

美关税讹诈不得人心 中方坚定捍卫自身权益

连日来,美国政府肆意滥用关税手段,对包括中国在内的全球贸易伙伴征收额外所谓“对等关税”,遭到美国国内及国际社会强烈不满,引发金融市场大幅动荡,后暂缓对部分贸易伙伴征收高额“对等关税”,但仍对这些国家和地区保持10%的“基准关税”和对中国125%的高关税。针对美“对等关税”一再升级,中方先后出台一系列反制措施,坚定捍卫自身权益,有力回击经济霸凌,坚决维护多边主义。

如何看待美方行径与中方举措?记者采访了业内人士。

中方反制有理、有利、有节

——美东时间4月2日,美方宣布对所有贸易伙伴征收“对等关税”,其中对华加征关税税率高达34%。

北京时间4月4日,中方宣布对原产于美国的所有进口商品,在现行适用关税税率基础上加征34%关税。同时,中方还在世贸组织争端解决机制起诉,并出台对中重稀土相关物项实施出口管制等多项举措。

——美东时间4月8日,美方在原所谓“对等关税”措施基础上,宣布对中国有关产品再加征50%关税,即对中国产品加征的关税税率上升至84%。

北京时间4月9日,中方宣布对原产于美国的进口商品加征关税税率从34%增加到84%;同时还将6家美国企业列入不可靠实体清单,将12家美国实体列入出口管制管控名单;对赴美中国游客发布风险提示,发布留学预警等。

——美东时间4月9日,美方继续对中国产品加税至125%,并对其他各国超过10%部分的“对等关税”暂缓90天。

北京时间4月11日,中方宣布对原产于美国的进口商品加征关税税率提高至125%。同时,在世贸组织追加起诉美进一步提高对华关税措施。

中国政法大学国际法学院教授史晓丽表示,针对美国所谓“对等关税”,中方根据我国法律规定实施的三次对等反制有理、有利、有节,充分体现了维护国家安全和利益的坚定决心,以及维护以规则为基础的多边贸易体制的大国担当和责任。

在4月11日,国务院关税税则委员会在公告中明确指出,“鉴于在目前关税水平下,美国输华商品已无市场接受可能性,如果美方继续对中国输美商品继续加征关税,中方将不予以理会”。

同一天,商务部新闻发言人表示,美方对华轮番加征高关税已经沦为数字游戏,在经济上已无实际意义,只会更加暴露美方将关税工具化、武器化,搞霸凌胁迫的伎俩,并沦为笑话。如果美方继续关税数字游戏,中方将不予以理会,但是,倘若美方执意继续实质性侵害中方权益,中方将坚决反制,奉陪到底。

“这次声明体现了中方一直以来的谨慎、克制、冷静和大国智慧,更进一步表明中方不会再给特朗普政府政治作秀和以数字游戏欺骗民众的机会。”在史晓丽看来,尽管国务院关税税则委员会已表示如美方对华继续加征关税将不会跟进实施关税反制,但这并不等于中国对美放弃其他反制措施。如果美方执意继续实质性侵害中方权益,中国反制工具箱中有诸多措施可以依法依规实施。

“这是在向美国、向全世界表明,我们绝不接受极限施压或者讹诈的做法,同时我们也有足够的勇气、手段进行反击和反制。”对外经济贸易大学中国世界贸易组织研究院院长屠新泉说。

一些境外媒体认为,“中国有理有据反击美关税霸凌”。彭博社称,“任何认为世界第二大经济体会简单地接受打击或急于安抚白宫的期望,都是痴心妄想”。

美国发动“关税战”损人更害己

美股下跌、民众抗议、超市抢购……美国政府声称加征关税是为了缩减贸易逆差、振兴制造业、增加就业岗位,但现实却给了这种说法沉重一击。

权威人士指出,美国政府相关举措严重影响其公信力,系

列关税政策将加剧美经济滞胀风险,严重冲击全球产业链供应链稳定,市场对美国经济衰退的担忧显著增强,其宏观经济治理将面临失效失序。美国发动“关税战”损人更害己,最终将搬起石头砸自己的脚。

