

海外声音

中国疫苗助力更多国家抗击新冠

秘鲁与从北非到安第斯山脉的发展中国家一道，指望中国提供帮助。对这些客户来说，在中国实验室研制、目前在全球分配的疫苗可能会解决一个大问题：当大国和富国在获取西方疫苗将他们推到后面时，如何给他们的人民接种疫苗。

批评者警告说，富国和穷国在疫苗获取方面可能存在巨大差距。世界银行表示，中小型发展中国家在达到“广泛”疫苗接种方面最终可能会落后于大型发展中国家和发达经济体6个月至1年。这种差距可能会使疫情——及其痛苦的经济影响——在这些国家肆虐的时间远远超过能够承受得起的时间。

中国国有的国药集团和民营的北京科兴已经开始在全球分发疫苗。科兴已经有了一批客户，包括印度尼西亚、巴西、泰国和土耳其。购买国药集团疫苗的国家更广泛，包括埃及、柬埔寨、塞内加尔和秘鲁。

——据美国《华盛顿邮报》



2月10日，柬埔寨在首都金边多家医院正式启动中国国药集团新冠灭活疫苗接种工作。图为柬埔寨王家军副总司令兼陆军司令洪马内金边接种中国新冠疫苗。索万纳拉摄（新华社发）

中国巩固出口世界冠军地位

根据德国慕尼黑经济研究所的数据，中国在2020年这个新冠肺炎疫情之年扩大了自己作为出口世界冠军的地位。慕尼黑经济研究所专家克里斯蒂安·格里梅说，去年，中国在世界货物贸易市场上的份额增加了1.5个百分点，达到14.5%，而美国的份额则下降约0.5个百分点至8.5%，德国下降0.1个百分点至8%。

在谈到中国的世界贸易地位越来越重要时，格里梅说：“中国在走出新冠肺炎疫情危机方面已明显领先于西方国家。此外，该国生产了许多在危机期间特别需要的商品——从口罩等防护用品到笔记本电脑等居家办公辅助设备。”

鉴于德国在世界市场的份额基本保持稳定，格里梅指出，在西方各工业国中，德国的表现相对好一些。他说：“德国制造业也因为中国对机械和车辆等货物的订单增加而受益。”

——据德国《经济周刊》网站报道



2021年2月12日8时45分，由100个标箱编组而成，满载出口货物的X8026/5次中欧班列从浙江省金华市铁路金华南站鸣笛启程，奔赴1.1万多公里外的法国杜尔日，开启了辛丑年又新欧金平台新的征程。胡肖飞摄（人民图片）

中国黄金需求显著恢复

在黄金饰品最大消费国中国，黄金需求眼下正呈现出鲜明的回升态势。在全年黄金饰品销售最火爆的春节假期，中国国内金价甚至比国际金价更为强势，出现溢价现象。

根据最新统计，2020年下半年黄金饰品需求快速恢复至264吨，比2020年上半年增长了73%，复苏态势明显。2020年第四季度中国实际国内生产总值（GDP）同比增长6.5%，增幅高于2019年同期。2020年全年中国实现了2.3%的增幅。

一家在香港和中国内地拥有数千家分店的珠宝集团，2020年第四季度中国内地现有门店的销售额同比增长12.2%。据该公司介绍，中国内地疫情形势已经大为好转，公司业务也保持了强劲反弹态势。

预计中国经济的改善势头未来还将继续。2月11日开始的春节长假也是全年珠宝首饰销售最为火爆的时节。各黄金制造商也早早行动起来，从1月份开始在充实库存。

——据《日本经济新闻》报道



浙江省湖州市德清县一黄金专卖店员工正在整理黄金首饰。倪立芳摄（资料图片）



票房井喷 消费旺盛 旅游复苏

牛年中国经济会更牛

张红

德国《图片报》17日用“蓬勃发展”形容春节期间的中国旅游业。报道称，中国西南部的四川省有634万游客庆祝了农历新年，比去年增加了293%！全省门票收入达到4083万元人民币，比上年增长166%。另有275万游客来到首都北京，上海迎来227万游客，广东省迎来433万游客。另据塔斯社报道，中国海南省的度假胜地三亚在农历牛年春节假期前三天迎来旅游小高潮。海南离岛免税店人气足、销售旺，从除夕到正月初三，4天时间销售超过7个亿。

