

世经热点

## 驻华使节纷纷点赞：

# 中国电商平台助多国好物进入中国大市场

□ 本报记者 李子晨

塞浦路斯首席商务参赞推荐“爱神之岛”风光，斯里兰卡驻华大使变身“宝石王国”代言人，捷克农业参赞推荐本国的啤酒、蜂蜜蛋糕以及玻璃精品，吉尔吉斯斯坦商务参赞为本国蜂蜜、果干“代言”，印尼商务参赞和南非农业参赞纷纷点赞中国电商对本国品牌“走出去”的重要性……

在6月16日举行的20周年“老友汇”暨“6·18”使节分享会上，来自塞浦路斯、捷克、丹麦、匈牙利、印尼、哈萨克斯坦、吉尔吉斯斯坦、南非、新西兰、巴基斯坦、斯里兰卡等十余个国家的驻华使节齐聚京东总部，通过线上线下相结合的方式为各自国家的优质好物站台的同时，纷纷为中国电商促进双边商贸合作点赞。

### 强化“一带一路”纽带效应

最新数据显示，今年“6·18”期间，斯里兰卡的锡兰红茶、塞浦路斯的蓝色葡萄酒、哈萨克斯坦的骆驼奶、塞尔维亚的乌拉纳茨果酒等新颖的异域特产在京东国家馆销量可观。截至目前，京东平台上已有全球50个国家（地区）开设了以国别为主题的旗舰店，共计超过100个国家馆，在“6·18”期间总销量同比增长超四倍。

随着共建“一带一路”的深入推进，“丝路电商”活力十足，京东平台上不仅已经汇集了欧美、日韩等热门地区的进口商品，还有越来越多来自东盟、中亚、中东欧、拉美、非洲等广阔世界的高品质商品以“多快好省”的方式进入中国，受到广大消费者关注。

今年4月巴西总统卢拉访华，京东开启巴西电商周，马黛茶等80余款拉美特色产品热销，拉美综合馆整体成交额环比增长5倍。5月，哈萨克斯坦总统托卡耶夫在西安

出席了京东哈萨克斯坦国家馆揭牌仪式，成为首位见证京东国家馆上线的国家首脑。哈萨克斯坦驻华大使馆公使衔参赞阿斯卡尔对中国消费者的热情惊叹连连：“在国家馆开馆一小时内，就有80%的产品售罄。目前使馆正在推动135种非原料商品出口中国，并期待与中国合作伙伴一道推进‘数字丝绸之路’建设。”

巴基斯坦驻华大使莫因·哈克高度评价了京东国家馆在促进中巴间贸易交流方面的积极作用。今年他还邀请京东团队赴巴基斯坦发掘好物，将巴斯马蒂大米、精品芒果和更多农特产带到中国消费者的餐桌上来。

京东集团高级副总裁姚彦中介绍，2014年京东上线首个国家馆，在10年发展过程中获得了各国驻华使馆等权威机构官方授权和大力支持，通过聚合品类、聚集品牌、聚焦资源，不断提升海外优质特色产品拓展中国市场。目前，京东国家馆在售特色商品超

过5100款，每年获得超过15亿人次曝光，沉淀超过1000万活跃用户。同时，国家馆以商品为媒介发挥独特价值，持续打造成为各国文化展示的窗口，以及人民交流的桥梁。

在使节分享会上，塞浦路斯首席商务参赞欧阳路宣布，在驻华大使馆和旅游局支持下，塞浦路斯国家馆正式上线旅游产品，这是京东国家馆项目首次推出境外旅游类目，亦属行业首创。消费者不仅可以在馆内逛特产，还可以直接预订包含机票、酒店的旅游线路，亲身体验“爱神之岛”风光。目前，京东还在积极筹备上线马来西亚、斯里兰卡乃至拉美地区的文旅资源，不断丰富电商在促进中外交流领域的外延价值。

