



风向标

越南商品进军美国零售市场

2012年,越南对美国出口金额约200亿美元,占越南出口总额的17%以上。近日,美国第二大零售商(世界第四大零售商)美国克罗格集团首次正式决定直接从越南进口商品,并将越南视为潜力巨大的进口来源地。通过该集团向美国出口商品是越南商品进军美国零售市场的最好途径。不过,能在美国市场树立自己品牌的越南企业为数不多,原因是越南企业尚未了解美国消费者的需求,经济实力不强也是他们进军国外市场的最大绊脚石。

沙特水泥市场供求趋稳

沙特全国水泥协会主席米勒近日对媒体表示,国王令进口1000万吨水泥后,已有进口水泥陆续运抵沙特市场,目前,沙特水泥市场供求趋于稳定。

他表示,未来3个月,由于夏季高温、斋月等因素,工程进度将放缓,届时,市场对水泥需求将相对下降,各水泥企业将利用夏季储备足够产品以应对今年下半年市场需求。

俄将大力发展气体燃料公交车

俄罗斯总理梅德韦杰夫近日签署一项决议,要求在俄罗斯境内大力发展气体燃料公交车。未来,俄境内主要城市的气体燃料公交车比例将提升至50%以上。根据决议,俄罗斯各大城市需要对公共交通系统进行升级,逐步推广液化石油气、液化天然气和压缩天然气公交车,政府将在年内出台具体实施细则。

新加坡H型钢进口市场下滑

由于国际钢市走软加之废钢价格下滑,新加坡大H型钢进口价格下降10美元/吨,为710美元/吨至720美元/吨(CFR)。目前,韩国和泰国钢厂报价较为坚挺,但中国资源报价持续下滑。随着日元严重贬值,日本出口报价变得非常具有竞争力,市场下滑压力仍然存在。不过,因新加坡当地建筑活动较为活跃,H型钢需求较好,短期内价格波动幅度不会太大。

欧盟批准进口4万吨原糖

欧盟委员会对外发布消息称,欧盟已批准进口4万吨原糖用于精炼,最低进口关税为每吨141欧元。该委员会亦批准进口116121吨白糖,最低进口关税为每吨161欧元。

另外,欧盟委员会批准销售生产配额外的15万吨欧盟甜菜糖,税价为每吨177欧元,以及批准出口0.8万吨代用糖。

铁矿石价格跌至5个月最低

据普氏能源报告称,澳大利亚含铁量62%的铁矿石基准价格在上个月下降了12.5%。本周一(5月20日),价格降至5个月以来最低,为123美元/吨。

对于一些大型的矿山公司来说,即使目前价格跌至123美元/吨,铁矿石开采利润依然很高。据悉,澳大利亚和巴西的大型矿山公司的生产成本在50美元/吨左右。

分析称,铁矿石价格过去一周的大跌,已经引起占全球海运铁矿石进口量60%的中国钢铁行业看跌情绪严重爆发,很多是中国大型钢厂已经在市场上出售了他们的库存。

澳婴儿奶粉对华出口升温 引发“白色黄金投资热”

中国对澳大利亚婴儿奶粉需求快速增长,导致该领域投资日趋活跃,澳大利亚出现“白色黄金投资热”。澳大型乳企Bega本财年已投资1100万澳元提高奶粉产能,该公司营养配方奶粉业务年增长率超过20%。另外,很多企业都在考虑进入该市场,有的已捷足先登,例如,一名澳籍华人在维多利亚州投资了8000万澳元建奶粉加工厂。

(本报综合报道)



中国玩具出口下滑 逆市而动开发新兴市场



■ 本报记者 袁 远

自去年10月起,中国的玩具出口一直处于下滑态势。最新数据显示,今年第一季度,中国共出口玩具20.6亿美元,同比增长3.6%,其中,3月份的玩具出口额为6.4亿美元,同比下降10%,环比增长11.7%。业内人士分析称,今年前4个月,中国玩具出口情况有所好转,但总体上仍然不及去年水平。

国外订单迟迟不来

众所周知,中国是世界上最大的玩具生产国,也是最大的出口国。据行业统计数据,中国目前有2万多家玩具企业,400多万名从业人员,年产值超过1000亿元,产量占世界总产量的70%以上。然而,近年来,因为原材料价格上涨、劳动密集型产业普遍

面临“用工荒”等原因,国内玩具企业的生产成本提高,限制了中国玩具的出口规模。宁波商品对外贸易有限公司业务部经理杨凌介绍说,目前,玩具行业随国内物价上涨整体成本抬高,提价令国外市场难以接受,致使订单大减。

