

风 向 标

德国车企寻求进入巴汽车市场

据巴基斯坦媒体近日报道,因看中巴基斯坦汽车市场的巨大潜力,德国车企奥迪拟寻求进入该国市场。由于巴未采用欧盟尾气排放标准,并且缺少生产汽车所需的金属铝等重要材料,通过全散件进口组装模式建设汽车厂无法实现。

目前巴政府正在酝酿新的汽车政策,新政策可能会允许汽车企业以半散件进

口组装的形式组建汽车厂。奥迪在巴负责人阿里·汗表示,如果此项政策落实,奥迪将第一个进入巴汽车市场。

根据巴汽车制造商协会的数据,2014-2015财年巴本地组装汽车销售151134辆,相比于2008-2009财年的82844辆增长了近一倍。然而,巴国内市场几乎全部被日系车占据,除了丰田、本田和铃木外,很少见到其他品牌的汽车。

巴独立日期间节庆物品大幅涨价

据巴基斯坦《黎明报》日前报道,随着巴独立日的来临,路边上兜售国旗、帽子、手镯等节庆物品的小摊生意火爆,人们通过购买这些有纪念意义的物品来表达过节的心情。

不过,零售摊也存在肆意涨价的现象。以国旗为例,1.5米的国旗批发价只有180-200卢比,市面上却要卖到

500-550卢比;1米的国旗批发价100-120卢比,市面价为300-400卢比。帽子、手镯、徽章等其他物品价格也大幅上涨。这增加了家庭的负担。

据一位国旗生产商所说,今年独立日国旗的销售量上升了约20-25%,仅卡拉奇的销售额估计就有2.5-3亿卢比。

日本大型免税店销售额激增 受益于中国游客增多

据日媒报道,近年来,受到日元贬值和航空路线扩充等利好因素影响,访日中国游客激增。而中国游客旺盛的消费,也给日本商家带来了巨大经济效益。

据报道,近日,日本一家大型免税店发布了今年6月中期共同决算报告。由于中国游客“爆买”,销售额达到上一年同

期的2.2倍,为451亿日元(约合23.18亿元人民币)。

日媒指出,在日本国内的主力店铺事业当中,约9成店铺的营业额是依靠外国游客。受到航空路线扩大等影响,访日中国游客激增。除去家电产品等以外,化妆品、医药品的销售额也大幅增长。

加纳番茄酱进口将大幅下降

据加纳通讯社报道,非洲康斯维瑞公司在加纳投资兴建的吉诺番茄酱加工厂正式投入运营,该厂引进国际水平生产线,年产番茄酱2.5万吨。加工厂一期投资5000万塞地,第二期将在2017年完工,总投资额将达1亿塞地。此工厂为马哈马总统亲

自委托的投资项目,由康斯维瑞公司与贸工部合作,整合倒闭的帕瓦鲁谷番茄酱加工厂,要实现番茄酱国产化,满足国内消费市场需求。目前加纳年消费番茄酱超过7万吨,该厂二期完成后不仅可满足国内市场需求,还可具有出口余力。

巴新政府将禁止进口大米和生鲜农产品

巴新农业部部长Tommy Tomscoil日前表示,巴新政府将禁止进口大米和土豆、洋葱、辣椒、南瓜、豆子、中国白菜、胡萝卜、生菜等生鲜农产品,从而扶持本地农场主及中小企业发展。巴新政府之前已经禁止从澳大利亚进口生禽肉。

Tomscoil表示,澳大利亚、新西兰和

斐济多年前已经采取类此政策,巴新只是跟随而已,从8月13日起,巴新市场上将不再有进口土豆和洋葱,消费者必须从西高地省购买土豆,从坎布省购买洋葱。

Tomscoil还表示巴新必须要鼓励水稻种植,不但实现自给而且要出口。

越南肉类进口继续大幅增长

越南《西贡经济时报》近日报道:越海关总局统计数据显示,近两年来越南肉类进口呈现大幅增长态势,2014年进口肉类12.2万吨,今年上半年继续大幅攀升。进口肉类主要是鸡肉和牛肉。今年1-6月份,越南进口鸡肉已达5万吨,主要来自美

国(59%)、巴西(12%)和韩国(11%)。1-7月份,越南已从澳大利亚进口活肉牛21万头,超过2014年全年的18.1万头。肉类进口激增的原因,一是越南肉类消费增长旺盛,国内产量无法满足需求;二是饲养成本高于国外。(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



