



商务部原副部长：今年中国外贸有望维持 10% 以上增长

中国商务部原副部长、中国国际经济交流中心副理事长魏建国近日接受中新社记者采访时表示，中国外贸仍有广阔发展空间，今年全年有望维持 10% 以上增长。

去年中国外贸规模再创历史新高，增速高达 21.4%。今年前 8 个月，中国进出口总值 27.3 万亿元（人民币，下同），同比增长 10.1%。不过，8 月当月进出口同比增长 8.6%，增速与 7 月相比近乎“腰斩”，

也低于 6 月水平。

在魏建国看来，考虑到去年同期基数较高，8 月增速短暂下滑实属正常，并不代表进出口从此将一蹶不振，“认为中国外贸拐点已到的观点是错误的”。细究当前国际市场形势，中国外贸还有广阔发展空间。

他表示，虽然目前全球整体需求不旺，但欧美即将迎来圣诞节传统消费旺季，不少大型超市由于前段时间供应链疲

阻消耗了大量库存，亟待补货，欧洲国家也急需储备防寒用品来应对能源危机造成的“寒冬”。这些多品种多层次大规模的需求，只有像中国这样拥有高度完备产业链的国家才能满足。

魏建国称，如果 9 月、10 月中国外贸企业能够牢牢把握这三方面需求，不失时机接单，再加上人民币汇率贬值、稳外贸政策效应持续释放等有利因素，预计今年中国外贸增速仍

有望保持在两位数。

为给企业顺利接单提供条件，官方已经开始行动。国务院常务会议已明确提出支持保订单拓市场，加强出境参展、商洽等服务保障。商务部举行的 2022 年全国外贸工作电视电话会议也提出，要畅通外贸企业抓订单渠道，支持企业保生产保履约。关乎外贸前景的“订单保卫战”，似乎已经开始。

魏建国认为，今后中国稳外贸应更加积极主动，鼓励外

贸企业尽快“走出去”了解国际市场行情，“走进去”深入理解相关行业发展趋势，还要努力“走上去”，推动产品走向更高端。此外，在近期国际海运价格下跌、全球物流堵塞有所缓解情况下，应加大力度打通国内物流堵点，确保物流稳定畅通，助力企业拼抢订单，实现早备货、早发货，挽回前期因疫情造成的损失。

外汇管理局：市场预期保持平稳，外汇市场交易理性有序

15 日，国家外汇管理局公布 2022 年 8 月银行结售汇和银行代客涉外收付款数据。数据显示，2022 年 8 月，银行结汇 15864 亿元人民币，售汇 14162 亿元人民币。2022 年 1-8 月，银行累计结汇 116814 亿元人民币，累计售汇 109719 亿元人民币。

按美元计值，2022 年 8 月，银行结汇 2335 亿美元，售汇

2084 亿美元。2022 年 1-8 月，银行累计结汇 17827 亿美元，累计售汇 16733 亿美元。

2022 年 8 月，银行代客涉外收入 38184 亿元人民币，对外付款 37418 亿元人民币。2022 年 1-8 月，银行代客累计涉外收入 277683 亿元人民币，累计对外付款 272335 亿元人民币。

按美元计值，2022 年 8 月，

银行代客涉外收入 5619 亿美元，对外付款 5506 亿美元。

2022 年 1-8 月，银行代客累计涉外收入 42362 亿美元，累计对外付款 41527 亿美元。

国家外汇管理局副局长、新闻发言人王春英就 2022 年 8 月份外汇收支形势回答了记者提问。具体如下：

问：2022 年 8 月份我国外汇收支形势有何特点和变

化？

答：我国外汇市场表现出较强的韧性，银行结售汇和涉外收支均为顺差。8 月份，银行结售汇顺差 250 亿美元，企业、个人等非银行部门涉外收支顺差 113 亿美元，均高于今年以来的月均水平。

市场预期保持平稳，外汇市场交易理性有序。近期，美元走强背景下非美货币普遍贬

值，人民币汇率表现相对稳健，外汇市场反映汇率预期的相关指标运行平稳。8 月份，衡量结汇意愿的结汇率（客户向银行卖出外汇与客户涉外外汇收入之比）为 71%，较今年以来月均值提升 3 个百分点，显示市场主体保持“逢高结汇”的理性交易模式，结汇意愿有所增强。

报告：全国 36 家房企品牌价值均值同比下滑 9.7%

中指研究院 15 日发布的一份报告显示，中国 36 家品牌企业品牌价值均值为 430.8 亿元，同比下滑 9.7%。

当日，“2022 中国房地产品牌价值研究成果发布会暨第十九届中国房地产品牌发展高峰论坛”在京举办。上述报告在此间发布。

2021 年以来，各类房地产调控政策密集出台、实施，

房地产行业进入调整期。在这一过程中，部分企业出现债务违约、产品品质、延迟交付等问题，不仅自身品牌价值受损严重，对房地产行业也造成了一定冲击。

报告指出，房地产行业领导品牌中海地产、保利发展、万科、绿城、招商蛇口和碧桂园的品牌价值分别达 1493 亿元、1468 亿元、1387 亿元、

1053 亿元、1035 亿元和 956 亿元，持续保持行业领先。

值得注意的是，在现阶段房地产市场重新洗牌的过程中，多家央企品牌企业凭借稳健的经营和畅通的融资优势等，从众多品牌企业中脱颖而出，品牌价值明显提升。

报告认为，在外部环境出现剧烈变化的情况下，部分民营品牌企业面临较大挑战，需

要守住安全经营底线，提品质、保交付、拓展轻资产，平稳穿越周期。

对于民营房企，报告建议，其一，强化信用管理，保资金安全，严格把控产品品质，以财务安全与高品质产品增强市场及业主信心；其二，以实际行动履行保交付义务，增强信心稳健发展；其三，紧抓代建、商业地产领域发展契机，积极

拓展轻资产业务，寻求企业发展新增长点。

对于地方国企，报告认为，可通过托底地方土地市场稳定市场，打造区域运营平台保民生，担负区域发展责任，积极参与项目纾困、城市更新和乡村振兴，塑造责任形象。