每年的春季广交会前后通常是国外采购商确定本年度玩具“圣诞订单”的时期,其成交情况直接影响到中国玩具企业的全年业绩。南京玩具出口商李丽芳告诉《中国贸易报》记者,她们公司最主要的欧美市场订单下滑严重,美国订单从原本占公司出口总订单量的30%降至不足5%,欧洲订单量减少也很明显,新开拓市场也只能弥补部分订单的流失。而几年前,同样在春交会现场,每天好像都有接不完的单,从早到晚没多少时间休息。现在的春交会现场则很冷清。

业内人士认为,中国玩具出口产业多为“三来一补”模式,企业长期靠加工、贴牌生产,赚取低廉利润,企业的抗风险能力脆弱;多数企业缺乏成熟的销售渠道,也难以形成自有品牌;人工成本持续上升,也让玩具企业负担进一步加重,成为压倒他们的最后一根稻草。

欧盟出台玩具安全新指令

长期以来,欧盟和美国是中国玩具的主要出口地区,欧盟每年的进口玩具具有60%至80%来自中国,而中国对欧洲出口的玩具也占其总额的35%左右。今年前两个月,中国玩具出口美国共7.3亿美元,占中国玩具出口总额的30.6%。

但是,据记者了解,2011年7月,欧盟正式实施了被称为史上最严的《欧盟玩具安全新指令》,对迁移元素限制种类、过敏性香味剂等提出了更严格的要求。此后,其他国家纷纷效仿,针对玩具产品出台了技术性贸易壁垒。美国消费品安全委员会(CPSC)也在2012年6月强制实施了ASTMF963-11玩具标准,对玩具中的砷、镉、铍、铅、汞等有毒金属物质的含量作出了新的限制。今年年初以来,多个玩具新标准密集生效实施,势必对中国玩具出口产生重大影响。

杨凌告诉记者,欧盟玩具安全新指令2009/48/EC将于2013年7月20日开始生效,繁杂的内容、苛刻的要求,以及随之增加的认证成本,会极大地影响中国对欧玩具出口。

盐城市国林玩具厂李德超表示,由于欧洲客户担心在新安全指令开始生效前,具体安全标准仍有可能提高,因此在今年的春交会期间迟迟不愿下单。

走内销之路

李丽芳告诉记者,尽管广交会上玩具

日本中药原料转向国内采购

日本对中药的需求巨大,且大部分中药由当地的中小厂商生产,但是近期以来,由于来自中国的中药原料供不应求,导致这些厂商不得不联合起来自己种植中药原料——生药。

由日本的中药厂商和批发商等组成的东京生药协会将开始在日本国内采购作为原料的生药。该协会将向地方政府提供栽培技术,然后由厂商购买收获的生药。

日本的生药目前大部分进口自中国,但由于中国经济持续增长,中药需求正日趋扩大,生药已经供不应求,这对日本厂商的采购造成消极影响。东京生药协会表示:“中国生药的价格在最近数年里已经平均暴涨3倍至5倍。”

据悉,该协会将汇总约10家加盟厂商的需求,还将提供适合栽培的土壤和气候条件等数据,据此推动地方政府进行栽培。而地方政府将安排希望转产的农户和休耕地进行生药栽培,力争10年后将栽培面积扩大至约100公顷。

最近,东京生药协会已经与日本秋田县的两个地方政府签署了协议,开始甘草等的

栽培,以便日后将其用于制造润喉糖等食品。生药在经过成分检查等步骤后,力争在5年内作为医药原料得到使用。

日本的中药多由中小厂商生产,因此需要在东京生药协会的主导下启动产地的培育。该协会还将负责把厂商的要求详尽地传递到产地,以在价格、品质和产量等方面满足实际需求。该协会认为,大力宣传日本国产原料的安全性,将有助于提高商品品牌的号召力。

在日本,中药被用来治疗感冒、肩膀酸痛、过敏等症状,用途十分广泛,但是80%的原料要从中国进口。日本中药界人士表示:“如果中药原料也像稀土那样受到进口限制,日本的中药市场将面临原料不足和零售价格飞涨的压力。”

中国政府为了防止中草药非法过度采摘导致的生产地沙漠化,从2000年以后开始加强中药出口限制。

(郝东林)

出口警示

青岛公司求购浆料氧化锌

青岛即墨集芳手套加工厂生产乳胶手套,现需要无机化学品:固含量50%浆料氧化锌,要求25公斤至50公斤塑料桶加内袋包装。

联系人:郭本集

电话:0532-84551337

手机:15853251967

传真:0532-84551337

电子邮箱:jf788@qq.com

地址:山东省青岛市即墨市乔家屯东姜

(信息来源:商务部中国商品网)