### “多国产品进入中国有了“快车道”

今年京东“6·18”活动启动5分钟，跨境进口商品成交额即突破去年前两个小时成交额，跨境酒水、手机通讯、箱包皮具等3个品类成交额同比增长超100%。一直以来，京东持续拓展业态模式，通过国家馆、官网同购、趋势品类、海外直采等特色业务，已成长为众多海外产品进入中国的“第一站”。

《京东2023年进口消费报告》显示，目前京东已成为众多国际品牌和进口商品在中国最大的销售渠道，宝洁、联合利华、可口可乐、雀巢等国际品牌每年在京东超市的销售额都超过50亿元。过去三年，京东进口商品数量实现翻倍。此外，在愈加多元化、个性化的消费趋势下，人们对天然有机、悦己尝鲜、异域风情商品的追求日益增长，通

过多种创新的零售模式，京东不仅为满足多样化、高品质的消费需求打开了一扇大门，也为世界各地好物进入中国市场开拓了一条“快车道”。

2019年至2022年，京东进口品牌商品采购总额达5000亿元，超额完成在2019年第二届进博会上所设立的4000亿元目标。今年，京东还推出了“春晚计划”，持续加码开放生态，进一步降低包括海外品牌商家在内的各类商家的入驻门槛，简化入驻流程，让中国消费者享受到更丰富的进口商品。

“欢迎大家在京东斯里兰卡国家馆选购蓝宝石戒指！”斯里兰卡大使帕利塔·科霍纳在使节分享会上化身“宝石王国”代言人，邀请中国消费者了解更丰富的该国特产。而捷克农业参赞华杰主动推荐本国啤酒、蜂蜜蛋糕以及波西米亚水晶玻璃等工艺精品。吉尔吉斯斯坦商务参赞丹尼尔则推荐了该国蜂蜜、水果干等多款纯天然、零污染、零添加美食。印尼商务参赞韩普迪高度评价了京东国家馆在提升本国品牌在华认知度中的价值，南非农业参赞马明义也同样期待与京东国家馆加强合作，展现多样化的南非味道和文化风情。

多国使节对中国巨大市场的消费潜力充满信心。丹麦驻华公使衔参赞高尔敦表示，很高兴看到许多自己从小在用的丹麦知名玩具和食品品牌受到越来越多中国消费者欢迎，未来期待有更多来自丹麦的中小品牌和新品进入中国细分市场。新西兰商务参赞梅泰亚则表示，新西兰丰富的商品需要与像京东这一类的优秀企业合作高效进入中国大市场。

不费周章

## 全球小麦海运进口保持回升

□ 周密

小麦作为全球产量仅次于玉米的第二大粮食作物，有着广泛的市场需求和播种范围，也因此成为国际贸易中的重要商品。用小麦生产的面粉是许多国家重要的原料，一旦出现供给不足将可能造成较为严重的粮食危机。在冷链运输的支持下，跨国乃至洲际的小麦运输在技术上都不难实现。按照WTO的统计，来自于国际贸易的小麦是市场需求的重要来源，约支撑了四分之一的供给量，其中又有80%的小麦国际贸易是通过海洋运输完成的。对于粮食净进口国而言，占比还要更高。因此，保持海路运输的通畅，对于满足全球市场需求，减少粮食危机的风险十分重要。WTO与国际谷物理事会（IGC）联合开发了新的监测平台，通过港口数据提供有关小麦海运的数据（包括每月更新两次的汇总数据和反映短期贸易变化的实时数据），为食品安全和供应链风险防范提供支持。

