



风 向 标

厄瓜多尔再次调高部分进口商品关税

厄瓜多尔《商报》1月16日报道,厄外贸委员会去年12月颁布51号决议,对纺织品和机电类产品的进口关税进行了上调,该政策已于今年1月12日正式生效。51号决议涉及的进口产品达588类,

关税上调幅度从5%-15%不等。机电类产品主要包括计算器、复印机、无绳电话、缝纫机、织布机、工业用洗衣和熨烫设备等。前三种商品之前无需缴纳关税,而目前税率为5%。

网上销售冲击新西兰零售业

新西兰零售业协会最近表示,在过去的六年中,由于竞争加剧和利润下降,新西兰超过13500多家零售门店被迫关闭,部分原因是网络购物的兴起,以及海外代购业务的冲击。新西兰零售业协会发言人说,海外零售商通过网络销售货物,不

用缴纳消费税和关税,对新西兰零售商形成不当竞争。目前,大幅折扣挤压利润,新西兰本地大部分零售企业举步维艰,服装鞋类等行业受到冲击更大。零售商大量关门歇业,最终必将影响本地就业以及社区生活。

韩银行业加速海外发展

韩联社1月16日报道:2013年,韩国新韩银行海外盈利占总盈利的比重仅为6.5%,2014年提升至8.3%,今年计划升至10%。新韩相关人士表示,往年约增设3-5家海外营业点,今年计划增设10家左右。除了中国和东南亚以外,还将积极开拓中南美等此前未涉足国家和地区。友利银行已在海外18个国家的184的地区设有营业

网点,海外网点数居韩银行业之首,但其海外盈利占比仅为6%,今年也计划实现10%的目标。韩亚银行海外营业网点遍布24个国家的127个地区,海外盈利已超过10%,但该行仍将继续拓展海外业务,计划至2025年将这一比例提升至40%。据悉,外换银行、农协银行和企业银行等也有同样的发展规划。

2014年爱尔兰婴幼儿配方奶粉对华出口翻番

爱尔兰最大农业新闻网站近日报道,2014年爱尔兰婴幼儿配方奶粉出口总量同比增长15%,其中对华出口数量翻了一番。

2014年12月全球奶制品市场价格按不同种类同比分别下降了20%-50%。由于有利的气候条件,2014

年1-10月爱尔兰鲜奶产量同比增长了6%,为2015年取消奶制品配额做好准备。此外,2014年出口奶制品中最畅销的有奶酪、婴幼儿配方奶粉、干酪素、SMP和奶蛋白。 2015年上半年全球奶制品价格看跌,出口形势将充满挑战。

(本报综合报道)

外贸风向天天有 报纸商情掌上看

扫描右边二维码 关注“外贸风向标”微信订阅号



进 口 提 醒

受供大于求拖累 欧洲铝升水价格下跌

据伦敦方面近日消息,欧洲铝升水销量下滑,因供应高企,在年初经历死一般寂静开局之后,买家好不容易走入市场。

“市场绝不缺原料;周围充斥着大量供应。”一位生产商说。

他说:“美国、日本和澳大利亚并没有像一些人传言的那样售罄,我们仍有大量未被订购的铝原料。”

欧洲完税铝升水报每吨470-500美元,英国《金属导报》(MetalBulletin)报告的区间在480-500美元。未完税铝升水每吨385美元,而《金属导报》的区间在400-430美元。

今年伊始,欧洲铝市场哀鸿遍野,买家从之前一年的交易中得到了教训。

今年,消费者已购足了原料,能应付

他们度过一季度大部分时间。贸易商也十分安静。

上述生产商说:“我们只打电话给终端消费者,在交易商方面则没有什么动静。”

上周消费者进入市场买入少量供应,交易商报告称大多在200吨左右,一季度交割的交易。

美国中西部铝升水2015年价格走升,至每磅0.2390-0.2425美元(527-535美元/吨)。

庞大的库存成为高悬于铝市上方的达摩克利斯之剑(指时刻存在的危险),一旦仓储协议无法吸引投资者,这些库存恐将涌入现货市场。

有迹象显示,这把达摩克利斯之剑可能将在今年落下。

(西 蒙)

供 求 信 息

卡塔尔客商求购花草树木

买家信息:Engr. Hussein M. Salem
General Manager
ASKLAN TRADING & AGRICULTURE
邮政信箱:10071, Doha-Qatar
电话:00974-44690569
传真:00974-44690563
(商务部驻卡塔尔经商处)

