

RCEP：轻工外贸的机遇与建议

中国轻工工艺品进出口商会 李文锋



01 我国轻工外贸概况

02 RCEP规则介绍及对行业影响

03 几点建议





PART. 01

我国轻工外贸概况

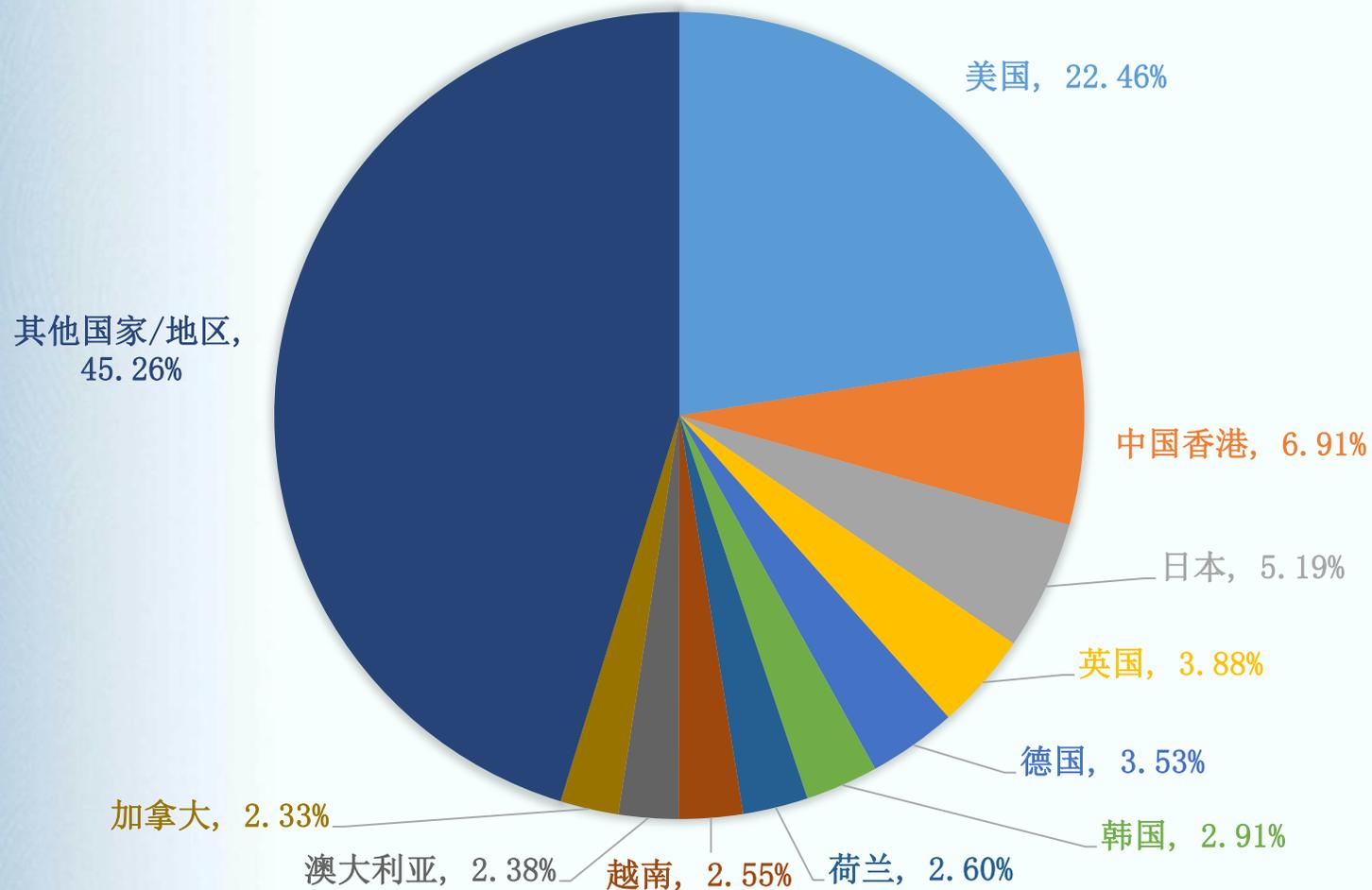


一、总体情况

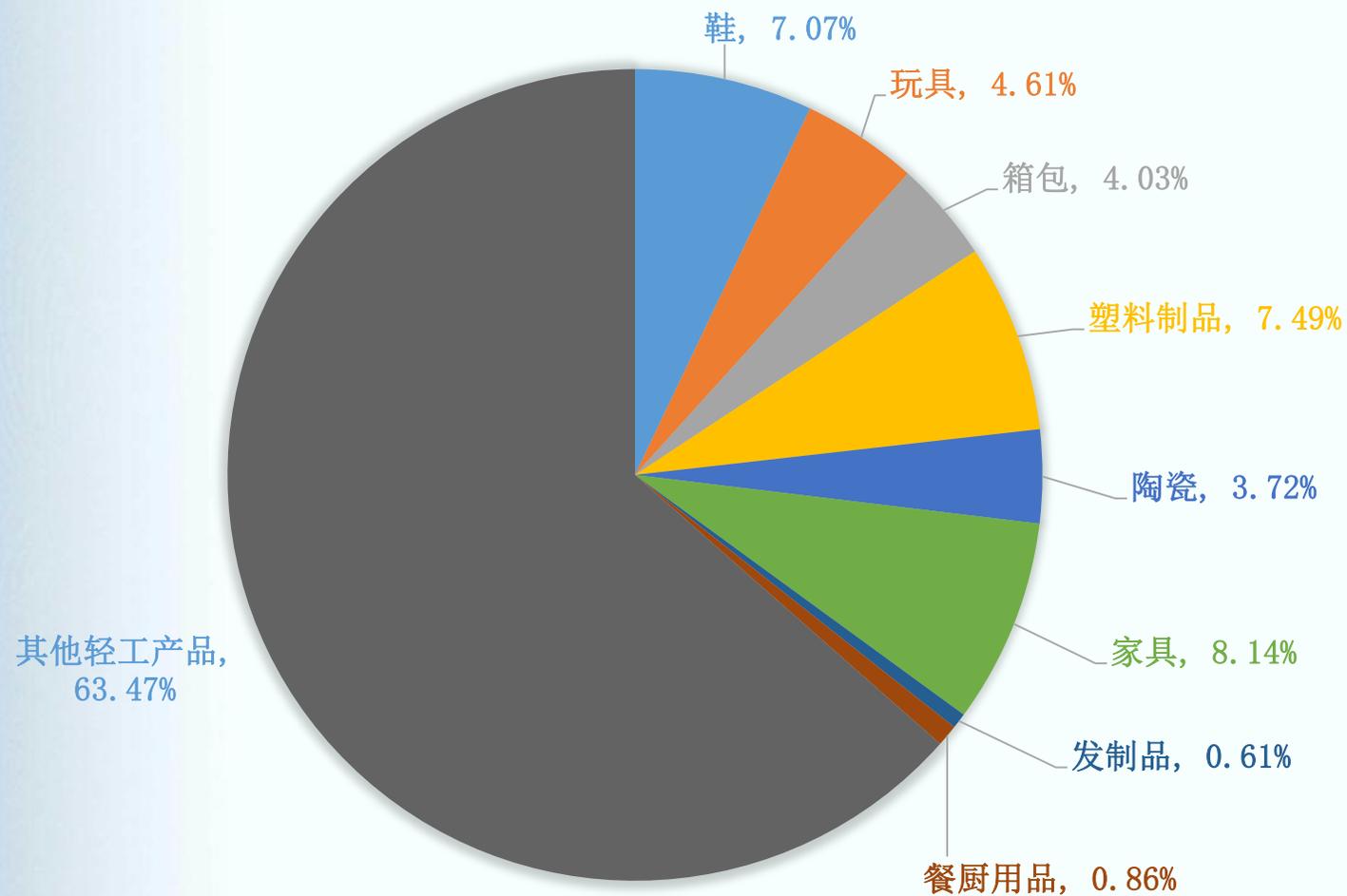
- **贸易规模:**1988年轻工产品出口额29亿美元，2001年进出口额1104亿美元；
2019年进出口额8886.5亿美元，占全国外贸进出口总额的19.4%。
- **贸易增速:** 加入世贸组织18年(2019)，中国轻工外贸进出口年均增长12.3%。
- **贸易份额:** 2019年，轻工产品出口占全球市场同类产品份额22.5%。