供 求 信 息

法国矿泉水生产和温泉旅游项目寻中国合作伙伴

近日,法国欧巴涅(AUBAGNE)市长函告称该市一矿泉水生产和温泉旅游项目正在招商中,希与中国公司合作。感兴趣者请径与法方联系,获取更多详细资料。联系方式如下:

联系人: BARRAL 先生
电话: 0442040919
邮箱: hostelleriedelasource@orange.fr
(信息来源: 商务部驻法国商参处)

斯洛文尼亚最大肉联厂寻求投资合作

公司概况及行业: 建于1905年,是东南欧最大肉联厂,产量占全国75%,员工3600余人。

所在地: 斯洛文尼亚普图伊
产品和服务: 公司有一级品牌3个,二级商标2个。

财务数据: 前年销售2.68亿欧元,税前利润2300万欧元。

主营产品: 主要为斯洛文尼亚国内市场

投资金额: 面谈。拟通过外资增资扩股扩大产能。

联系人: Jan Sitar
电话: 00386-1-3200335
邮箱: jan.sitar@alta.si
(信息来源: 中国贸促会)

斯洛文尼亚最大食用油厂商出售股权

公司概况及行业: Tovarna olja Gea d. d.是斯洛文尼亚最大食用油上市公司。所在地: 斯洛文尼亚
产品和服务: 旗下食用油品牌有 Zvezda, Gea, Cekin, Son ni Cvet 和 Sun ani Cvijet。

财务数据: 目前处于盈利状态,无债务。主营产品: 占有全国50%市场,投资金额: 未来发展前景看好。公司股东决定出售61%的股权。

联系方式: Mr. Matic Urek
电话: +386 (0)1 236 4300
E-mail: murek@kpmg.com
(信息来源: 中国贸促会)

(以上信息仅供参考)

商情世界 | International Market

商 情 聚 焦



中国农业“出海” 澳大利亚成热土

在食品安全需求刺激下,中资企业掀起走出去的热潮,澳大利亚为首的西方发达国家成为最吸引中国农业投资的目的地。

中国拥有全球五分之一的人口,但只有全球7%的可耕地。美国知名智库Heritage 和 AEI 追踪中国企业境外投资的“中国全球投资追踪”数据显示,2005年以来,中国企业在40多个国家进行农业境外投资,澳大利亚、新西兰和美国是主要投资目的国。

说到中国企业大力投资农业领域,除了2013年双汇以47亿美元收购全球最大猪肉生产商Smithfield Foods外,彭博新闻社在报道中还提到,仅中粮集团2008年以来对美国、澳大利亚、巴西和荷兰的投资就合计达到18.5亿美元。报道还提到上海中福集团在澳大利亚的投资,认为它也是中国企业430亿美元海外

农业投资热潮的实例。

2012年,上海私营房企中福集团达成协议,投资7亿澳元(约合7.28亿美元)开发西澳大利亚州东金伯利奥德河灌溉区的扩大项目,该农场项目占地面积相当于半个纽约曼哈顿。据路透社报道,中福当时预计,奥德河的这一投资项目每年可生产甘蔗约400万吨,出口原蔗糖50万吨,约占澳大利亚2012-2013年原蔗糖出口量的15%。

澳大利亚政府科研机构Commonwealth Scientific and Industrial Research Organisation 的首席研究科学家Mark Howden认为,中国国内种植业有诸多限制,所以企业越来越放眼境外,寻找可以稳定开发农业的国家,尽管澳大利亚北部地区对中国企业来说是有些严峻的挑战,但澳大利亚仍是适宜之选。

事实上,中国农业海外投资已经开展

了几十年。援引中国农业部数据,截至2013年年底,中国农业对外累计投资总额39.56亿美元,共有373家境内投资机构在境外投资设立了443家农业企业。央企投资额总计1.61亿美元,占4.1%,其余为地方国企、农垦集团和民企。

然而,中国农业“走出去”并非坦途。除了面临东道国政治不稳定,信息和人才缺乏,资金短缺等困难外,部分国家也对中国“买地”的举动产生担忧。

国务院发展研究中心国际合作局局长程国强观点称,“一带一路”是中国推进农业对外投资、重塑国际农业规则、维护全球市场稳定的有利契机。现在国内既担忧国外低价农产品冲击国内市场,又担心国际价格影响国内宏观经济。中国必须积极主动参与制定全球规则,要明确进口需求,给国际市场稳定预期。

(王维丹)