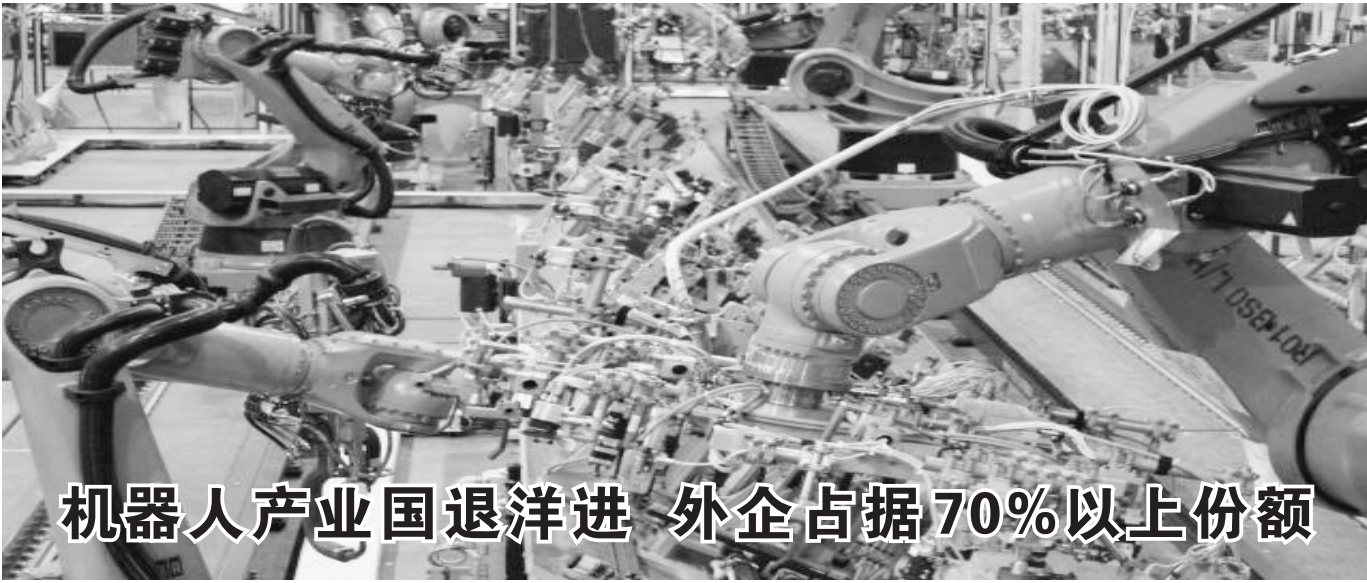
JASI食品公司
拟寻找中方合作伙伴

JASI食品公司主要从事食品销售,是美国、意大利及塞尔维亚多家食品公司的销售代表,其产品包括花生制品、冷冻食品等多个系列。该公司拟拓展在上海及

整个中国的食品销售,希在北京、上海等大城市寻找中方合作伙伴,包括大型超市、五星级酒店或其他食品行业经销商等。同时,该公司在阿布扎比拥有巨大罐装金枪鱼需求,希望寻找中方优质产品供应商。

该公司拟于2015年3月参加上海食品展,有意合作的企业可在展会上与其详谈,或径与其联系。联系方式:
联系人:Jasmina Tosic
手机:00381-63-365506
邮箱:tosic.jasmina@yahoo.com
其香港合作伙伴联系方式:
联系人:Jimi Liu
电话:+852 2365 9985
手机:+852 9183 3213
(商务部驻塞尔维亚经商处)
(以上信息仅供参考)

商 情 聚 焦



机器人产业国退洋进 外企占据70%以上份额

中国目前已成为全球第一大机器人市场,但本土机器人研发制造水平在国际竞争中仍处于劣势。其中,核心零部件关键技术久攻不克,严重阻碍中国机器人产业良性发展,并加剧产业“国退洋进”风险。

国际机器人联合会统计显示,2013年外资企业在华销售工业机器人总量超过27000台,较上年增长20%,占据中国市场70%以上的份额。

核心零部件短板

减速器、控制器和伺服电机被称为机器人的三大核心零部件,这三大核心零部件再加上本体,就可以成为一台完整的工业机器人。虽然当下中国本土机器人企业众多,但RV减速机、谐波减速器、伺服电机与驱动、控制器等工业机器人核心零部件技术仍跟国外品牌有相当差距,不少企业依赖进口。

比如,中国企业制造工业机器人所需的减速器很大部分向日本减速器生产商购买,有代表性的是日本的纳博特斯克和哈默雷科,这两家的减速器在市场上占有绝对主导地位。伺服电机以欧美品牌最为高端,日本安川则是世界上最大的伺服电机供应商。

据业内人士介绍,核心零部件之所以如此重要,是因为它跟机器人性能息息相关。以核心零部件中最关键的减速器为例,精密减速器使机器人伺服电机在一个合适的速度下运转,并精确地将转速降到工业机器人各部位需要的速度,提高机械体刚性的同时输出更大的力矩,因此机器人关节减速器要求具有

传动链短、体积小、功率大、质量轻和易于控制等特点。

与国外产品相比,国产核心零部件仍有不少差距。中国工程院院士、哈尔滨工业大学机电控制及自动化系教授蔡鹤皋表示,中国核心零部件,特别是减速器的寿命、性能、噪音控制等都不行。

