

稳住外贸外资基本盘 扩大制度型开放

——“中国经济圆桌会”聚焦高水平对外开放新机遇

■新华社记者 谢希瑶 潘 洁 邹 多 为

我国外贸外资发展形势怎么看？中央经济工作会议在部署今年重点任务时强调要“扩大高水平对外开放”，明确提出“巩固外贸外资基本盘”，释放出怎样的信号？外贸外资企业如何把握新机遇、培育新动能？

新华社8日推出新一期“中国经济圆桌会”大型全媒体访谈节目，邀请商务部外国投资管理司司长朱冰、商务部国际贸易经济合作研究院副院长张威、中国（上海）自由贸易试验区管理委员会保税区管理局副局长赵宇刚、海信国际营销公司总裁方雪玉，共同探讨高水平对外开放带来的发展新机遇。

吸引外资规模波动 仍处于历史高位

自2023年二季度以来，中国吸引外资规模由升转降。吸引外资规模出现波动，怎么看？

针对外界关切，朱冰说，2019年至2021年，中国吸引外资实现连续三年高速增长，2022年前11个月实际使用外资金额11560.9亿元，为历史同期最高水平；2023年前11个月，全国实际使用外资金额也达到1万亿元以上，仍处于历史高位。

“外资规模出现波动，既有经济因素，也有非经济因素。”朱冰说，一是新冠疫情全球大流行造成的冲击和影响还未消退，疫情阻断了线下考察交流，影响跨国公司投资决策，由于跨国公司投资决策周期较长，导致数据出现滞后；二是受地缘政治影响，跨国资本流动出现一定波动；三是全球跨国投资规模整体萎缩，国际引资竞争加剧，宏观上造成一定的分流影响。

联合国贸发会议（UNCTAD）报告显示，2022年全球跨国直接投资规模同比下降12.4%至1.3万亿美元，仅为历史高点（2015年、2016年均突破2万亿美元）的约六成，2023年仍面临比较大压力。据UNCTAD统计，2022年各国出台的投资激励政策多达102项，同比增加50%以上。

“尽管如此，中国经济长期向好的基本面没有改变，中国超大规模市场优势，比较完整的产业链供应链，都对外国投资者形成长期的吸引力。”朱冰说。

正如朱冰所言，长期看好中国市场的跨国公司不在少数。不久前，空中客车在中国投资的A320系列飞机总装线第二条生产线在天津破土动工。

“我们最近刚发布了未来20年全球航空服务市场预测。中国在未来二十年航空服务市场价值将翻三倍，成为最大航空服务市场。”空中客车全球执行副总裁、空中客车中国公司首席执行官徐岗说，即便在疫情三年最困难阶段，公司在华投资的步伐也未停止。

2022年，空客在苏州设立研发中心，以苏州为支点，利用长三角地区航空、氢能等相关产业链优势，进行氢能基础设施研发，推动航空产业转型升级。

“我们的信心不仅来自于巨大的中国市场，更来自于看好中国经济的高质量发展、绿色发展。”徐岗说。

空客加码投资中国，正是中国高质量吸引外资的缩影。

2023年前11个月，我国新设立外商投资企业48078家，同比增长36.2%。高技术产业引资规模占比为37.2%，比2022年全年水平提升了1.1个百分点。

赵宇刚说，目前上海自贸试验区聚集跨国企业地区总部超400家，外资研发中心超250家，体现了高水平对外开放所取得的积极进展。

■新华社记者 张丽娜 张 玥 魏婧宇

这个冬天，冰雪旅游成了“现象级网红”。从“尔滨”到长白山，从沈阳到呼伦贝尔……一车车可爱的“小土豆”“小金桔”涌向北方，“攻占”各大景点、洗浴中心、早市，各地文旅局长们也抢抓热度“整活”。