数据显示，5月的下半月，全球小麦的海运继续保持强劲势头，抵达监测港口的小麦约有770万吨，比去年同期高40%，也比过去3年的平均水平高三分之一。地缘政治冲突对全球粮食市场造成了巨大冲击，对于粮食净进口国的影响尤为明显。但伴随全球小麦供应增加、市场竞争加剧，以及黑海粮食协议生效，加之海运物流成本伴随油价和运力过剩出现明显下降，全球海上贸易流量自2022年底开始加速。在进出口国别分布上，俄罗斯出口了300万吨，是最大的小麦出口国。澳大利亚排名第第二，出口超过200万吨。再往后为加拿大（140万吨）、美国（80万吨）、乌克兰（50万吨）和法国（40万吨）。而这一监测期间全球海运小麦的净进口国主要为中国、印度尼西亚、阿尔及利亚、埃及和西班牙。这些主要小麦贸易国的进出口需求因其规模巨大而对全球小麦物流网络的影响更为明显，也在一定程度上保障了生产商的利益和消费市场的粮食安全。

WTO预计，2023年全球小麦的海运进口量将达到1.4亿吨，比上年略高5%。不过，小麦进口的复苏是不均匀的，气候变化和市场消费需求等因素对进口规模产生较为明显的影响。非洲部分地区、南亚和东南亚、拉丁美洲和加勒比地区的进口量下降，西亚、东亚、北非、欧洲和大洋洲的进口量增加。北非地区小麦歉收，需要通过进口弥补市场缺口。5月下半月的进口量达190万吨，将较去年同期的两倍。2022年7月到2023年6月销售年度的进口量约为2900万吨，同比增长9%。表现在具体国别上，北非的阿尔及利亚、摩洛哥和突尼斯的小麦进口量增长较快，埃及有所下降。西亚的小麦海运进口也表现强劲。今年前5个月的进口量比去年同期高出42%，比上一季度高出四分之一，而且这一趋势预计还将继续。西亚和北非小麦海运进口主要来自俄罗斯，今年前5个月的进口量分别为170万吨和160万吨。相比之下，西非、东非和中非的小麦进口量则显著低于上一季度的水平。东非的小麦进口量在吉布提下降明显，而这里进口的小麦主要是运往埃塞俄比亚。埃塞当地小麦收成不错，在一定程度上减少了进口需求。东非的马达加斯加、肯尼亚的小麦进口也低于上一季度，但索马里和坦桑尼亚略有增加。西非的尼日利亚、加纳、利比里亚和多哥的小麦海运进口减少，且减少的规模超过了科特迪瓦和几内亚增加的规模。加勒比海国家的小麦进口量在5月快速增长，对古巴、海地、特立尼达和多巴哥的增长最快，但比去年仍低16%。南亚的小麦海运进口量的减少主要受到伊朗的影响，近几个月伊朗的港口卸货出现较长延误，对小麦进口造成影响。一些东南亚和中非国家的小麦海运时间最长，印度尼西亚和菲律宾的小麦进口量增加较快。西亚国家则在沙特和土耳其小麦进口的快速增长带动下比上年同期增长了25%。值得注意的是，小麦的进出口量与各方相关交易的价格有着明显的关系。除了实际市场供需关系以外，国际投资者利用小麦作为金融投资标的的行为，以及主要货币币值的变化对国际市场的小麦价格也产生着直接而重要的影响。（作者系商务部研究院研究员）

微视界

□ 宋微

近期，联合国秘书长古特雷斯发表了关于国际货币基金组织（IMF）和世界银行改革的“深度分析”，指出IMF和世行支持欠发达国家力度不足，呼吁这两大全球性多边金融机构进行大刀阔斧改革。古特雷斯的论述充分体现了当前全球经济治理的困境以及推动改革的必要性。

全球经济治理反映发达国家意志。IMF和世行创建于第二次世界大战后，作为美国主导的“布雷顿森林体系”两大国际金融支柱，成为美国把控战后国际金融霸权的工具。尽管由于后来美国经济实力的衰退，美元与黄金脱钩导致“布雷顿森林体系”解体，但是美元的霸主地位以及美国对国际金融体系的建构却被贯彻下来。长期以来，世行行长由美国总统提名美国公民

