

风 向 标

越南食用油市场发展前景较大

越南媒体近日报道,越南工贸部称,2014年,越南生产精炼食用植物油77.4万吨,预计2015年产量达85万吨,在其国内市场份额逐步上升。其中,棕榈油占70%的市场份额,豆油占23%,其他植物油占7%。越南食用油市场规模约14亿美元,其中,90%的原料依赖进口,主要进口来源

地为马来西亚。

报道称,目前,越南人均使用食用油仅7—9公斤。随着居民生活的改善和消费观念的转变,未来越南食用油发展前景较大。根据政府规划,2020—2025年期间,越南精炼食用植物油年产量约158万吨。

墨西哥扩大对亚洲国家原油出口

墨西哥媒体近日报道,由于美国减少从墨西哥进口原油,近两年墨西哥扩张原油出口目的地市场,并不断扩大对中国、韩国和日本等国的原油出口。2013年4月,墨国家石油公司宣布与中石化签订协议,对华出口3万桶油/日,去年2月,该公

司首次对印度出口原油。今年第一季度,该公司对日本出口400万桶油,并与日方签订协议,明年前八个月对日出口600万桶油。今年5月,墨国家石油公司与韩国炼油商Hyundai Oilbank签订协议,将于今年下半年对韩国出口500万桶油。

越南胡椒出口雄踞国际市场榜首

越南《经济时报》近日报道:承接2014年增长势头,今年1—7月,越南胡椒是少数几种增速明显的出口农产品之一。2014年胡椒出口量为15.6396万吨,金额首次突破10亿美元整数关口,达12.1亿美元,同比增长34.72%。截至7月底,今年胡椒出口量预计9.8万吨,金额9.2亿美元。目前,越南胡椒已出口100多个国家和地区,占世界胡椒市场58%的份额,已掌握全球胡椒支配权。据悉,今年全球胡

椒供不应求的状况没有根本改变,越南雄踞市场榜首没有悬念,并将持续五年时间。

今年越南胡椒最大的3个出口国家为美国、新加坡和阿联酋,合计占出口份额的40%。出口增幅较大的国家依次为德国(41.5%)、泰国(38.8%)和阿联酋(34.7%)。胡椒出口平均价格为9302美元/吨,同比上涨30%,创历史新高。

(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

荷兰农产品出口小幅下降

荷兰中央统计局近日消息称,2015年前4个月,荷兰农产品出口额同比下降2.7%。其中,降幅最大的是奶制品(—8.5%)、活畜和肉类(—4.5%),其他大多数农产品出口额也有所下降,但鱼类和其他农产品(包括人造奶油、番茄酱、通心粉等)出口额有所增加。此外,荷花卉同期出口38亿欧元,同比下降2.8%;蔬菜和水

果出口46亿欧元,同比下降2.5%。

俄罗斯对欧盟农产品进口禁令是荷兰农产品出口下降的重要原因。同期,荷对俄罗斯农产品出口同比下滑近40%,对俄货物出口总额减少了一半。此外,多种农产品(如牛奶、奶酪和生猪等)价格回落也对荷出口额下降产生了较大影响。

(成 风)

供 求 信 息

加纳公司寻求出售仓库

近日,ECOSAFE GHANA LTD公司希协助宣传出售其位于特马市12区的四座多用途仓库。每个仓库占地面积约1.7英亩(约合4047平方米),2014年建成。周边环境安全稳定,水、电供应良好,且有道路去往特马港、特马自贸区和阿克拉,交通便利。有意者请自行联系该公司,联系人及联系方式如下:

联系人:Samuel Owusu/Max Owusu/
Robert Ocran

电话:+233-208-474205/

269-587161/244-561008

(信息来源:商务部驻加纳使馆经商处)

俄瓦尼诺港个体经营者寻找中方投资商

俄哈巴罗夫斯克边疆区个体经营者Владимир Шумаков在瓦尼诺港新建一个2层商场,面积1500平方米,土地和建筑均归个人所有。计划在一层开设食品超市,现欲寻找中方投资者共同经营,所需投资约5000万卢布,资金和设备到位后2个月内开业,预计投资回收期2—2.5年。亦可出售整栋楼,售价6000万卢布。商场具体情况见附件。