冰雪旅游为何突然成了“网红”？“网红”能否变“长红”？记者进行了调查采访。

冰雪火出圈

松花江上升起的热气球、挂在索菲亚大教堂上空的人造月亮、鄂伦春族的驯鹿、动物园里“乖巧”的东北虎……迎来冰雪旅游旺季的哈尔滨，成为这个冬天最火的旅游城市。网友们纷纷表示，“尔滨”的待客之道热情得让人招架不住。相关统计显示，元旦假期哈尔滨旅游热度同比上涨240%。据大数据测算，全市游客量超过300万人次，实现旅游总收入59亿元，均达到历史峰值。

“热雪”沸腾的冬季旅游场景，在北方多省区铺展开来。在辽宁沈阳的一些“网红”洗浴中心，大厅里挤满了来体验东北洗浴文化的游客。在吉林省东部的长白山雪，中部的雾凇树挂，在内



2023年9月10日拍摄的中国（上海）自由贸易试验区张江片区（无人机照片）。

连续缩减外资准入负面清单；2021年版自贸试验区外资准入负面清单实现制造业条目清零、服务业持续扩大开放；新版鼓励外商投资产业目录新增条目数量达到历年新高、增加多条高技术制造业条目；进一步鼓励外商投资设立研发中心；全力抓好“稳外资24条”……近年来，一系列稳外资政策相继出台，不断提升引资质量和水平。

“随着疫情影响的消退，引资政策持续落地显效，中国对外资的吸引力还会持续增强。”朱冰说。

外贸增速由负转正 向好态势持续巩固

纵观2023年，中国外贸顶住压力，展现较强韧性——

2023年11月，以人民币计，中国出口额结束了6个月下降态势，当月出口贸易量增速达到二季度以来峰值，进口贸易量连续10个月保持正增长，进出口总值连续两个月同比增长。当前，中国仍稳居全球第一货物贸易大国地位。

“评价中国外贸表现必须基于全球经济发展总体情况。”张威认为。

当前，全球经济复苏进展缓慢，经贸活动持续低迷。UNCTAD报告预测，2023年全球货物贸易和服务贸易额下降4.5%，其中，货物贸易额下降7.5%。2024年仍然“高度不确定且总体悲观”，地缘政治紧张、债务问题加剧、商品价格波动、发达国家需求下降、贸易限制措施增多已成为主要影响因素。

“在这样的情况下，中国外贸不仅保持了总量的稳定，还出现了新的增长点，展现出非常强的韧性和竞争力。”张威说。

外贸实现“量”的稳步增长，更有“质”的显著提升。

2023年前三季度，民营企业月度进出口增速均高于整体，民营企业自主品牌产品出口比重同比提升至22.7%；跨境电商进出口同比增长14.4%；“新三样”产品出口同比增长41.7%，出口值连续14个季度保持两位数增长……

比数据更有说服力的，是外贸企业的切身体会。

“就家电产业而言，中国企业出海优势不再是单一的供应链成本优势，以前更多是拼价格，现在是高技术含量、高附加值、高品质的‘三高’优势。”方雪玉说。

她举例，第三方数据显示，500美元是低端家电与中高端家电的价格分水岭。2023年前11个月，海信500美元以上的产品销量同比提升70%，海信激光电视在德国、法国、意大利等市场的销量同比增长100%以上。

大尺寸电视、多门大冰箱等家电产品热销欧美市场，业务覆盖126个共建“一带一路”国家，海外电商线上线下融合发展……近年来，海信加大创新研发、力拓海外新兴市场，不断向价值链上游攀升。

海信加大全球布局的步伐，正是众多外贸企业加快走出去抢订单、拓市场的真实写照，也是一系列稳外贸优结构政策落地显效的有力印证。

出台《关于推动外贸稳规模优结构的意见》，中国自贸试验区提质扩容至22个，扩大跨境贸易投资高水平开放试点，印发《关于加快内外贸一体化发展的若干措施》，成功举办进博会、服贸会、数贸会、广交会等经贸盛会……中国加大贸易政策支持力度，助力企业稳订单拓市场。