2019年我国轻工产品主要出口市场



2019年八类大宗商品占全国轻工产品出口比重



二、中国轻工企业参与全球价值链的特点

中国轻工行业国际化程度高，是参与全球价值链的重要行业

| 2019年大宗商品出口情况 | | | |
|---------------|--------------|----------------------|----------|
| | 出口额 (亿美元) | 占世界同类产品出 口额比重 (%) | 出口增速 (%) |
| 家具 | 550.8 | 33.6% | 0.3% |
| 鞋类 | 478.0 | 39.1% | 1.2% |
| 玩具 | 313.4 | 61.9% | 22.8% |
| 陶瓷 | 254.3 | 43.7% | 13.0% |
| 塑料制品 | 507.3 | 28.8% | 8.9% |
| 箱包 | 273.7 | 40.0% | -0.5% |



二、中国轻工企业参与全球价值链的特点

中小企业为主

2019年，我国轻工外贸领域企业共25.4万家，大多为中小企业。

民营企业20.5万家，占企业总数的80.8%。

民营企业出口额4599.4亿美元，占轻工产品出口总额的68.13%，远高于三资企业25.8%和国有企业5.9%的占比。



二、中国轻工企业参与全球价值链的特点

产业集聚

轻工外贸形成一批产业集群，集聚了众多生产型外贸企业和配套企业。

- 浙江安吉县：家具企业总数达1000余家，2020年，家具产业销售收入420亿元，进出口额226.4亿元，有恒林家居、永艺家具、中源家居等龙头企业。
- 浙江温岭市：鞋帽生产企业3700多家，2020年产值270亿元，自营出口62亿元。
- 广东潮州市：陶瓷生产及配套企业5800多家，2020年产值547亿元，出口62亿元，拥有三环、松发、四通等龙头企业。
- 江苏扬州市：入驻企业近2500家，集聚了高露洁、三笑集团、倍加洁、两面针、欧佩日化等龙头企业，2020年洗护用品出口总额达3.45亿美元。



三、中国轻工企业参与全球价值链的趋势

（一）空间迁移(产业转移)

近年来,国际供应链出现新的演变,中国内地部分轻工产业向东南亚、南亚乃至非洲转移。以鞋类产业为例,在整个产业发展过程中,经历了数次产能转移。

- 第一次: 20世纪50年代,从北美向日本、德国等转移。70年代以后,随着日本经济的起飞,劳动力成本开始上升。于是鞋类工厂开始迁出日本。
- 第二次: 20世纪70年代,从日本、德国转移到亚洲“四小龙”和部分拉美国家。
- 第三次: 20世纪80年代,转移至中国大陆、印尼、泰国、马来西亚、菲律宾等国。
- 第四次: 20世纪90年代以后,中国逐渐成为世界产业转移的最大承接地和受益者。
- 第五次,近10多年来,加工环节从中国大陆向东南亚、南亚,乃至非洲转移,但鞋类产业在东亚、东南亚区域内的分工合作加强。



三、中国轻工企业参与全球价值链的趋势

轻工产业继续向境外转移。

近10年来，中国劳动力、自然资源等生产要素成本比较优势已显著削弱，从沿海地区开始的招工难问题，已在更大范围越来越突出。

比较而言，越南、孟加拉、老挝、柬埔寨等国家低成本优势则越来越突出。

2017年以来，受加征关税，用工、土地等综合成本上升及环保措施影响，家具、纺织服装、箱包、鞋类等行业企业加快向东南亚转移。

外迁企业中，55%的目的地为东南亚，其中30%为越南。比如，越南在原材料也具有一定优势，盛产橡胶木，石化行业垄断程度低，下游的海绵、皮革等家具所需原材料价格相对便宜。



