

# 2015年我国外贸进出口呈现四大特点

石化公司营销采购中心综合办主任 林能飞

日前，海关总署公布1至11月我国外贸进出口情况。据统计，今年前11个月，我国进出口总值22.08万亿元人民币，比去年同期(下同)下降7.8%。其中，出口12.71万亿元，下降2.2%；进口9.37万亿元，下降14.4%；贸易顺差3.34万亿元，扩大63%。

11月份，我国进出口总值2.16万亿元，下降4.5%。其中，出口1.25万亿元，下降3.7%；进口9100亿元，下降5.6%；贸易顺差3431亿元，扩大2%。

今年前11个月，我国外贸进出口主要呈现以下特点：

**一、一般贸易进出口增长，进出口比重有所提升。**前11个月，我国一般贸易进出口11.97万亿元，下降7.2%，占外贸总值的54.2%，较去年同期上升0.3个百分点。其中出口6.81万亿元，增长1.9%，占出口总值的53.6%；进口5.16万亿元，下降17%，占进口总值的55.1%；一般贸易顺差1.65万亿元，扩大2.6倍。同期，我国加工贸易进出口6.97万亿元，下降10.6%，占外贸总值的31.6%，比去年同

期回落1个百分点。其中出口4.46万亿元，下降8.9%，占出口总值的35.1%；进口2.51万亿元，下降13.5%，占进口总值的26.8%；加工贸易顺差1.95万亿元，收窄2.2%。

此外，我国以海关特殊监管方式进出口2.41万亿元，下降5.2%，占外贸总值的10.9%。其中出口8727.3亿元，下降4.1%，占出口总值的6.9%；进口1.54万亿元，下降5.8%，占进口总值的16.4%。

**二、对美国、东盟出口保持增长，对欧盟、日本出口下降；自主主要贸易伙伴进口均下降。**前11个月，欧盟为我国第一大贸易伙伴，中欧贸易总值3.16万亿元，下降7.7%，占外贸总值的14.3%。其中，我对欧盟出口1.98万亿元，下降3.9%；自欧盟进口1.18万亿元，下降13.6%。对美国第二大贸易伙伴，中美贸易总值为3.15万亿元，增长1.9%，占外贸总值的14.2%。其中，我对美国出口2.32万亿元，增长5%；自美国进口8286.2亿元，下降5.7%；对美贸易顺差1.49万亿元，扩大12.1%。

前11个月，东盟为我国第三大贸易伙伴，与东盟贸易总值为2.6万亿元，下降2.1%，占外贸总值的11.8%。其中，我对东盟出口1.55万亿元，增长3.7%；自东盟进口1.05万亿元，下降9.7%；对东盟贸易顺差5024.9亿元，扩大50.2%。日本为我国第五大贸易伙伴，中日贸易总值为1.57万亿元，下降10.4%，占外贸总值的7.1%。其中，对日本出口7666亿元，下降8.9%；自日本进口8024亿元，下降11.9%；对日贸易逆差358亿元，收窄48.3%。

前11个月，内贸贸易总值为1.84万亿元，下降10.2%，占内外外贸总值的8.3%。其中，对港进出口1.77万亿元，下降10.4%；自港进口658.7亿元，下降5.2%；对港贸易顺差1.17万亿元，收窄10.6%。

**三、民营企业进出口比重提升，出口增长。**前11个月，民营企业进出口8.11万亿元，下降1.8%。占外贸总值的36.7%，较去年同期提升2.2个百分点。其中，出口5.7万亿元，增长2.2%，占出口总值的44.9%；进口2.41万亿元，下降10.2%，占进口总值的25.7%。同期，外商投资企业进出口10.32万亿元，下降6.4%，占外贸总值的46.7%。其中，出口5.65万亿

元，下降5.4%，占出口总值的44.4%；进口4.67万亿元，下降7.6%，占进口总值的49.9%。

此外，国有企业进出口3.65万亿元，下降12.9%，占外贸总值的16.5%。其中，出口1.36万亿元，下降5%，占出口总值的10.7%；进口2.29万亿元，下降17%，占进口总值的24.4%。

**四、机电产品出口增长，纺织服装等传统劳动密集型产品有所下降。**前11个月，我国机电产品出口7.32万亿元，增长1%，占出口总值的57.6%。其中，电器及电子产品出口3.3万亿元，增长5.2%；机械及设备2.04万亿元，下降8.1%。同期，服装出口9731.9亿元，下降7%；纺织品6172.3亿元，下降1.8%；鞋类2988亿元，下降4.8%；家具2936.2亿元，增长2.8%；塑料制品2111.1亿元，增长2.5%；箱包1579.8亿元，增长4.6%；玩具892.4亿元，增长11.1%；上述7大类劳动密集型产品合计出口2.64万亿元，下降2.6%，占出口总值的20.8%。