2023年11月，中美货物贸易同比增长2.7%，结束连续6个月的同比下降；同期，中国对拉美、非洲、中亚五国进出口分别增长9.3%、8.4%、43%，中国持续扩大与新兴市场贸易规模，区域合作紧密、贸易多元共进。

“随着中国自身竞争力的提升和国际形势的变化，可能会形成以中国强大制造能力为依托的全球制造网络。”张威说，未来中国贸易和引资优势或向全球范围的广度和深度拓展。

坚定高水平对外开放 培育新动能重塑新优势

2023年4月召开的中央政治局会议提出“把吸引外商投资放在更加重要的位置”，2023年7月召开的中央政治局会议提出“要多措并举，稳住外贸外资基本盘”。2023年底举行的中央经济工作会议提出“扩大高水平对外开放”“巩固外贸外资基本盘”。

“这一系列部署一脉相承，持续释放扩大开放、大力吸引外资的积极信号，就是要给予外国投资者稳定的预期，以对外开放的‘确定性’来对冲外部环境的‘不确定性’。”朱冰说。

朱冰认为，中央经济工作会议聚焦跨国企业关切和诉求，一系列部署具有很强

针对性，主要体现在三方面：一是要要进一步放宽市场准入；二是要保障准入之后的准营；三是要解决好公平竞争问题。

2023年，商务部创新开展“投资中国年”系列活动取得显著成效，前11个月，全国新增1亿美元以上外资大项目500多个。

朱冰说，商务部正会同各部门、各地区落实好《国务院关于进一步优化外商投资环境 加大吸引外商投资力度的意见》，推动数据跨境流动、“中国境内生产”等配套措施加快实施，特别是推动在政府采购、招投标和标准制定方面，对外资企业一视同仁、平等对待，全面保障外资企业国民待遇。

外界关心，今年乃至今后更长时间，外贸企业如何找寻新的增长点？

“国际市场对一些‘老’的产品需求一定是天花板的。”张威说，在全球市场总体处于饱和的状态下，创新尤为关键。

张威认为，中央经济工作会议提出“要加快培育外贸新动能”，包括拓展中间品贸易、服务贸易、数字贸易、跨境电商出口，定位和判断非常准确，对未来外贸发展起到非常好的推动作用。“我们也期待未来不只是‘新三样’，可能还有‘新五样’‘新六样’产品出现。”

“海信在家电高端化、绿色化、智能化方面加大创新力度，进一步提高产品出海溢价能力。”方雪玉说。

与会嘉宾都认为，稳步扩大制度型开放，将为外贸外资发展开辟新空间。

不久前，国务院印发《全面对接国际高标准经贸规则推进中国（上海）自由贸易试验区高水平制度型开放总体方案》，提出80项措施。

赵宇刚说，下一步，上海自贸试验区要以更高水平压力测试推进制度型开放，使要素资源更高效流动；以更大力度先行先试推动深层次改革，市场的需求在哪里，压力测试的极限就在哪里；以更广领域试验探索助力高质量发展，吸引更多新业态、新模式发展。

“中国对外开放已经走过了单纯依靠要素低成本取胜的阶段。”张威说，中国现在打的不是“单项赛”而是“全能赛”，包括更高的性价比、完善的产业配套和良好的营商环境，将赋予各类企业更大的成长空间。

新华社北京1月8日电

治理躺平需铲除根源土壤

■新华社记者 李雄鹰

近日，广东省佛山市三水区南山镇发布《南山镇2023年度躺平休闲人员拟定名单公示》引发社会广泛关注。南山镇政府回应称，“公示‘躺平休闲人员’并非要‘一棍子打死’，而是希望通过这种方式倒逼他们行动起来。”