# 全球经济治理改革势在必行

担任，IMF总裁职位则由欧洲人把持。同时，IMF和世行的决策权也不同于联合国等其他国际组织一国一票的表决，而是股权分配决定投票权的大小。因此，美欧掌控IMF和世行决策权、非洲国家只有“极少投票权”。就连古特雷斯都承认，“在世界银行这样的国际机构中，不同国家因为经济和政治实力不同，能够发挥的作用也有很大差异。”

发展中国家的诉求被边缘化。IMF和世行的现有架构和规则“不公平地偏向于”发达国家，而欠发达国家受益于这两家机构的程度远不及发达国家。新冠疫情为IMF和世行带来一场“压力测试”，而这两家机构协助欠发达国家应对疫情的表现“显然失败”。疫情期间，被视为发达国家代表的七国集团从IMF获得总计相当于2800亿美元的资金，而一些最不发达国家

获得的资助总计仅约80亿美元。七国集团总人数约7.7亿，而最不发达国家人口合计约11亿。而这种对发达国家和欠发达国家支持力度的差异恰恰符合IMF现有规则，但“从道义上而言是错误的”。因此古特雷斯呼吁，IMF和世行“是时候”纠正长期以来的错误和“根植于现有国际金融架构中的偏见和不公”，包括增加发展中国家在这两家机构执行董事会的代表比重、推进IMF份额改革、改善资金使用等。

全球经济治理改革势在必行。越来越多新兴经济体质疑这两家机构的规则和架构不符合全球发展现状，改革呼声不断。随着新兴国家的崛起，越来越多的国家意识到依靠发达国家自我反省来改革全球经济体系希望渺茫，不如独立自强、另起炉灶。这也是为什么金砖机制如只受到关注，“去美元化”的呼声一浪高过一浪。例

如，新开发银行行长罗塞夫指出，银行将继续支持成员国本币投融资，持续扩大“朋友圈”，支持新兴经济体发展，将发展中国家声音传递到更多的地方去，壮大金砖国家的力量。甚至连世界银行行长马尔帕斯也表示，由于加息，发达国家从市场上抽走大量资金，全球正面临日益明显的资金短缺，因此未来5年，合作与创新成为唯一出路。当前地缘政治冲突和逆全球化挑战不断加剧，世界正经历百年未有之大变局，而改革全球经济治理对于推动疫后复苏、重建信心至关重要。此次古特雷斯直接呼吁对IMF和世行进行改革，可见面对一个逐渐割裂和分化的世界，改革和构建一个更加公正合理包容，反映最广泛成员诉求的治理体系是唯一正确的出路。

（作者系北京外国语大学国际关系学院教授、中国农业大学MPA兼职导师）

产业风标

# “数字+普惠”，中国信保携手中小微

□ 本报记者 秦志刚

中国出口信用保险公司“首届数字金融服务节暨第四届小微客户服务节”开幕，未来三个月，中国信保将深入实践“数字+普惠”的服务理念，通过“百企访谈”“千企千面”“万企兴贸”等专项活动，与广大中小微外贸企业分享中国信保“线上+线下+生态”的数字化转型成果。

### 坚定不移支持“金融惠民”

作为中国唯一的政策性出口信用保险机构，中国信保始终坚持以“履行政策性职能，服务高水平开放”为己任，积极支持外贸企业“走出去”，参与全球经贸合作。截至2022年年底，中国信保累计支持国内外贸易和投资规模已超过7.1万亿美元，为超过28万家企业提供了信用保险相关服务，向企业支付赔款193.8亿美元，带动近300家银行为出口企业提供保单融资增信支持超过4万亿元。自2012年启动小微企业专项支持以来，中国信保支持小微外贸企业客户数从2.1万家增长到14.5万家，支持小微企业出口规模从246亿美元增长到1400多亿美元。