有意者请直接与其联系。

联系人:Владимир Шумаков

电话:+7 962 289 0735

Email:shumak-v@mail.ru

(信息来源:商务部驻哈巴罗夫斯克总领馆经商室)

拉脱维亚鱼罐头生产商
寻求中国合作伙伴

拉脱维亚Banga有限公司产品主要是鱼罐头(主要由产自波罗的海的鲜鱼制成),2015年该公司获得对华出口许可,希望在华寻找经销商、连锁店、零售商和批发商以及生产商,共同开拓中国市场。

公司联系人及联系方式如下:

联系人:Ingus Veckāgans

Banga有限公司CEO(首席执行官)/管理委员会成员

电话:+371 29465954

传真:+371 63260134

电子邮箱:ingus@balticfishgroup.com

地址:拉脱维亚罗亚区罗亚Akas街74B

邮编:LV-3264

(信息来源:商务部驻拉脱维亚经商处)

(以上信息仅供参考)

专利拍卖招商公告

受专利权人委托,北京金槌宝成国际拍卖有限公司将对专利“增大感光面积的光伏电池板(ZL201520159458.1)”的使用权进行拍卖,欢迎报名参与竞买。详情可查阅该公司网站www.jcbcpm.com,或致电010-57110083索取详细资料。

本专利优点是制作工艺简单;在同样的光照面积下,发电量成倍增加;较小的电池板有更大的输出功率,有利于使太阳能纯电动汽车进入实用,可用于汽车、航天器上。未来,本技术在整个行业前景乐观,有利于普及和出口,经济效益巨大。

商情世界

International Market

商 情 聚 焦



德国对中国出口激增令日本恐慌

据彭博社日前报道,日本对中国的出口在放缓,在这一点上日本正败给其欧洲对手德国。

德国向中国货运量的迅速增长引起了日本的注意,自2008年以来,德国对中国的出口额已经翻了一番,在去年达到了745亿欧元(3142亿元人民币)。

中国是日本最大的贸易伙伴,然而,2008年到2014年同一时期,日本对中国的销售额仅仅上涨了3.3%。尽管如此,就对中国的出口而言,日本仍然占据着牢固的领先地位。2014年,日本对中国的出口货物价值达到了13.4万亿美元(合4132亿人民币)。

实际上,造成日本对中国出口弱势的部分原因在于包括丰田和空调制造商

大金在内的日本公司在中国等新兴市场建造了工厂。这些工厂的利润被带回了日本,但这意味着日本本国的工业产值出现了下降。

这并不是说德国公司并没有在中国运营。德国的重量级企业如大众和西门子都在中国设有工厂。

据东京统计局的一份报告称,出口占到了日本国内生产总值的约15%,而德国则是近40%。

所有的这一切意味着制造行业创造工作岗位的机会。

东京国际贸易和投资研究所首席经济学家Hiromi Oki说道,德国早在好几年前就做出了相应变革,而日本直到现在才开始着手这些变革,比如减少公司税

和增加劳动市场的灵活性。

“德国是在主动追求结构性改革,而非被动应对。”

德国的改革看起来收到了成效。根据日本经济和贸易部的一份研究称,在所有的商品上,从纺织品到精密工具,德国公司在促进出口量增长和收取的价格上都完胜日本公司。

货币市场也对出口产生了影响。但在这个方面,日本和德国之间并没有明显的赢家。自2008年以来,欧元25%的贬值无疑帮助了德国出口商,尤其是在全球金融危机后,日元在2011年还出现了升值。但自2011年后,日本的货币就出现了极速贬值,自安倍2012年12月上台以来,日元已经下跌了超过30%。(静 安)

商 事 平 台

中欧间航空货运将受铁路货运冲击

《劳氏装货周报》近日消息,“一带一路”战略建设的欧亚铁路桥能提供廉价的运输服务,这将对中国和欧洲间的航空货运造成严重冲击。

美国UPS快递全球货运负责人斯蒂夫·弗洛沃斯认为,中欧间铁路运输成本比航空低65%,时间比海运缩短约30%。

更重要的是,中欧间铁路运输最近引入拼箱服务,这将大幅减少航空运输的市场份额。

中国海运出口的30%目的地为欧洲,欧洲海运进口的48%来自中国。随着客户越来越认可铁路服务,预计未来数年中欧间铁路运输将强劲增长。

不过,现在预测铁路运输将主导中欧间货运还为时尚早。首先是铁路运量有限,火车最大运量为220个标准箱,为最大集装箱船的1%。其次是铁路运输成本为海运的30倍,只适合运输价高量小或季节性货物。