此外，原料出口3148万吨，增加21.3%；钢材1.02亿吨，增加21.7%；汽车66.8万辆，减少17.4%。

## 感恩平安夜 欢度圣诞节

本报讯 圣诞的铃铛，已敲响新年的门窗；华丽的烟火，已点燃春天的希望。12月23日，由人力资源部牵头组织的“感恩派对暖心时光——恒逸感恩圣诞节”活动在加州阳光举行。来营销中心总经理助理施敏、人力资源部经理杨一行、董事会办公室主任郑新刚等领导以及来自恒逸职能部门与下属生产企业的150余员工齐聚一堂，共同度过了一个难忘而欢乐的夜晚。

伴随着歌声“jingle bells, jingle bells”，恒逸感恩圣诞拉开了帷幕。装扮成圣诞老人同事，绚丽鲜艳的圣诞树，五颜六色的各式气球，活动现场充满了浓郁的圣诞氛围和温馨感。晚会现场精彩纷呈，高潮迭起。歌曲《勇气》、《朋友》唱出了员工昂扬向上的心情，将欢乐的气氛传达给了每一位员工；惊喜准备的跆拳道表演一开场就博得喝彩，全场沸腾；猜歌名、吹蜡烛、正话反说、吸啤酒等游戏更是吸引了到场人员的踊跃参与，现场涌现的羡慕、达人，各种神情让大家无不捧腹大笑。掌声和欢呼声此起彼伏，台上台下成了一片激情四溢的海洋。

除此之外，穿插在互动游戏中的各个环节更给活动创造了一波波的高潮。活动主办方通过微信发红包、圣诞贺卡及入场券抽奖的形式，将准备的象征温暖的抱枕、袜子等小礼品派送给现场员工，来表达节日的祝福。即将加入国际销售部的新员工周杰幸运中得大奖——kindle 电子阅读器，他表示能参加这次活动非常开心，让他提前感受到恒逸大家庭的文化和精神，对未来的工作充满了憧憬和期待。

圣诞派对作为一种极具亲和力的交往方式，营造了团结向上、活力四射的良好氛围，给现场所有嘉宾留下美好且难忘的记忆。(陈丹夏)

## 有奖问答

- 1. ( )月( )日，在浙江乌镇举行的第二届世界互联网大会期间，受浙江省企业信息化促进会之邀，恒逸集团参观互联网之光博览会，深度感受“互联网+”的时代浪潮。
- A. 12月17日 B. 12月16日
- C. 12月15日 D. 12月14日
- 2. 12月3日，浙江恒逸集团有限公司顺利发行2015年第四季度融资券。本期超短期发行额度为( )亿元，期限为270天，由国家开发银行股份有限公司为主承销商兼簿记管理人。
- A. 6 B. 7
- C. 8 D. 9
- 3. 12月5日下午，全国政协外事委员会副主任( )率团访问恒逸实业(文莱)有限公司文莱杰鲁尔办事处，并出席与文中文企座谈会。
- A. 王国庆 B. 潘云鹤
- C. 卢文端 D. 李小林

**251期中奖读者：**  
139\*\*\*\*3450 159\*\*\*\*7266 136\*\*\*\*2589  
133\*\*\*\*3210 159\*\*\*\*5981 135\*\*\*\*3395  
136\*\*\*\*9777 137\*\*\*\*2805 159\*\*\*\*5012  
135\*\*\*\*3395

有奖答题目录从回答正确的读者中抽出中奖读者，并送出10元话费奖励。  
发送正确的字母连串至“有奖答题”编辑号(1598885012)，如有发奖A至1596885012，截止日期为2015年1月31日。(本报编辑部)

## 恒逸刮起“剪纸风”

### 坚持16年新年送历



在恒逸工作20余年，曾被授予“恒逸”忠诚员工称号，作为一名草根剪纸艺人，她自愿加入了恒逸书画摄影社，用自己的一双巧手为恒逸文化添砖加瓦。

“无论是今年的企业文化节，还是坚持16年之久新年送历活动，足以彰显高

恒逸浓厚的企业氛围。相信新的一年，这份特别的剪纸台历能给大伙儿带来满满的仪式感！”对于恒逸台历影象企业文化，萧山衙前”微信公众号也给予了关注和高度评价。(陈小丽)