特殊春节增添新意

今年的春节无疑是特殊的。外媒注意到，许多人响应号召就地过年，中国的春节也因此增添了不少新意。阿里巴巴发布的2021年春节消费报告显示，超过1亿人“原地过年”，使得新消费现象频出。据新加坡《联合早报》网站2月17日报道，一家短视频社交平台17日发布春节数据报告。报告显示，“一个人过年”在该平台被搜索8万次，就地过年相关视频被点赞8846万次。据报道，由于疫情原因，不少人选择就地过年，这也是很多年轻人第一个不回家的春节。在就地过年的方式中，逛公园、看电影、健身运动、学习、滑雪排名前五。报告还显示，拜年短视频数量同比增长11倍，成为新年俗；市区内短途旅游成为过年出游主流，西安大唐不夜城是打卡最多的景区。飞猪平台数据显示，牛年春节“本地游”预订量同比增长超660%。雅虎日文网还注意到，一种“短途度假”新趋势在这个春节流行，就是入住本地或周边的四星五星级豪华酒店，以“90后”年轻人为主。

路透社刊发报道称，“就地过年”催生快递“乡味”风潮。在这个农历新年无法返乡的中国人用食品包裹缩短距离，为亲人寄去家乡的味道。在1月20日至2月3日的“年货节”中，电商网站销售金额与去年农历新年期间相比大涨40%。电子商务和零售网站说，今年春节假期前食品和饮料订单大幅增加。大城市和小城市之间的订单量大幅增加。《俄罗斯报》网站报道也指出，远离家乡并未阻止人们在除夕夜与亲人交流。人们通过视频同吃年夜饭并互相拜年。此外，人们可以在网上为亲朋好友轻松订购新年礼物，通过快递直接送上门，还可以利用新技术制作新年全家福。报道称，为让留在工作地的人们过好年，各级政府采取了一系列措施，包括不间断供应能源和商品、增播电视娱乐节目、实行优惠政策等。对于自觉就地过年的人们，各地政府准备了一些“大礼包”，包括商品打折券、当地旅游景点的免费门票以及免费的手机流量和通话时长，以便让人们过节不孤单。

日本《产经新闻》报道介绍，不返乡人员可享受的优惠待遇很多。在北京，除一些公园免费开放外，各电信公司每个在网手机号码还可在规定期限内免费领取20G北京本地流量包，在春节期间使用。

“金牛”分享正能量

牛年作为丰收、繁荣、好运、成功及勤奋的象征已开始为多国民众所熟知。美国有线电视新闻网网站报道，2月12日是辛丑年的开始。天干之辛属金，地支之丑为牛，因此辛丑年也是农历“金牛”年。新加坡《联合早报》称，“牛气冲天”“牛”转乾坤”这些生动的祈愿祝福语，引起各国民众的共鸣，让疫情下的世界分享到中国传统牛年的文化正能量。

《俄罗斯报》网站报道指出，在去年的疫情中，14亿中国人展现出强大的意志和惊人的团结。今年春节，中国人再次显示出高度自觉性和对祖国的关心。报道表示，按照中国农历，2021年是牛年。

牛是勤劳、奉献和力量的象征。牛的这些宝贵品质在春节期间得到充分体现。尽管许多中国人不得不留在工作地，但民众团结一心，这给国家发展注入信心。

路透社称，中国经济2021年将迎来复苏“牛”，消费和制造业投资奋蹄追赶。中国经济2021年将继续复苏，分析人士普遍预计今年全年增速在8%-9%左右。德国电视一台17日称，2021年的牛年对中国具有特殊意义，包括中国共产党成立100周年，推出“十四五”规划，准备2022年冬奥会等。作为去年唯一一个经济正增长的主要经济体，中国在牛年将更有信心。