产业链大规模整体或快速外迁不会出现。

据调查，目前民营企业老板大多为60、70后生人，部分为80后出生，他们认为外迁总体风险大，企业外迁意愿并不强。企业迁出中国意愿较低的因素主要有以下五个方面：

- 一是越南、缅甸、印尼等东南亚国家自身发展空间有限，用工成本、土地成本也在逐年上升。
- 二是中国在制造的劳动力单位效率涉及劳动力的综合素质和技能水平、产业配套的综合环境水平当下仍然具有相当可观的优势。
- 三是中国政府实施“双循环”发展战略，未来将着力扩大国内市场，促进消费升级，资源、市场、技术、生产率的集成优势将进一步增强，产业集群通过升级换代，激发出新的活力。
- 四是中国积极参与多双边经贸合作，签署RCEP协定，按照多边规则与自贸区协定实施外贸促进措施，未来将形成以大陆为主导的区域产业链。
- 五是中央和地方政府服务效能明显高于其他发展中国家或区域。



三、中国轻工企业参与全球价值链的趋势

(二) 价值链提升

- 品牌培育：自有品牌出口；
- 渠道培育：设立分销机构与海外仓；跨境电商；
- 研发投入：新材料、新工艺、新技术；如，笔芯钢珠、箱包锁扣、器皿瓶盖、鞋垫等。
- 知识产权。



三、中国轻工企业参与全球价值链的趋势

（三）数字化、智能化

轻工生产组织结构和方式正经历数字化、智能化变革。

德国电商Otto开发了一个智能系统，能够分析30亿次交易和200个变量，对未来30天内销量进行预测，准确度可达90%。

快销品、时尚用品领域，海恩斯莫里斯（H&M）、（飒拉）Zara、优衣库（Uniqlo）等休闲服饰类品牌的网络订单，从消费者点击购买到工厂发货，周期是7-10天，对客户的快速响应速度是传统服装供应链的10倍，合作的外包工厂也必须适应这种订单快速安排快速生产的节奏。

中国鞋类供应链依托大数据平台收集分析鞋类样本，利用3D技术开发鞋类样品，通过互联网营销，满足了消费者多样化、个性化、时尚化的需求。



三、中国轻工企业参与全球价值链的趋势

（四）绿色化

绿色设计、绿色采购、绿色生产，到绿色物流、绿色包装、绿色销售、绿色回收与处置，绿色理念与绿色管理已遍及供应链整个运营流程。

实践中各国企业普遍执行跨境供应链的国际绿色要求和标准，要求其供应商参加ISO14000系列标准认证，履行社会责任。

宜家从2016年开始以换取积分方式，回收二手家具、电池、纺织品等物品，仅挪威宜家商店一年就回收25吨纺织品，莫斯科宜家商城几个月就回收6吨电池。回收产品经过无害化处理、再制造等方式内部消化，给供应链伙伴企业带来新的商机。



三、中国轻工企业参与全球价值链的趋势

（五）区域化

据麦肯锡全球研究院的报告，2013-2017年间，区域间贸易在全球货物贸易总额的占比增加了2.7个百分点。

跨境供应链的中高端环节逐渐向美欧等发达国家集聚，低端环节则流向劳动力更密集、资源更富集、成本更低的国家和地区。加工组装环节从中国大陆流向越南、柬埔寨等东南亚国家。

产业链的分工合作区域化趋势加强。比如许多鞋服、手袋时尚产业，其材料采购来自日本、韩国，设计出自世界各地设计师的共同参与，生产则遍布在东南亚、南美等发展中国家，分销中心则布局在欧美、中日等主要目标市场。





PART. 02

RCEP规则介绍及对行业机遇



2020年11月15日，全球最大的区域贸易协定-区域全面经济伙伴关系协定（RCEP）正式签署，覆盖了东盟10国、中国、日本、韩国、澳大利亚和新西兰。

15个成员国总人口达22.7亿人，占全球人口近30%，GDP达26万亿美元，出口总额达5.2万亿美元，均占全球总量约30%。



RCEP协定的主要框架

20个章节

- 货物贸易、原产地规则、海关程序和贸易便利化、卫生和植物卫生措施、标准、技术法规和合格评定程序、贸易救济
- 服务贸易、自然人临时流动
- 投资
- 知识产权、电子商务、竞争、中小企业、经济技术合作、政府采购
- 初始条款和一般定义、一般条款和例外、机构条款、争端解决、最终条款