## 梦想是可以通过“浓缩”实现的

楼里蟑螂横行，我打了一夜也没有打死一只——美国蟑螂虽然不会飞，但是会灵活，让我无从下手。早上4点半，天刚蒙蒙亮，我就下楼榨橙汁。榨橙汁是纯粹的体力活，对我来说却有两大好处：其一是每天可以喝到最新鲜的橙汁——真是口渴不浅呢；其二是练出了一身强壮的体魄——省下了健身房的钱。我一边榨橙汁一边想着和我“同居”的蟑螂——我把人生的每一次遭遇都当作是一种乐趣……关键是能找到开启乐趣的钥匙——“浓缩”你的梦想。”

“浓缩精神”是可以学习的。我难道不是世界上最幸福的人吗？我从来不算命，因为没有我算得准我的命。读中学时，我上的是台湾省最好的建国中学，中学毕业后却落到了没人要去的屏东农大，差一点就当了农民。后来去美国留学，拿到了经济学学士和企业管理硕士学位，可回国留学，我却做起了期货交易，几年后又创办了软件公司，当上了董事长，还拿到了MSE微软认证系统工程师的执照。

在农专读书时，我曾入选台湾省大专青年友好访问团去美国表演钢琴，开始了“美国梦”。学校毕业后，我在航空公司工作，眼睁睁地看着以前的同学，不管是阿猫还是阿狗，一个个都住美国豪宅，心里不免有点“郁闷”，于是，我就干脆辞了职，在家庭猛攻英语，考出了托福600多分的较好成绩，拿到了美国俄勒冈大学(University of Oregon)的录取通知书。

1986年，我第二踏上了美利坚的国土。离大学开学还有半年，我想利用这段时间在纽约打工，争取去俄勒冈大学求学的路费和生活费。刚到纽约时，我曾在一家法国餐厅打工。纽约市寸土寸金，房租特别贵，我向老板娘提出，“给我一个住的地方，我愿意无偿给你榨橙汁。”老板娘给我住的一间只有几平方米的小阁楼，只够放一张床铺。晚上，阁

在俄勒冈大学的教室里，一位刚报到的中国留学生正在用生涩的英文和一位教授争论着——因为学校要求所有的留学生必须选修额外安排的英文会话课程。辩论持续了30分钟，一直在旁边观察的另一位教授指着这位面红耳赤的留学生，对那位教授说：“他已经用英文和你争论了半个小时，还会有什么问题吗？”就这样，这位留学生——当年的我，发扬敢说“不”的精神，为自己省下1000美元学费。

获得俄勒冈大学经济学学位后，我又进入美国西部历史最悠久的大学——维拉蒙特(Vermont)大学攻读企业管理硕士学位。在选修演讲课时，我又和美国教授吵了一架。美国教授发下的课程表里，开列着一大堆没有用的书目，在课堂上，当着教授的面，我“呼吧”一下把课程表撕成两半，嘴里还大声地说：“这是个食古不化的课程表。”那位美国教授气得两腮胡子“呼”一下翘了起来。

经过一番唇舌较量，美国教授不得不承认：“这个课程表是应付教务长的……”结果，我不仅省去了900多美元的学费，还得了A的好成绩——要在国内，得罪教授就完了。人梦生梦可以“浓缩”。

我在纽约当电视主持人小时候，我的梦想是上电视当主持人。1993年，我的第二个孩子在美利坚出生，为了减轻家庭负担，我开始查找报纸上的招聘广告，希望能多打一份工，多挣点钱。巧合，有一个华语电视台正在招聘伙食档口的主持人，我马上投遞了应聘信。之后，我在这家电视台当了半年的主持人，纽约凡是知名的中餐馆都被我跑遍了——儿时的梦想就这样成为现实。

美国10年，我“浓缩”了我的“美国梦”。其实，无论何时何地，任何人只要抱定乐观主义的人生态度，视人生为乐趣，视人为体验，就必定能梦想成真——因为梦想是可以通过“浓缩”实现的。

国际 PAN 基碳纤维生产厂商主要有日本 Toray (东丽)、Toho (东邦)、Mitsubishi Rayon (三菱人造丝)、美国 Hexcel (赫氏)、Cytec (氰特)和 Zoltek (卓尔泰克) 等公司。PAN 基碳纤维是当今世界碳纤维发展的主流，占世界碳纤维市场的90%以上。