西班牙《世界报》网站2月16日发表《巨人仍在成长》一文指出：中国迎来了“金牛年”。在中国的十二生肖中，牛象征力量、纪律、高尚和勤奋工作，这些都是实现繁荣的关键。许多人将牛的坚韧和抗压能力与中国经济相提并论，并预言在这一年中，中国将继续巩固其作为世界主要经济大国的地位。

西班牙中国政策观察网站也发表《中国的牛年》一文指出：中国迎来了牛年。这个牛年唤起许多期望。今年将是庆祝中国共产党建党100周年为标志的一年。在经济方面，这个牛年是推进新的发展理念——“双循环”的关键一年。

牛年也让世界充满希望。美联社报道引用中国民俗学家的话称，“牛年马年好耕田，对农民来说，牛年是丰收的一年。”美国有线电视新闻网也引用专家的话说，牛是勤劳的生肖，“希望世界经济不会像去年那样停滞不前，在今年下半年重新启动”。印度《快报》称，牛年将取代传统上充满动荡的鼠年，“据说牛年会带来稳定和宁静，预计这将是充满机遇和经济繁荣的一年”。

上图：上海市文化和旅游局2月17日晚间发布数据显示，假日期间，上海实现旅游收入56.65亿元。图为游客2月17日在上海豫园景区观赏民俗灯会。

新华社记者陈飞摄

数据展现旺盛活力

春节假期一结束，电影票房、零售消费、短途旅游等一系列数据的出炉吸引了外媒关注。

据灯塔专业版实时数据，截至2月17日22时，2021年春节档总票房累计超78亿元，总观影人次1.6亿，累计场次285.8万，创中国影史春节档累计票房、人次新纪录。路透社还注意到，中国制作的电影占据主导地位。报道指出，这一成绩使今年到目前为止的票房总收入超过100亿元。路透社报道指出，这种观影狂潮是由听从政府号召留在所在城市过年的工人和办公室白领推动的。一些观影者还从当地政府获得了免费票。

“中国电影在春节期间的票房已经超过了疫情暴发前”，美国有线电视新闻网称，春节是中国最重要的节日，相当于西方的感恩节、圣诞节和新年的“三合一”。通常，数以亿计的人利用这个机会远行探亲。但今年由于疫情政府鼓励就地过年，消费者把目光转向了其他娱乐。尽管对影院上座率有一些限制，但春节伊始，中国的票房收入已超过2019年同期。这进一步证明了世界第二大经济体的强劲增长。

俄罗斯卫星新闻网17日称，在国家就地过年的倡议下，互寄年货特产成了与家乡亲人表达思念的方式，也推动了快递量的增长。中国国家邮政局快递大数据平台监测显示，春节期间（2月11日至17日），全国邮政快递业累计揽收和投递快递包裹6.6亿件，同比增长260%。

这个春节，中国消费市场展现出蓬勃生机和旺盛活力。中国商务部17日晚发布数据显示，除夕至正月初六，全国重点零售和餐饮企业实现销售额约8210亿元，比2020年春节黄金周增长28.7%，比2019年春节黄金周增长4.9%，已经超过疫情前。

专家解读

中欧贸易逆势前行活力足

受访专家：中国人民大学欧洲问题研究中心执行主任 闫瑾

“中国首次超越美国成为欧盟最重要贸易伙伴！”德国《明镜》周刊2月17日援引欧盟统计局最新报告称，2020年欧盟与中国和美国的贸易额分别为5860亿欧元和5550亿欧元。中国经济从新冠肺炎疫情危机中恢复的速度明显快于美国，为欧盟国家提供了众多抗疫产品。