四个附件

- 货物贸易承诺表
- 服务贸易承诺表
- 投资承诺表
- 自然人临时移动承诺表



一、关税减让

整体关税减让承诺

- “统一减让”。同一产品对其他缔约方适用相同的降税安排。澳大利亚、新西兰、马来西亚、新加坡、文莱、柬埔寨、老挝、缅甸等8个缔约方都是这种模式，这些缔约方只有一张关税承诺表，即RCEP项下原产于不同于缔约方的同一产品，在上述缔约方进口时，都将适用相同的税率。
- “国别减让”。对其他缔约方适用不同的降税安排。“原产于不同缔约方的同一产品，进口时适用不同的RCEP协定税率”。采用这种模式的国家包括韩国、日本、印度尼西亚、越南、泰国、菲律宾和我国。我国分别与日本、韩国、澳大利亚、新西兰和东盟两两达成货物贸易关税承诺，共有5张关税承诺表。



一、关税减让

RCEP降税模式

- 协定生效立即降为零。协定对一缔约方生效的第一年，原产货物立即执行零关税。
- 过渡期降为零。原产货物的关税税率自协定对一缔约方生效之日起，从基准税率最终降至零。过渡期的时间主要为10年、15年和20年等。
- 部分降税。原产货物的关税税率一定程度削减，但最终并不降至零。
- 例外产品。免除任何削减或取消关税承诺的产品。在公布的RCEP关税承诺表中，这类商品的协定税率以字母“U”表示。



一、关税减让

我国先后签署实施6项优惠贸易安排

- 《亚太贸易协定》
- 《中国—东盟自由贸易协定（升级版）》
- 《中国—新西兰自由贸易协定》
- 《中国—新加坡自由贸易协定》
- 《中国—韩国自由贸易协定》
- 《中国—澳大利亚自由贸易协定》



RCEP项下我国降税承诺情况

| 降税模式 | | 日本 | 韩国 | 东盟 | 澳大利亚 | 新西兰 |
|------------|--------|-------|-------|-------|-------|-------|
| 协定生效立即降为零 | | 25% | 38.6% | 67.9% | 65.8% | 66.1% |
| 过渡期将 为零 | 10年降为零 | 46.5% | 41% | 12.7% | 14.2% | 13.9% |
| | 15年降为零 | 11.5% | 3.1% | 3% | 0 | 0 |
| | 20年降为零 | 3% | 3.2% | 6.9% | 10% | 10% |
| 最终零关税比例 | | 86% | 86% | 90.5% | 90% | 90% |
| 部分降税 | | 0.4% | 1% | 5.4% | 5.5% | 5.6% |
| 例外产品 | | 13.6% | 13% | 4.1% | 4.5% | 4.4% |

上表可见，中国将对86%的日本和韩国产品关税最终降为零，对东盟、澳大利亚、新西兰产品关税最终降为零的比例达到90%以上，分别为90.5%、90%、90%。



RCEP项下其他缔约方对我国降税承诺情况

| 降税模式 | 日本 | 韩国 | 东盟 | | 澳大利亚 | 新西兰 |
|-----------|-----|-------|--------------------------|-------------------|-------|-------|
| | | | 马来西亚、越南、新加坡、泰国、印尼、菲律宾、文莱 | 老挝、柬埔寨、缅甸（最不发达国家） | | |
| 协定生效立即降为零 | 57% | 50.4% | 74.9% | 29.9% | 75.3% | 65.4% |
| 最终零关税比例 | 88% | 86% | 90.5% | 86.3% | 98.2% | 91.8% |
| 部分降税 | 0 | 1.1% | 5.5% | 0 | 1.1% | 8.2% |
| 例外产品 | 12% | 12.9% | 4% | 13.7% | 0.7% | 0 |