日本便利店瞄准东南亚

日本各大便利店企业将加快在东南亚的开店速度。全家计划2015年度将泰国和菲律宾等4国的店铺数比上年度增加近20%。迷你岛也将在越南加强攻势。日本各便利店企业此前一直活用在日本培育的物流和商品开发等经验在中国等地扩大店铺网,不过随着中产阶层的扩大,今后将在增长潜力巨大的东南亚加强攻势。

全家将把2015年度东南亚的店铺净增加数(开店数量减去关店数量)提高至历史最高水平的234家。到2016年春季在东南亚4国的店铺数将超过1600家。计划在泰国增加100家以上,增至1300家。此外还计划在

经济持续增长的菲律宾增加74家,在越南增加39家,在印度尼西亚增加14家店铺。

在日本以外开设有3.8万家便利店的7-11控股将把“日本流”管理手法带入越南,计划2017年在越南开设一号店,10年后构筑1000家店铺体制。

迷你岛的海外店铺数约为2500家(截至2015年3月底),超过了日本国内的店铺数量。目前迷你岛的海外店铺主要集中于韩国和菲律宾(超过2000家),不过今后将在越南市场加强攻势。预计2015年度东南亚的店铺数将增加20%至570家。

日本大型便利店企业中,在开拓海

外市场方面落后一步的罗森也计划加强开拓海外市场,将在2020年度之前在菲律宾构筑500家店铺的体制。

日本的便利店凭借高效的采购、配送和自主商品开发等实现了快速发展。日本国内的市场规模已超过10万亿日元,但是不同行业纷纷进入便利店市场,竞争日趋激烈,另外与过去相比好的开店场所也越来越少。

东盟则拥有6亿多人口,消费欲望强烈的中产阶层正不断壮大。日本各便利店企业计划通过加盟连锁(FC)等方式向开展合作的东南亚当地企业提供在日本培育的经验,将东盟培育为与中国并居的主战场。(筱 霏)

商 事 平 台

全球供应过剩持续打压奶价 澳大利亚并购交易活跃

澳乳业局报告显示,全球乳制品交易平台(GDT)第145场拍卖会上总指标价格持续下挫,对新西兰牛奶行业造成不小冲击。如许多银行和市场分析师预估,恒天然宣布下调2015/16财年面向新西兰奶牛的预估采购价,由此前的5.25纽币(合5.19澳元)/kg MS下调至3.85纽币(合3.43澳元)/kg MS,下调

幅度为26%。

中国乳业新希望、澳亿万富豪佩里奇家族名下的LPC乳业及澳自由食品集团合资成立的“澳大利亚鲜奶控股有限公司”(AFMH),目前已完成对澳最大独立奶牛场运营商——摩克西家族Moxey Farms的收购。中澳乳业“四强”联手组建的合资公司以奶牛规模化、专业化养

殖产业为基础,着力在乳品领域的产业链上下游开展投资。

AFMH运营架构清晰,根据收购协议,摩克西家族持有AFMH战略性股份,并将联合佩里奇家族继续经营摩克西奶牛场业务。新希望和自由食品公司则致力于挖掘市场机遇,以释放合资公司乳品加工能力、开拓亚洲市场。(李 飞)

进 口 提 醒

中国汇改令美国大豆出口商头疼

路透社近日消息,随着南美供应上升,美元走强,美国大豆出口速度已降至7年来最低,中国汇改更让这一局面雪上加霜。

外界担心,11日的汇改仅是人民币第一次贬值,其他出口依赖型国家可能会跟风效仿,而美元对大多数外币已升值,美国出口商将面临更多不确定的风险。

美国农业部数据显示,2014年9月至2015年7月,美对外大豆出口同比下降47%,中国新进口美大豆327万公吨,

同比减少67%,同时美农业部预期,南美大豆出口将逐渐增加,这些都是让美国大豆出口商头疼的因素。

有贸易商表示,11日中国汇改消息传出后业务量明显下降,大豆利润率一夜之间每吨减少了9美元,而人民币贬值是否会导致中国整体进口减少尚不明确,故未调整对冲策略。

中国海关数据显示,2015年二季度中国从南美的大豆进口创历史记录,高达7600万吨。目前中国对生猪等牲畜的

需求仍十分旺盛,连带着对大豆等饲料需求也较强,但人民币兑美元汇率的下一步走向尚不明朗,短期内,进口商可能采取观望态度。

按照惯例,许多中国进口商已经订购了巴西第四季度的大豆,今年巴西雷亚尔兑美元汇率已下降30%,变相提高了与美国大豆出口商的竞争力。而随着人民币贬值,大豆利润空间减小,中国买家可能不会提前数月购买大豆,南美的竞争也将继续打压美国大豆出口。(成 云)