近日,不少企业不再默默承受因关税增加的成本,而将其明确标注在消费收据上,从而引发美国网友开启了“网络对账”模式,抱怨这钱花得“冤枉”。

“最终这些成本都会转嫁到消费者身上。”美国全国零售商联合会副总裁乔纳森·戈尔德直言,许多依赖进口原材料的小企业,面临成本剧增、生存艰难的困境。

耶鲁大学预算实验室预测显示,“对等关税”实施后,在其他国家采取反制措施的情况下,美国个人消费支出(PCE)价格涨幅将扩大至2.1%,美国低、中、高收入家庭平均将损失1300美元、2100美元、5400美元,成为关税的最终“买单”者。

全球化背景下,许多美国企业依赖于全球供应链,这既是美国经济结构性问题的必然结果,也是由各国比较优势和国际分工格局决定的。作为经济全球化的最大受益者之一,美国却声称自己吃了亏,不惜破坏长期建立起来的全球供应链体系,这终将反噬其产业效率和全球竞争力。

权威人士分析称,加征关税难以平衡美国贸易逆差。美国进口商品以计算机电子产品、交通设备、化工、机器设备、日用品等工业制成品为主,而出口商品以高技术产品、工业中间品和资源型商品为主。普遍加征关税情境下,全球产业链供应链调整放缓、割裂加深,美工业制成品进口对外依存度短期内难以下降,而其出口的资源型商品可替代性较强。

上海对外经贸大学国际组织学院院长应品广举例分析说,加征关税短期内或许能让美国钢铝企业获得一定的喘息空间,但从长期来看,这种保护主义行为将削弱企业的创新动力和国际竞争力。此外,美国每年消耗大量的钢铁和铝用于汽车制造、航空航天、石油生产、建筑以及基础设施建设等领域,关税的增加无疑将大幅提高这些行业的生产成本,压缩企业的利润空间,进而可能导致企业减少投资、裁员甚至倒闭。

中国将坚定不移办好自己的事

4月9日,中国政府发布近3万字《关于中美经贸关系若干问题的中方立场》白皮书,澄清中美经贸关系事实,阐明中方对相关问题的政策立场,重申贸易战没有赢家,保护主义没有出路。中美各自取得成功,对彼此都是机遇而非威胁。

面对美方的多变易变、极限施压,中国没有关上谈判大门,但也不会心存侥幸,而是做好了应对冲击的各种准备。正如商务部新闻发言人所言,中方的立场是明确一贯的,谈,大门敞开,但对话必须在相互尊重的基础上以平等方式进行。打,中方也将奉陪到底,施压、威胁和讹诈不是同中方打交道的正确方式。

“中美经贸关系的本质是互利共赢,对抗冲突不应是我们的选择。”中国社会科学院大学法学院教授廖凡指出,作为世界上最大的两个经济体,两国经济总量超过世界三分之一,中美两国经贸合作具有深厚基础、巨大潜力和广阔空间,这是不以任何偏见和执念为转移的客观事实。

多位专家表示,2017年美国挑起对华贸易战以来,中国始终坚持集中精力办好自己的事,斗争经验更丰富,发展底气更足了。任何外部冲击都改变不了中国经济基础稳、优势多、韧性强、潜力大的基本面,也改变不了中国坚定不移推进高质量发展和高水平开放的稳定趋势。

史晓丽说,面对美滥施关税的乱拳,我国一系列反制措施体现出心中有数、手上有关、分寸得当,以实实在在的政策措施稳住市场信心。面对美方蓄意挑起的全球贸易战,要“一行一案”“一企一策”精准帮扶受冲击较大的行业和企业。要变压力为动力,进一步加快构建新发展格局、推动高质量发展,促进经济结构调整,以自身的稳定发展,为全球经济发展注入更多稳定力量。