正凯塑料制品有限公司是一家专营遮阳网、编织袋等各类塑料制品进出口业务

小微企业。2022年，地缘冲突导致企业出口到俄罗斯、乌克兰的多笔塑料制品交易出现了风险异动信号。中国信保收到正凯塑料求助后，考虑到企业所在地连云港地区受新冠疫情影响，物流快递无法正常收送，第一时间指导企业先行通过提供电子扫描版索赔材料方式进行商账催收和理赔审核。在中国信保江苏分公司和企业的共同努力下，企业报损的4个案件，在短短14天内已经追回了一家乌克兰买方的货款，另一家乌克兰买方及两家俄罗斯买方的应收账款也在报损后的两个月内全部追回。

北京大学开展的独立第三方研究表明，2022年中国信保提供的普惠金融服务直接和间接带动的出口规模为3066亿美元，促进就业达420万人。

### 聚焦数字服务与普惠金融融合

自2019年始，中国信保经过三年多的集中攻坚，开发完成了覆盖手机、电脑、电话全互联网应用场景的“六大对客服务平台”，推出了国内首款出口信用保险手机应用APP“信步天下”，以及“资信导航仪”、“资信红绿灯”、“资信报警器”等一系列数字化服务工具，基本实现了“线上+线下+生态”的数字化服务新模式转变，强化了数字化对客能力输出，打造了具有信保特色的数字金融

服务品牌。

宁波长陆贸易有限公司是一家主营机械产品、五金工具的小微外贸企业。近年来，在日常业务中，长陆经常使用“信步天下”的“资信红绿灯”功能查询海外买方风险情况。2022年3月，长陆接到一家来自波兰买方约15万美元的合作意向。这是长陆第一次接到来自东欧国家的采购意向订单，但因其要求的支付方式为预付款加赊销，考虑到去年以来波兰受地缘冲突影响较大，最初长陆犹豫过是否直接拒绝。因订单量相较于往年明显缩减，为了保订单、拓市场，长陆习惯性地“资信红绿灯”查询了买方风险情况，在得到查询结果为“绿灯”的提示后，进一步通过中国信保对这家波兰企业进行了调查了解，得知该买方规模较大，并在中国信保宁波分公司工作人员的提醒下规范了合同签订流程。当前，长陆已与波兰买方签订了合同，投入生产，首次成功开辟了东欧市场。

截至目前，“信步天下”APP累计注册用户数已近20万；“资信红绿灯”累计查询次数已达52.4万次。

### 数创未来，倾力服务小微客户

2020年中国信保创新服务手段，创设了小微客户服务节。三年来，分别以“保小微 稳外贸”“惠小微 E服务”“强小微 优服

务”为主题，连续举办了三届小微客户服务节。2023年，随着中国信保开启数字化转型第二阶段的新篇章，为更加聚焦推动数字化服务与普惠金融工作的深度融合，中国信保将“小微客户服务节”更名为“数字金融服务节暨小微客户服务节”。中国信保还联合商务部研究院共同发布了“2023年中国中小微外贸企业出口风险指数（SMERI）”。该指数为衡量中小微外贸企业与不同国家买方企业交易所面临的信用风险水平的综合性指数，旨在帮助中小微外贸企业提升国际贸易风险管理能力，填补了外贸普惠金融服务研究领域的空白。从近三年的历史数据看，我国中小微外贸企业出口风险总体呈现出波动下降的发展趋势，但中亚、南美、北非、东南亚部分国家仍处于较高风险水平。宏观经济方面，以欧美为代表的主要国家利率上升不确定性加剧，俄乌、中东等热点地区地缘政治风险上升，以及部分国家和地区自然灾害、能源危机、粮食短缺、国际债务等问题，均成为现阶段影响贸易活动的不利因素。

中国信保总经理盛和泰表示，希望金融机构进一步加大面向小微企业的数字化产品和服务供给，帮助企业减轻成本负担，提高普惠金融服务的覆盖面、可得性和满意度，通过数字化转型贯彻落实新发展理念，助力中国实体经济实现高质量发展。