合肥公司求购铜套

合肥费常顺贸易公司求购铜套,材料59-1,采购量:30万件,规格:按工艺单制作,价格:供货商结合自身生产技术条件,根据市场行情自报到港口价(含税)或面议。

联系人:王林

电话:0551-2771078

手机:15656958718

电子邮箱:zxv918@126.com

地址:安徽省合肥市瑶海区

(信息来源:商务部中国商品网)

俄企海豹系列加工项目寻求合作

俄太平洋贸易有限公司在海豹捕捞、加工方面具有一定经验,现寻求合作伙伴进一步开发和利用海豹资源,如:毛皮可用于加工制衣、肝脏可销售、脂肪可用于生物制药、肉可食用加工等。有兴趣企业可与该公司联系。

联系人:谢尔盖·尼古拉耶维奇

电话:007-4212-232677

手机:007-9141-983608

邮箱:kaur2002@yandex.ru

(信息来源:中国驻哈巴罗夫斯克总领馆经商室)

俄罗斯企业求购建筑模架

俄罗斯圣彼得堡一家企业求购建筑用模架,有兴趣的企业和个人可与其直接联系。

联系人:古德曼·奥列格

电话:+7812 2721866

手机:+7921 9359021

网址:http://www.alumo.spb.ru/

邮箱:Gutman@alumo.spb.ru

(信息来源:中国驻圣彼得堡总领馆经商室)

(以上信息仅供参考)

泰国广告业瞄准东盟市场

泰国国内日益扩大的消费群体和旺盛的购买力,吸引了汽车、电信、美容、食品饮料等行业的企业和商家大幅度提高宣传投入。泰国广告业在保持增长势头的时候,把目光投向了经济一体化后的东盟市场。

据泰国开泰研究中心预计,泰国2013年广告市场总值为1298.8亿泰铢,比2012年的1177.6亿泰铢增长10%,电视广告份额最大,占比为57%。其他新媒体广告,包括电影院广告、店内广告、移动广告和网络广告等也将出现较大增

长,预计2013年其市场价值分别增长30%、30%、15%和50%。

开泰研究中心认为,东盟经济一体化进程,尤其是柬埔寨、老挝、缅甸和越南在经济领域的加速度,也将有利于泰国广告企业面向东南亚市场的业务扩张。广告商将开拓更多的广告渠道并建立新的平台,向客户提供更多选择并增加广告收入。此外,立足于杂志、报纸和广告牌等传统广告媒体的广告商将转向开发增长迅速、更能满足客户需求的新兴广告媒体。(朱迪)



阿根廷“世界肉库”美誉已名不副实

阿根廷一直被人们称为全球的“粮仓”和“肉库”,但现在“肉库”这一美誉已名不副实。最新数据表明,阿根廷在南方共同市场国家中,牛肉出口量垫底,已被挤出全球十大牛肉出口国的行列。

阿根廷农业部经济研究所日前发布的报告显示,2012年,阿根廷牛肉出口仅18.3万吨。同期,巴西牛肉出口130万吨,乌拉圭出口35万吨,巴拉圭出口21万吨。

2005年,阿牛肉出口达77.1万吨,是全球第三大牛肉出口国,但截至2012年,阿牛肉出口量累计下降了76%,在全球牛肉出口国排名中已降至第11位。

阿根廷农业协会经济研究所的报告指出,阿政府从2006年开始,对牛肉出口实行许可证制度,征收15%的出口关税,强制生产商按政府定价供应国内市场;加之通货膨胀高企,肉牛养殖和生产成本不断提高,而比索贬值滞后,阿牛肉出口竞争力每况愈下,导致阿牛肉产量连年下降。

2006年,阿存栏牛数量为5700万头,到2012年,下降到5170万头;而巴西存栏牛数量

2005年为1.74亿头,到2012年为1.87亿头。

据阿根廷肉类生产、贸易和分销商会的数据库,从2005年迄今,已有130家肉类冷冻加工场倒闭,累计辞退员工1.56万人。

目前,牛肉出口商每结汇1美元仅能收到4比索,而黑市美元价格已接近10比索,这些因素沉重打击了牛肉生产和出口商的积极性。

与此同时,乌拉圭和巴拉圭牛肉开始替代原本由阿根廷牛肉占据的市场,近年来,甚至打入了阿根廷牛肉尚未进入的市场,如美国和墨西哥,并开始吸引原本进口阿根廷希尔顿高档牛肉的欧洲进口商。

阿根廷土地联合会会长布齐指出,在25年前,阿根廷人认为巴西牛肉是不宜食用的,而现在,巴西成了全球第一大牛肉出口国,阿根廷却连巴拉圭也不如,这种损失完全是农业政策一错再错的结果。(张静雅)

供求信息

商情聚焦