良好的精神状态，是做好一切工作的重要前提。习近平总书记强调，教育引导广大党员、干部以强烈的政治责任感和时不我待的紧迫感，及时更新思想观念，补齐素质短板，提高履职能力，勇立时代潮头，争当事业尖兵，坚决摒弃一切固守旧思维、旧理念、老套路、老办法的懒怠思想，坚决反对一切不担当不作为、推脱躲绕、不思进取的躺平行为。

干部干部，“干”字当头。现实中，个别人不思进取、懒政怠政，对工作缺少热情，对群众缺乏感情，应付工作得过且过，面对任务左躲右闪，被称为“躺平式”干部。有网民给“躺平式”干部画肖像：撂起袖子一边看，

上级来了千一干，见到群众脸难看，遇到难题往外传。

对待“躺平式”干部该动真碰硬。治理干部躺平，也需要解决各种不合理的考核要求和问责处分，以及“能进少出”“能上少下”问题。需要理顺考核机制并做到精准问责，采取切实有效措施解决不愿担当、不敢担当、不善担当等问题。

新成绩需要拼出来、干出来、奋斗出来。治理“躺平式”干部的目的，是要激励干部站起来、动起来、干起来，更是向全社会传递劳动创造财富、实干创造业绩、奋斗创造幸福的正确导向。在铲除滋生“躺平式”干部的土壤基础上，要进一步激发广大党员干部始终保持奋发有为的精神状态和“时时放心不下”的责任意识，葆有千字当头的冲劲闯劲，敢想、敢做、敢当、敢干，干出新气象。

新华社广州1月8日电

新华时评

零工市场将被纳入就业公共服务体系建设

新华社北京1月8日电（记者 姜 琳）我国灵活就业人员已达2亿人。为支持多渠道灵活就业，人力资源社会保障部8日发布关于加强零工市场规范化建设的通知，要求各地将零工市场纳入就业公共服务体系建设工作，对所有灵活就业人员免费提供规范可持续的基本就业公共服务。

人力资源社会保障部就业促进司有关负责人介绍，零工市场是向灵活就业人员与用工主体提供就业服务的重要载体，对健全就业服务体系、优化人力资源配置、拓宽就业渠道具有重要作用。这次通知明确，下一步将从服务功能、建设布局、运行模式、服务能力等方面重点发力，全方位加强零工市场规范化建设。

通知提出，要扩大城乡服务覆盖范围，提高零工市场服务均

等化和可及性。要适应灵活就业人员求职需求和特点，提供多样化服务。要坚持兜底性，大力挖掘适合大龄和就业困难劳动者的就业岗位，兜底帮扶劳动者实现就业增收。

根据通知，各地零工市场将重点提供灵活就业岗位供求信息撮合、职业指导、就业技能培训和创业培训信息推介、培训需求信息收集、权益维护指引等服务。有条件的地方可围绕灵活就业人员求职就业实际需求，完善便民设施，提供车辆即停即走、工具借用寄存、候工休息以及平价超市、住宿餐饮和车辆接送等服务，为灵活就业人员务工提供便利条件。

通知还要求各地及时公布本地零工市场主要行业及岗位求人倍率信息，引导灵活就业人员求职择业。



记者1月8日从国家网信办获悉，“清朗·生活服务类平台信息内容整治”专项行动启动以来，网信部门结合网民举报的问题线索，对聊天交友、网络购物、搜索引擎、求职招聘等20类生活服务平台开展多轮排查。截至目前，累计清理违法不良信息790万余条，处置账号170万余个，关闭网站562家，下架应用程序201个。

新华社发 王 鹏 作

宜搞大规模开发，要多考虑轻体量、精品化的模式。

目前冬季旅游除了传统的观光、体育赛事游乐之外，尤其缺少极寒环境中的休闲度假产品。基于冰雪资源的旅游产品需要持续创新。刘京晶说，要深度挖掘冰雪旅游内涵，多开发特色冰雪旅游产品，如泡温泉赏雪、雪野徒步探险、冰雪研学、雪地趣味运动会、冰雪写生等。同时，加大与在地文化的结合，融入地方民俗、节庆、演艺活动，以旅彰文，提升冰雪旅游的文化体验感。