法国24小时新闻台称，中国的优势地位源自经济活力，2020年一季度中国经济遭受疫情打击后迅速恢复动能，强劲的消费在去年年底表现甚至好于往年。

德新社称，中欧贸易在全球贸易的重要性不断提升。德国经济研究所公布的报告称，2020年，中国在世界货物贸易市场上的份额增加1.5个百分点，达到14.5%。德国及其他欧盟国家受益于与中国的贸易，尤其是德国汽车产业，其近4成的汽车产品面向中国市场。

来源：人民日报海外版

2020年，新冠肺炎疫情肆虐全球，世界经济陷入严重衰退，世界主要经济体除中国外，GDP皆为负增长，世界贸易额大幅度下降。在如此严峻的国际经济环境下，中欧贸易实现了双向正增长，中国首次成为欧盟最大贸易伙伴。这样的逆势增长成绩单，成为2020年世界经济和贸易发展中的一道亮丽风景线。

尤其值得一提的是，日夜奔波在亚欧大陆上的“钢铁驼队”，生动诠释了疫情下中欧贸易的繁荣与活力。据中国铁路集团发布的消息，2020年中欧班列开行12406列，首破“万列”大关，同比增长50%，创造了新纪录。面对疫情冲击，铁路部门一方面严格执行防疫举措，另一方面积极提高运输效率，确保国际物流通道畅通。中欧班列发挥了国际铁路联运独特优势，大力承接海运、空运转移货物，为稳定国际供应链产业链、助力中欧共同抗疫发挥了重要作用。

中欧贸易实现逆势增长，主要有以下几方面背景：

第一，中国疫情防控工作卓有成效。从2020年第二季度开始，中国经济实现正增长。中国经济的强劲复苏为中

欧贸易增长奠定了坚实基础。欧盟统计局指出，在其前十大货物贸易伙伴中，欧盟去年仅与中国实现了贸易双向正增长。

第二，在疫情的冲击下，中国发挥了“世界工厂”的优势，展现出强大的制造能力。防疫物资、医疗器械等在中欧贸易中的份额大幅度增加。中国制造的韧性与活力推动中欧贸易实现增长。德国智库近日公布的一份报告称，2020年中国进一步巩固了其“世界出口冠军”的地位。

第三，欧美国家疫情形势普遍严峻，其生产恢复和贸易往来受到严重影响，欧美贸易出现严重萎缩。据欧盟统计局公布的数据，欧盟2020年对美出口下降8.2%至3530亿欧元，从美国的进口额下降13.2%至2020亿欧元。

第四，中国与中东欧国家贸易也实现逆势增长，为中国和欧盟经贸往来增添活力。据中国商务部统计，2020年中国与中东欧17国贸易额达到1034.5亿美元，首次突破千亿美元，增长8.4%，高于同期中国对外贸易增幅和中欧贸易的增幅。

疫情之下，中国与欧盟不断深化经贸合作，双边贸易规模稳步扩大，互利

共赢的合作基础持续加强，为后疫情时代的欧洲经济复苏注入动力。一方面，中国强大的消费市场吸引更多欧洲产品在华销售。另一方面，中国经济的高质量发展，将给欧盟国家提供更多市场机遇和合作空间。2020年9月，中欧签署《中欧地理标志协定》，有利于双方的优质农产品更快捷地进入对方市场。2020年底，双方如期完成中欧投资协定谈判，将为中欧未来的相互投资提供更大的市场准入、更高水平的营商环境、更有利的制度保障。中国欧盟商会最新的一份调查显示，超过60%的欧盟企业都表示他们愿意在中国增加投资。这都充分体现了中欧经贸合作强劲的韧性、旺盛的活力和光明的前景。

中欧不仅在贸易领域存在重大共同利益，更在维护多边主义和自由贸易、支持经济全球等方面持有共同立场。中欧加强经贸合作，将进一步发挥“双引擎”作用，推动世界经济加快复苏，同时也是以实际行动维护世界多边贸易体系，表明只有坚持互利共赢、携手合作，才能有效应对疫情给人类社会带来的巨大挑战。

（李嘉宝采访整理）