上表可见，其他缔约方对我国产品关税最终降为零的比例均达到85%以上，其中澳大利亚高达98.2%。



RCEP超出原有双边自贸协定的轻工产品

| 国别 | 主要产品 |
|--------|---|
| 印尼对中国 | 加工水产品、盐、化妆品、塑料及其制品、箱包、鞋靴 |
| 马来西亚 | 加工水产品 |
| 菲律宾 | 塑料及其制品、鞋靴、玻璃制品、空调、洗衣机 |
| 文莱对中国 | 地毯、鞋、风扇、空调、冰箱、滤水设备、洗衣机、吸尘器、热水器、电灯、家具 |
| 泰国对中国 | 纸制品、仿首饰 |
| 柬埔寨对中国 | 加工蔬菜水果、面食、杂项食品、塑料及其制品、皮革、木材纸制品、鞋靴、家具、发卡 |
| 缅甸对中国 | 塑料及其制品、木制品 |
| 老挝对中国 | 酒 |
| 韩国对中国 | 瓷砖（部分降税） |
| 中国对东盟 | 菠萝罐头、菠萝汁、椰子汁、纸制品 |

我国与东盟、韩国、澳大利亚、新西兰已有双边自贸协定。RCEP中部分成员国在此基础上新增了部分关税降零税目，多国增加了对中国轻工产品的覆盖范围。



二、中日贸易合作新契机

日本是我国轻工产品第三大出口地。2019年我国向日本出口轻工产品410.87亿美元。

日本是我国第一大轻工产品进口来源国。2019年从日本进口轻工产品173.66亿美元。日化用品、塑料制品、家用电器是自日本进口的主要轻工产品。

RCEP是中日两国首次签订的自由贸易协定。

中日两国间的平均关税水平将逐年大幅降低。中国对日本商品平均关税由目前的9.76%最终降至0.04%，多数为11年内等阶降至零关税，化妆品未列入降税承诺清单。

日本对中国商品的平均关税由目前的7.47%最终降至趋近于零。其中，皮革制品、鞋靴制品基准税率较高且降税年限较长，体育用品大部分税目自协议生效后立即降至零关税。



中国和日本商品贸易零关税进程

| 降税分类 | 中国 | | 日本 | |
|---------|-------|-------|------|-------|
| | 税目占比 | 进口额占比 | 税目占比 | 进口额占比 |
| 立即零关税 | 25% | 35% | 57% | 65% |
| 11年内零关税 | 47% | 23% | 18% | 7% |
| 16年内零关税 | 11% | 21% | 12% | 18% |
| 21年内零关税 | 3% | 9% | 1% | 3% |
| 部分降税 | 0.4% | 6% | 无 | 无 |
| 例外 | 13.6% | 15% | 12% | 7% |

根据两国减税期安排，在第11年、16年两国零关税占比有跨越式提升，中国分别达到72%、83%，日本分别达到75%、87%。经过20年的关税削减期后，最终实现零关税，中国为86%、日本为88%。



重点轻工产品中日关税减让承诺

| 塑料制品中国对日本关税减让承诺 | | | |
|---|---------|------------|--------|
| 塑料制品自日本进口情况 | 降税承诺 | 税号数量（共28个） | 占比 |
| 2019年塑料制品中国自日本进口额11.1亿美元； 占全球进口比重19.98%； 占比排名第1位。 | 第11年降为0 | 18 | 64.29% |
| | 第16年降为0 | 7 | 25.0% |
| | 第21年降为0 | 2 | 7.14% |
| | 不参与降税 | 1 | 3.6% |

| 塑料制品日本对中国关税减让承诺 | | | |
|--|---------|------------|--------|
| 塑料制品自中国进口情况 | 降税承诺 | 税号数量（共26个） | 占比 |
| 2019年塑料制品日本自中国进口额34亿美元； 占全球进口比重51.2%； 占比排名第1位。 | 不征税 | 1 | 3.85% |
| | 第11年降为0 | 22 | 84.62% |
| | 第16年降为0 | 3 | 11.54% |