(筱 霏)

韩第一企划公司将代理运营京东全球购韩国馆

据韩联社近日报道,韩国第一企划公司表示,其旗下广告代理公司Cheil 鹏泰日前与中国第二大电商企业京东签署合作协议,Cheil 鹏泰将代理运营京东海外购物平台——京东全球购的韩国馆。

京东全球购是京东今年4月正式上线的全球购物平台,计划于今年8月底开设10个国家馆,届时中国“海淘族”可以便捷地购买来自韩国、美国、英国、日本等10个国家的商品。鹏泰将代理运

营韩国馆,具体业务包括吸引企业入驻韩国馆、网页设计、制定营销策略等。鹏泰表示,此次合作有望为韩国商品开拓中国海淘市场提供良好平台。

(张 月)

新西兰房产网站爆新数据 否定中国买家推高房市

据新西兰天维网realestate.co.nz近日公布的数据,称其网站的访客只有一小部分是亚洲人,进一步否定了海外买家推高奥克兰房市的言论。

公布的数据显示,1—4月期间通过realestate.co.nz查看奥克兰房产的访客中,仅有5%左右的人是母语为东亚语言的人。而在这5%中,仅有2.8%是境外访问。这些数据提到亚洲语言国家包含十个较大的东亚国家和地区,为:中国大陆、中国香港、中国台湾、

马来西亚、新加坡、韩国、日本、印度尼西亚、菲律宾和泰国。

据悉,Realestate.co.nz网站可以自动识别每个访问者所持设备的默认语言,这从侧面绘制了访问者的语言地图。Realestate.co.nz首席执行官Brendon Skipper表示,境外访问量数据一直相对稳定,因为2014年同期自东亚的境外访问流量为2.98%。“虽然我们有5%的亚洲语言访问量,但其中只有2.8%来自境外。非常明显,大多数亚洲语言访问者

实际上生活在新西兰。”

工党房产问题发言人Phil Twyford则反驳此数据称大多数海外买家并不通过房地产网站寻找房产。“我不期待realestate.co.nz能得出海外买家多的结论,因为这个行业都在直接向海外买家提供新西兰的房屋。”“一些房地产公司甚至开设海外办公室直接销售新西兰房产,像hougarden.com和Juwai.com这样的网站中也显现,很多人对新西兰的房产感兴趣。”

(木 木)

出 口 警 示

美国6月耐用品订单强势反弹

美国商务部近日公布的数据显示,美国6月耐用品订单数据强劲反弹,表明资本支出削减对美国制造业的拖累在开始下降,商业信心有所好转,制造业市场改善,有望克服强势美元、恶劣天气以及油价下跌带来的挑战。

具体数据显示,美国6月耐用品订单月率上升3.4%,好于预期值上升3.0%,前值则从下降2.2%修正为下降2.1%。

数据并显示,美国6月扣除国防的耐用品订单月率上升3.8%,前值则从下降2.5%修正为下降2.4%;6月扣除运输的耐

用品订单月率上升0.8%,好于预期值上升0.5%,前值则从持平修正为下降0.1%;6月扣除飞机非国防资本耐用品上升0.9%,好于预期值和前值(两者均为下降0.4%),该数据在之前已连续两个月下降。

美国能源行业在油价暴跌逾60%后,大幅削减投资支出,打压了美国制造业活动,但有迹象表明,美国能源行业削减投资支出接近尾声。

公布的数据显示,美国能源企业上周新增了21座钻井平台,在过去33周内

连续第三周录得增加,使得美国钻井平台数量达自5月末来最高水平。

国际知名油气服务企业斯伦贝谢(Schlumberger)上周表示,其相信美国钻井平台数量可能已触底,在今年下半年可能会缓慢上升。

此外,国外经济体增速放缓,且美元走强,可能会继续打压美国国内生产商品的销售,但随着能源行业逐渐走出颓势,企业执行扩张计划,投资预计将会改善,部分抵消上述不利影响。

(冉 冉)