产业竞争力削弱

目前国内机器人本体公司中只有广州数控、南京埃斯顿、沈阳新松机器人等少数公司在进行控制系统、驱动和伺服电机等核心零部件自主研发。不少国内企业只是购买进口零部件后集成组装机器人,缺乏核心技术。业内人士担忧,长此以往,“核心零部件之短”将致本土企业生存空间被挤压,“国退洋进”风险放大。

由于缺乏核心零部件技术,中国企业在采购中议价空间狭窄,导致成本居高不下,市场竞争力不强。

与国内机器人企业核心零部件严重依赖进口形成鲜明对比,国际品牌工业机器人厂商很多本身就是核心部件的提供商,如日本发那科是世界上最大的专业数控系统生产厂商,安川和松下都是全球最大的电机制造商之一,这使得他们在成本上具有天然优势。此外,国外工业机器人厂商还通过与主要核心零部件厂商的长期合作关系形成了战略默契,因采购量大而得以拿到更加优惠的价格。

“种种因素加起来,导致自主品牌工业机器人厂商对核心零部件的采购价通常远高于国际品牌工业机器人厂商,传

海 外 传 真

美国零售业迎来移动电子商务时代

美国福里斯特研究公司副总裁兼首席分析师朱莉·阿斯克近日表示,2014年零售商在移动端的销售额达到1000亿美元。美国正迎来移动电子商务时代。

据称,美国零售业将近一半的客户流量来自于手机、平板电脑等移动设备,消费者越来越倾向于可以随时随地获取想要的任何商品。

最新调查显示,21%的美国消费者有上述需求。预计几年之后,将有50%的消费者希望能够“即时购物”。“这是美国零售业面临的最大挑战之一,也是零售商不得不在移动端布局的原因。”阿斯克说。

美国牛仔裤品牌“真实信仰”副总裁约

翰·黑曾也表示,公司有65%到75%的客户流量来自手机网页,目前移动电子商务是公司最重要的经营方向。黑曾认为,手机网页要符合顾客的使用习惯,不能为了做而做。

阿斯克也表示,不少美国零售商并没有根据移动端的特点和用户习惯来经营移动电商。调查显示,62%的美国零售商认为移动电子商务只是传统电子商务的“手机版本”,简单地把电脑网页上的内容照搬到手机网页上。而65%的零售商对移动端页面过度建设。

福里斯特研究公司的调查显示,四分之一的美国消费者希望零售商的手机网页或应用能够根据自己所处的环境发

生变化,随时捕捉自己的需求,特别是基于地理位置的需求变化。阿斯克表示,这就需要零售商建立自己的生态系统,除了自有的网站和应用外,还要和社交媒体、地图等第三方应用合作。

在阿斯克看来,移动电商的发展趋势不可阻挡。如果美国的传统零售商现在不行动起来,付出的代价将是巨大的。“一个零售商如果在2010年开展移动电子商务,它可能只需要投入几十万美元。但如果从2015年才开始布局移动端,那么它要投入上千倍的成本、花上几年的时间才能赶上竞争对手。”她说。

(陈 云)

商 事 平 台

新加坡星展集团与中企合资 进军中国个人消费金融业

据新加坡《联合早报》日前报道,新加坡星展集团将投资1.2亿人民币(约2600万新元),与中国邮政储蓄银行及另五家中国企业合资进军中国个人消费金融业。

这7家公司将在中国广州注册成立中邮消费金融公司,首期注册资本10亿元人民币。这将是广州的首家消费金融公司。

该公司将主要在中国提供个人消费金融服务,并已获得了中国银行业监督管理委员会批准筹建。

星展集团全资拥有的星展银行将持股12%,成为新公司的第二大股东,也是唯一的外资股东。

中国邮政储蓄银行则会是大股东,

持股61.5%。该银行目前在中国有近4万家分行和服务点,在中国的顾客超过4.7亿人,截至2013年12月底的总资产规模为55790亿元人民币。

据中国媒体报道,另5家参与合资的中国企业是海航集团、拉卡拉支付、广州市广百、广东海印集团和广东三正集团,涉及了第三方支付企业、航空公司以及广东百货和上市公司。

星展集团指出,上述合资项目将不会给集团截至2015年12月31日的财政年带来实质影响。

中国政府于2009年启动了消费金融公司试点审批程序,以推动私人资本在经济中扮演的角色,开始只限于北京、天津、上海和成都,每个地点只限一家试点

机构。
 2013年中国银监会放宽限制,新增10个城市参与试点,其中包括广州。

所谓消费金融,是指向消费者提供消费贷款的现代金融服务方式。拟试点设立的专业消费金融公司不吸收公众存款,在设立初期的资金来源主要为资本金,在规模扩大后可以申请发债或向银行借款。此类专业公司具有单笔授信额度小、审批速度快、无需抵押担保、服务方式灵活、贷款期限短等独特优势。

在试点阶段,消费金融公司的业务范围仅包括个人耐用消费品贷款和一般用途个人消费贷款,不涉及房地产贷款和汽车贷款。

(静 安)