目前，国际碳纤维市场以日本企业为主导，日本企业占全球碳纤维市场份额的55%。其中，小丝束碳纤维产品主要被东丽、东邦和三菱丽阳三家企业垄断，但由于中国、土耳其和韩国等新兴国家碳纤维产业的崛起，三家企业在中国小丝束碳纤维市场的份额已由前几年的约70%下降至55%；大丝束碳纤维主要被 Zoltek、SGL 和三菱丽阳三家企业垄断。

国际主要 PAN 基碳纤维生产厂商多是从原丝开始，直到碳纤维以及中、下游产品开发。例如：日本东丽、东邦、三菱公司、美国 Hexcel 公司，中国台湾地区的台塑和土耳其的 AKSA 都是从聚合、纺丝开始。

日本碳纤维生产线上所需关键机械装备都是由所属的机械加工厂自行加工研制，自用。对碳纤维原丝制备工艺路线和生产设备严格保密，仅对固定合作伙伴提供原丝，而生产设备和工艺技术一概不对外出售。目前国外主要原丝生产装备制造商，意大利 MAEC 公司、日本川崎重工等。能够提供预氧化技术的主要国外厂商有：德国埃森曼(Eisenmann)、美国 DESPATCH 和美国 LITZLER。能够提供生产碳纤维的主要国外厂商是美国哈伯公司 (Harper)、德国埃森曼(Eisenmann)、美国 LITZLER 和台湾聚川(聚川)公司等公司。

为了巩固现有优势，抢占市场，日本碳纤维公司均计划扩大碳纤维生产能力，并根据应用领域在所在市场所在地扩大产能。在飞机制造领域的份额，计划在加拿大新建碳纤维生产线，满足 B-777 飞机等需求；三菱丽阳计划提高美国加州子公司的产能，满足美国风电、汽车、压缩天然气瓶(CNG)和氢气瓶增长需求；新兴企业如韩国晓星也将提高产能，用于本国火车和公共汽车等的轻量化材料，并销往中国和东南亚。

美日都在研发更高性能的 PAN 基碳纤维，强度可达到9GPa以上，主要用于国防军事；在降低生产成本方面，德国碳纤维生产企业联盟计划在现有的基础上，将碳纤维生产成本降低 90%，以扩大在汽车等应用领域应用；美国橡树岭国家实验室的腈纶大丝束原丝，PAN-CF 成本预期会下降 50%；日本金沢工业大学成立了“创新复合材料研发中心”，计划于 2023 年实现碳纤维等高性能纤维的生产效率提高 100 倍，而成本下降至 1/10，实现材料革命。

辅料助剂研发 为满足不同客户的需求和提高性能，日韩等国均加大对特定用途的新型碳纤维和上浆剂的研发，如日本东邦 Tenax 开发了亲和性优良的浆剂系列和新型纤维，可编织织物、多轴向布、混合纱、三维织物等，更加适用于航空航天部件，同时也开发了适用于电子仪器外壳等用途的产品；三菱丽阳开发了高性能 PAN 基碳纤维，能更好地适用于缠绕压力容器；德国 SGL 碳纤维开发了高性能的牵引剂新一代 PAN 基碳纤维适用于汽车部件。

国外相关企业均公布扩产计划，与 2010 年相比，预计 2015 年全球 PAN 基碳纤维市场需求将达 6 万吨。未来随着风力发电、汽车、飞机制造、高压容器等产业需求的大幅增长，到 2020 年，PAN 基碳纤维市场需求预计将达 14 万吨。

总体上看，PAN 基碳纤维需求依然集中在航空航天、工业用途和体育休闲三大市场，但今后增长最快的领域是汽车工业，预期至 2020 年其需求将达到 2.2 万吨，相当于当年航空材料与军工产品的总和。工业用途中，CNG、氢气瓶和大型燃气储罐以及大型风力发电叶片和海上风电叶片将是今后的大市场。

2014 年起全球风电市场恢复强劲增长，2017 年—2020 年将以 5.4% 增长，新兴应用领域的需求拓展，使全球碳纤维及增强复合材料的需求量大幅增加。据有关专家预测，2011 年—2020 年，碳纤维整体市场规模增速在 16%，其中：航空航天增速为 12%，工业用途增速为 18%，体育休闲增速为 7%。主要是航天航空领域与工业应用领域增速明显，体育休闲领域已经趋于饱和。

整合国内外优势资源，开展“走出去、请进来”技术交流，加强与日本东丽、日本东邦等的技术合作与人才、设备培养一批高端的生产和应用型人才，加快提升碳纤维下游应用技术开发和市场推广，将是我国企业面临的现实问题。

# PAN 基碳纤维海外市场发展趋势

恒逸石化投资管理事业部助理 孙坚