新华社记者(新华社北京4月12日电)

直面风雨 坚韧前行

——我国外贸企业积极应对美国加征关税观察

市场需求。

记者采访多家食品、饮料、家电等行业企业了解到,一些外贸企业在深耕海外市场的同时,着手完善国内重点区域经销商布局,加速拓展国内渠道。

“庞大的内需市场为众多外贸企业提供了发展空间,国家一系列稳外贸举措以及支持‘出口转内销’政策,也助力外贸企业将关税压力转化为深耕国内市场的动力。”南开大学金融发展研究院院长田利辉说。

全球化贸易环境波动的背景下,技术创新和产品竞争力是抵御风险的重要手段。

南京天加环境科技有限公司是一家专门做“空气生意”的企业,其空气净化设备销往多个国家和地区。公司持续加大研发投入,旗下磁悬浮品牌以创新赢得市场,全球占有率达30%。一路走来,公司董事长蒋立深刻体会到自主创新的重要性。他表示,要坚定不移做好自己的事,通过做强自身应对挑战,把握机遇。

再过几天,第137届广交会将在广州举行,此次设立出口展展位近7.3万个,参展企业首次突破3万家,比上届增加近900家。

杭州宇树科技有限公司将展出借助AI技术的新款人形机器人,广东TCL集团将展出雷鸟智能AR眼镜及数字电视等创新产品,福建德艺文创公司将展出具有国际风尚的家居陶瓷、铁艺、藤编等创新工艺产品……目前,许多企业正积极备展,以新产品新技术新业务全力开拓新商机。

“客人想要的,我们定制给他,客人没想到的,我们替他想到,先于他做到。”广东省潮州市庆发陶瓷有限公司将普通的陶瓷设计出不同厚度、形状、夹层等多种款式,满足各国消费者的多元需要。

公司副总经理蔡安阳告诉记者,当前全球贸易竞争激烈,这就要求企业不仅要在品质上提升,更要注重理念升级,给各个国家和地区的消费者带来全方位的定制化服务设计。

中国外贸企业,从来都是在风雨洗礼中成长。

福建一家纺织面料成品制造商的负责人告诉记者,目前部分出口美国的订单交货放缓。但这些年来,面对美滥施关税的乱拳,行业已有较为丰富的应对经验。

“在应对风雨挑战中,企业的运行效率更高了,产品质量更优了。实践证明,外部的冲击也是转型的契机。”该负责人说,纺织服装是中国产业链最完整、国际竞争力最强的产业之一,相信行业企业在有关部门支持下携手应对,一定能渡过难关,迎来更广阔的发展空间。

新华社记者(据新华社北京4月12日电)

4月13日至18日,第五届中国国际消费品博览会即将在海南举行。布展一新的海南国际会展中心,再一次迎接八方来客、四海宾朋。

2021年5月,国家主席习近平向首届中国国际消费品博览会致贺信时指出,举办中国国际消费品博览会,提供一个全球消费精品展示交易平台,有利于世界各国共享中国市场机遇,有利于世界经济复苏和增长,也有利于中国为世界提供更多优质消费品。希望各国嘉宾和各界人士深化交流、共谋合作,更好造福各国人民。

购在中国 激发消费新潜力

海南国际会展中心5号馆,即将迎客的英国主宾国展馆,将为参观者带来品质传承与科技创新融合的全场景体验。

百年瓷器、历史悠久的手工制鞋品牌、采用创新技术的健康防护产品……英国作为本届消博会主宾国,参展面积超过1300平方米,参展品牌数量53个,约为上届的2倍。

全球好物,购在中国。

8大展馆装扮一新,蓝、绿、金为主色调,消费科技、高端食品保健品、全球特色消费、国货特色潮品……各个主题展区错落分布。

作为我国唯一以消费为主题的国家级展会,经过前四届的探索实践,消博会的国际影响力和全球辨识度不断提高。从首届消博会2600多个品牌参展,到第五届消博会共有71个国家和地区超过4100个品牌参展,消博会的发展,见证中国超大规模市场优势不断释放、中国经济加快向内需主导转型的时代进程。

