指导意见》），明确到2022年，实现贸易结构更加优化，贸易效益显著提升，贸易实力进一步增强，

建立贸易高质量发展的指标、政策、统计、绩效评价体系。

一是将新发展理念贯穿推进贸易高质量发展的全过程。

突出创新驱动，强化制造业创新对贸易支撑作用，增强贸易创新能力，培育贸易新业态新模式。强调协调发展，鼓励绿色贸易，严格控制高污染、高耗能产品进出口，实现可持续发展。贯彻开放理念，建设更高水平开放型经济新体制。坚持共享原则，谋求包容互惠的发展前景。

二是将“五个优化”和“三项建设”作为推进贸易高质量发展的重要举措。《指导意见》强调，要积极推进优化国际市场布局、国内区域布局、经营主体、商品结构和贸易方式。

《指导意见》还提出，建设平台体系，发挥对贸易的支撑作用。近年来，商务部加快推进国家外贸转型升级基地、国际营销服务网络和贸易促进平台“三项建设”，举办中国国际进口博览会，对培育外贸竞争新优势发挥了重要作用。

三是将深化改革作为推进贸易高质量发展的强大引擎。

过去几十年中国外贸发展，很大程度上是推进外贸体制改革，充分释放发展潜力的结果。《指导意见》继续坚持问题导向，针对外贸发展的短板和薄弱环节，强调深化供给侧结构性改革和外贸体制改革，激发制度的活力和创新的潜力，推动外贸发展由要素驱动向创新驱动转变，由规模速度型向质量效益型转变，由成本价格优势为主向竞争新优势转变。

四是将进一步扩大开放作为推进贸易高质量发展的持

久动力。《指导意见》提出，充分发挥自由贸易试验区示范引领作用，高水平建设中国特色自由贸易港，深化“一带一路”经贸合作，建设性参与全球经济治理，积极贡献更多中国倡议、中国方案，加快形成立足周边、辐射“一带一路”、面向全球的高标准自由贸易区网络。

为贯彻落实《指导意见》要求，商务部已会同相关部门加快推进跨境电商综合试验区等新业态新模式试点、夯实外贸转型升级基地、联合启动国家数字服务出口基地创建工作等。下一步，商务部将继续发挥牵头作用，主要做好以下几方面工作：一是加强与各部门的沟通协调，整体推进贸易高质量发展。二是制定贸易高质量发展的行动计划，明确工作重点和责任分工。三是会同有关部门按照职能分工，研究出台具体的支持政策。

专栏四 积极筹备在网上举办第127届广交会

第127届中国进出口商品交易会(简称广交会)将于2020年6月15-24日在网上举办，为期10天。把连续举办60多年120多届的全球贸易盛会搬上云端，既是应对疫情的务实举措，又是创新发展的一项重大举措。在内容上，将会呈现三大互动板块，使展示对接、洽谈、交易融为一体。

一是建立线上展示对接平台。本届广交会将继续按照大

家熟悉的原实体展设置，分为出口展和进口展，分别设立相应展区，其中，出口展按照电子家电类、日用消费品类、纺织服装类、医药保健类区分 16 大类商品，分别设置 50 个展区；进口展将设置电子家电、建材五金等 6 大题材，所有展品同时上线。线上查询系统将实现多种语言的搜索功能，便利采购商寻找展商和展品。通过技术手段，重点宣介中国品牌企业和商品。同时，加强供采对接服务，在线举办专场对接活动，加大线上撮合力度，提升办展成效。

二是设立跨境电商专区。本届广交会将举办主题为“同步广交会、环球享商机”的活动，通过建立交换链接，按照广交会制定的统一名称和形象，在统一时间开展线上经营活动，主要包括两个部分：一是设立跨境电商综试区专题，宣传各综试区工作，推介一批跨境电商品牌企业。二是择优遴选一批跨境电商平台，突出“企业对企业”的贸易展特色。与 B2B 平台合作，鼓励平台组织符合品质标准的各类企业参与这次广交会，扩大受惠面。

三是提供直播营销服务。本届广交会将建立网上直播专栏与链接，为每一家参展企业单独设立 10×24 小时全天候网上直播间。这个直播间不受时间和空间的限制，企业既可以与客商在网上进行单独的面对面洽谈，也可以通过网络直播同时面向大量的客商来进行宣传和推广。在展前，将对企业进行专题培训，提升企业直播销售能力。此外，还将提供回

看点播、视频上传、互动交流、分享等功能，来丰富展会的表现形式。

目前，针对第 127 届广交会在网上举办的特点，相关招商招展工作已经启动，总体进展顺利。本届广交会着眼全球全覆盖，已向曾经到会的境外采购商发出邀请；还将通过广交会境外合作伙伴、重要国际工商机构、跨国采购企业等开展精准招商；也将通过多种渠道、多种方式，积极邀请往届由于时间或旅行成本等因素无法到会的客商，努力吸引更多国际采购商参会，为企业拿订单、保市场创造有利条件。同时，本届广交会还会加大国内采购商邀请力度，扩大专业采购商邀请范围，积极扩大进口，促进外贸企业出口转内销。