重点轻工产品中日关税减让承诺

| 箱包中国对日本关税减让承诺 | | | |
|---|---------|------------|--------|
| 箱包自日本进口情况 | 降税承诺 | 税号数量（共14个） | 占比 |
| 2019年箱包中国自日本进口额0.13亿美元； 占全球进口比重0.38%； 占比排名第21位。 | 第11年降为0 | 9 | 64.29% |
| | 第16年降为0 | 5 | 35.71% |
| | 第21年降为0 | 0 | 0.0% |
| | 不参与降税 | 0 | 0.0% |

| 箱包日本对中国关税减让承诺 | | | |
|---|---------|------------|--------|
| 箱包自中国进口情况 | 降税承诺 | 税号数量（共23个） | 占比 |
| 2019年箱包日本自中国进口额24.1亿美元； 占全球进口比重40.79%； 占比排名第1位。 | 第16年降为0 | 9 | 39.13% |
| | 第21年降为0 | 11 | 47.83% |
| | 不参与降税 | 3 | 13.04% |



重点轻工产品中日关税减让承诺

| 鞋类产品中国对日本关税减让承诺 | | | |
|---|---------|------------|--------|
| 鞋类产品自日本进口情况 | 降税承诺 | 税号数量（共41个） | 占比 |
| 2019年鞋类产品中国自日本进口额0.17亿美元； 占全球进口比重0.31%； 占比排名第18位。 | 第11年降为0 | 17 | 41.5% |
| | 第16年降为0 | 0 | 0.0% |
| | 第21年降为0 | 14 | 34.15% |
| | 不参与降税 | 10 | 24.39% |

| 鞋类产品日本对中国关税减让承诺 | | | |
|---|---------|-------------|--------|
| 鞋类产品自中国进口情况 | 降税承诺 | 税号数量（共104个） | 占比 |
| 2019年鞋类产品日本自中国进口额25.5亿美元； 占全球进口比重47.63%； 占比排名第1位。 | 第16年降为0 | 5 | 4.81% |
| | 第21年降为0 | 44 | 42.31% |
| | 不参与降税 | 55 | 52.88% |



重点轻工产品中日关税减让承诺

| 日用陶瓷中国对日本关税减让承诺 | | | |
|--|---------|------------|--------|
| 日用陶瓷自日本进口情况 | 降税承诺 | 税号数量（共33个） | 占比 |
| 2019年日用陶瓷中国自日本进口额2.7亿美元； 占全球进口比重21.11%； 占比排名第1位。 | 第11年降为0 | 25 | 75.76% |
| | 第16年降为0 | 1 | 3.03% |
| | 第21年降为0 | 4 | 12.12% |
| | 不参与降税 | 3 | 9.09% |

| 日用陶瓷日本对中国关税减让承诺 | | | |
|---|---------|------------|--------|
| 日用陶瓷自中国进口情况 | 降税承诺 | 税号数量（共32个） | 占比 |
| 2019年日用陶瓷日本自中国进口额4.98亿美元； 占全球进口比重40.85%； 占比排名第1位。 | 不征税 | 20 | 62.50% |
| | 第11年降为0 | 10 | 31.25% |
| | 第16年降为0 | 2 | 6.25% |



重点轻工产品中日关税减让承诺

| 玩具日本对中国关税减让承诺 | | | |
|--|---------|----------|--------|
| 玩具自中国进口情况 | 降税承诺 | 税号数量共19个 | 占比 |
| 2019年玩具日本自中国进口额18.23亿美元； 占全球进口比重79.24%； 占比排名第1位。 | 不征税 | 10 | 52.63% |
| | 第11年降为0 | 7 | 36.84% |
| | 第16年降为0 | 1 | 5.26% |
| | 不参与降税 | 1 | 5.26% |

中国对日本玩具关税减让承诺中，13个税号全部零关税。2019年玩具中国自日本进口额0.8亿美元，占全球进口比重10.62%，占比排名第1位。



重点轻工产品中日关税减让承诺

| 家具日本对中国关税减让承诺 | | | |
|--|---------|----------|------|
| 家具自中国进口情况 | 降税承诺 | 税号数量共40个 | 占比 |
| 2019年家具日本自中国进口额30.97亿美元； 占全球进口比重53.19%； 占比排名第1位。 | 不征税 | 38 | 95% |
| | 第16年降为0 | 1 | 2.5% |
| | 第21年降为0 | 1 | 2.5% |