冬季旅游的产业链和人才链亟待延伸。东北农业大学经济管理学院院长志志刚说，当下，各地发展冰雪旅游要把握机遇，完善相应的产业链，比如防寒保暖装备、冬季交通等有待进一步升级。同时，也要注重人才培养，吸引更多参与冬季旅游产业链开发。

寒假和春节即将到来，为促进冰雪产业健康发展，受访专家建议，各地要高度重视安全问题，堵住安全管理漏洞；游客应提高安全风险意识，做自身安全的第一守护者；体育、应急、市场监管等部门要进一步落实监管责任，对本地区冰雪运动场所开展全覆盖督导检查；相关部门应尽快出台冰雪运动安全管理统一标准，引导行业健康发展。

据新华社北京1月8日电

“网红”如何变“长红”？——“热雪”沸腾的背后

蒙吉鄂伦春自治旗雪地里拍照的河北游客张凌说。

“网红”变“长红”还需补短板

冰雪旅游在东北一些城市大火后，并非偶然。

“我们开放了一年时间来‘训练’，不断增强市场化思维和服务意识。”黑龙江省文化和旅游厅厅长何昌说，从2023年初开始，当地便开始运用新媒体平台，邀请文旅头部博主，多维度宣传黑龙江，如索菲亚大教堂、红专街早市，都已成为“网红”打卡地。同时，当地关注游客评论，游客对什么不满意就改进什么；比如，有游客说，在索菲亚大教堂旅拍时有个月亮就更好了，当地就弄了一个大大的人工月亮。

自身努力加上自媒体加持，让哈尔滨率先爆火。但记者走访多个北方城市发现，与夏季旅游市场相比，目前冬季旅游市场开发还只是“毛毛雨”，冰雪旅游远没有带动整个市场，更多还停留

在个别点、个别城市。

冰雪资源一直都在，提高含金量是关键。目前，各地发展冰雪旅游，多是“靠资源”“卖风光”，同质化竞争问题明显，高质量冰雪旅游还缺少业态创新。在冰雪旅游火爆的地区，以观光为主导的冰雪旅游产品仍占主导，一站式冰雪旅游产品供给，以看冰灯、赏雪、滑雪滑冰为主要内容；而冰雪旅游度假区、冰雪旅游综合体等综合性冰雪旅游目的地供给较为有限，尚不能完全满足游客对休闲型、体验型冰雪旅游产品的需求。

内蒙古自治区社会科学院专家张敏说，冰雪旅游哪家强，最终还得看服务意识和服务质量。过去几年，游客吐槽最多的是“坑客”“宰客”、服务“粗放”等问题，提升服务质量依然任重道远。

除了要丰富旅游体验，与旅游相伴的冰雪运动，安全问题也需引起高度重视。专家指出，滑雪市场中，大部分是一次性体验人群；伤亡事故很容易导致初学者“望雪却步”，影响冰雪产业消

费人群的扩大。

产业升级呼唤“冰雪+”

中国旅游研究院发布报告显示，预计2025年我国冰雪休闲旅游人数将超5亿人次，国内冰雪旅游收入超1.1万亿元。

“东北的冰雪旅游往年也有一定热度，只是在这个冬天大火了。从市场需求端来说，长期以来冬季国内旅游市场是缺产品的，老百姓往往选择以避寒为主的南方。”中国科学院地理科学与资源研究所生态研究室副主任王灵恩认为，这几年，随着北方对冰雪市场的挖掘和相关保障产品的配套，消费者来北方旅游的意愿增强，尤其是新的消费群体对于差异化体验的欲望越来越强烈，就看市场有没有好的旅游产品供给。

王灵恩说，未来的冰雪旅游发展，以重资产、重体量投资为主的模式是行不通的。北方一些地区地广人稀，有些地区还属于生态保护区，发展旅游不适