“本届消博会突出服务消费,充分展现银发经济、低空经济、健康养生、体育赛事、人工智能等服务消费新热点和新趋势。”商务部副部长盛秋平介绍。

据了解,本届消博会将同步启动“购在中国”系列活动,各地将聚焦精品购物、精致美食、精彩旅游、精美展览,举办丰富多彩、形式多样的特色活动,进一步释放多样化、差异化消费潜力。

消费,承载人们对美好生活的愿望,折射大国经济深刻变迁。通过消博会这一窗口,世界感知中国消费市场的新趋势新变化,全球创新者、生产者、供应商汇聚一堂,探寻中国大市场蕴含的广阔机遇。

消博会“老朋友”欧莱雅集团,将携旗下高端美妆品牌圣罗兰亮相。欧莱雅北亚及中国公共事务总裁兰珍珍表示,欧莱雅受益于中国的对外开放,也感受到中国消费市场的日益成熟。希望继续借助消博会这一重要开放平台,为全球消费行业注入更多信心与活力。

推开“旅居云南”的窗,“彩云市集”里,空气中飘着小粒咖啡的醇香,视线所及是彝族刺绣上跳动的火焰纹,指尖触到手工银器的厚重,耳邊似乎已传来丽江古城溪水流过青石板的声音。

连续五年参展的云南展团,为本届消博会精选15家参展企业,产品涵盖“旅居云南”、老字号和优质消费品等,传递“有一种叫云南的生活”的消费理念。

本届消博会上,全国30多个省区市携国货精品参展,集中展示非遗技艺与智能制造融合成果。商务部将组织开展“外贸优品中华行”活动,帮助外贸企业开拓内销市场,培育外贸优品消费增长点。

“同台竞技、同台展示,也为中国企业提供一个更好的舞台。”海南省副省长周刚说,通过消博会,越来越多国货潮品、新品精品、科技创新产品进入国际视野。

在免税消费展区,享受离岛免税消费券和消博会专属优惠;在海口骑楼老街、云洞图书馆,体验艺术市集、音乐节会、地道美食;在三亚游艇码头、海棠湾畔,观赏国际婚纱中国首秀,参与海天时尚游艇派对……

除海南国际会展中心主会场外,本届消博会还在海口国际免税城、三亚国际免税城设置免税消费场景分展区,同时首次在三亚设立游艇分展区。

“中国经济正处于转型升级关键期,构建内需引领、消费主导的发展模式,不仅是高质量发展的关键之一,也是应对国际经贸变局的重要抓手。”中国(海南)改革发展研究院副院长蔡荣明说,消博会这一国家级展会,既是展示中国消费潜力、消费结构升级趋势的重要平台,也是中国市场深度融入全球市场的重要桥梁。

科技赋能 创造消费新趋势

抖音推出汽车置换平台,石头科技发布新一代扫拖机器人,珐琅厂携《盛世欢歌》掐丝珐琅艺术品亮相……

第五届消博会首次设立主宾省(市),由北京市担任。在北京展区,抖音、泡泡玛特、京东等25家企业,展示“首发首展首创”等产品。

全球新一轮科技革命和产业变革加速演进,深刻改变着人类的生产和生活方式。科技赋能消费,供给创造需求,新的消费蓝海在消博会上显现。

第五届消博会首次设立新消费科技展区。在展位总面积较上届扩大30%基础上,新消费科技展区面积占比超过30%。

人工智能展示活动专区,宇树科技将携国内首款



2025年4月10日,工作人员在第五届消博会主会场海南国际会展中心进行布展工作。

新华社发