中国对日本家具关税减让承诺中涉及38个税号，35个零关税，3个税号征税10%并且不参与降税。2019年家具中国自日本进口额1.67亿美元；占全球进口比重6.35%；占比排名第4位。



三、原产地规则

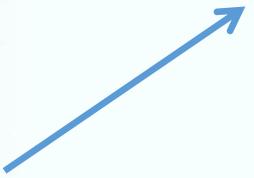
- 原产地标准更加灵活。区域价值成分或税则归类改变两个标准。
- 原产地积分累加。确定货物的原产资格时，如果使用了来自协定其他缔约方的产品，允许将自贸协定的其他缔约方使用非原产材料的加工生产的产品累积至最终产品。
- 企业自主原产地声明。增加了货物的出口商或生产商签发原产地声明的资格，并明确10-20年之间落实。企业信用担保模式。
- 背对背原产地证明。针对已由原出口缔约方出具原产地证明的货物，再次分批分期灵活出具原产地证明，便于物流与分销。
- 允许微小差错。允许轻微差异、信息遗漏、打字错误或特定字段的突出显示在内的微小差错。
- 微小加工与处理。更加具体细化。



印尼（区域内成员）（原产材料10%）

泰国（区域内成员）（原产材料10%）

区域外国家（其他材料60%）



中国（区域内成员）（原产材料及加工增值10%）



韩国（区域内成员）（原产材料10%）

中国产运动鞋向韩国出口（区域价值成分达到40%，可免除8—13%的关税）



四、主要机遇

- 总体有利于形成区域内全球轻工制造中心和市场中心。
- 关税减让安排，有利于保持和提升行业出口竞争力。
 - 原产地累计规则鼓励使用区域内中间品，有利于扩大区域内投资，构建区域内轻工供应链供应链体系。以皮革行业箱包生产为例，越南使用来自中国广东等地区的原材料生产，目前产品出口至日本、韩国时不能享受优惠税率，RCEP生效后，越南的箱包皮具企业将有望加对中国原料的进口。
 - RECP各成员国均采用负面清单方式，对投资做出较高水平的开放承诺，提高了投资政策透明度，减少了投资壁垒，简化了审批程序。
 - 成员国相互间为商务管理人员的国际出行提供便利。
 - 通过投资带动国内装备走出去。如中国的工业用缝纫机全球优势领先，RCEP地区发展纺织服装业、鞋业、玩具等，缝制机械企业有更多出口机会。





PART. 03

几点建议



一、贸易与产业两个层面

- 统筹区域内与区域外贸易、出口与进口、贸易与产业。
- 用好RCEP的优惠关税措施，结合进出口产品，具体研究关税减让承诺。
- 掌握原产地累计规则及操作方法，结合进出口来源，充分利用规则带来的优惠。
- 结合RCEP区域内生产布局，谋划产业链供应链优化调整。对于产业基础较好的地区，要推动较高附加值的上游产业链保留在本地。对于有劳动力成本优势的地区，可主动与有转移需求的地方对接，承接相关部分劳动密集型产业专业，推动本地经济发展。



二、做好产业对接

- 打造连接 “一带一路” 沿线地区的跨区域产业链供应链。加强与长三角、大湾区的产业对接，发挥资源禀赋和比较优势，培育利益共享的产业链供应链。
- 利用现有现有产业集群或工业园，与国际重要采购商合作，吸引东部龙头企业进驻。
- 鼓励东部区域龙头供应商，在中西部地区选择资源丰富、配套齐全、政策力度大的工业园，开设“工厂”或“车间”，逐步提高订单规模。
- 提高供应链运营管理能力。顺应国内产业升级趋势，布局研发设计、物流采购、运营管理机构，掌握供应链的核心和关键环节。
- 顺应智能化、数字化发展趋势，推进现有供应商和潜在供应商开展生产流程改造升级，原材料采购实现数字化管理，提升批量生产供应的效能。

