

商务部力破平行进口车壁垒

■ 刘卫璇

同样的一款豪华品牌的轿跑车，中国市场指导价98万元，美国市场价格仅为47万元，中国消费者为什么这么冤大头？

日前，商务部等八部委发布的《关于促进汽车平行进口试点的若干意见》，被看作是破除阻碍平行进口发展壁垒的最后通牒。

平行进口汽车是指未经品牌厂商授权，贸易商从海外市场购买并引入中国市场进行销售的汽车，俗称水货汽车。

你以为这是“纸上谈兵”？这一次主管部门可是动真格的了。

在《意见》下发之后，主管部门计划约谈在华的跨国车企，要求其放开对平行进口汽车货源的“封锁”和限制。

一位消息人士王鹏(化名)透露,“如果跨国公司不合作,主管部门有意采取一系列措施,如限制其向中国进口等方式进行制裁。”

制裁的方式包括但不限于限制发放进口车许可制,调整消费税征收线等方式。

此前,多家跨国车企纷纷采取措施,对平行进口汽车贸易“围追堵截”,采取的措施包括提升海外市场车型排量以增加国内税费,追查向中国输送汽车的海外经销商等方式。

在跨国公司采取一系列“动作”的背后,截至去年2月,美规车在中国平行进口车销量中所占的比例,一度从50%以上骤降至20%左右。

虽然“阻挡”的效果是明显的,但是平行进口的全面放开也是势不可挡的。

来自平行进口相关方面的消息人士透露:“今年春节前,主管部门在一次讨论平行进口车市发展的会议上表态,计划约谈跨国车企,希望借此打破他们对这一贸易货源的垄断。”

上述人士称,“如果跨国公司不能积极配合,主管部门很可能采取实质性行动。可能采取的措施包括,通过限制发放进口车许可制,控制跨国公司中规车的进口数量;根据跨

国公司的限制措施调整,如将消费税的征收线调至3.2L(升)等。”

根据媒体报道,去年包括宝马、奔驰、捷豹路虎在内的多个跨国车企都在通过各种手段控制平行进口车辆的货源。其中,宝马将部分的美规车型的排量提升至3004ml(毫升),而中规车型的排量为2979ml。根据我国消费税征收标准,发动机排量提升到3升以上,一款以到岸价上缴关税后标价为60万元的汽车将多缴消费税7.8万元。

“也有贸易商建议,消费税的征收标准不用修改,只需要在相关文件中规定,发动机没有进行实质性改动的,都将视为同一排量即可。”王鹏补充道。

提升发动机排量,借中国的消费税政策增加了平行进口车型的进货成本,缩小了中规车与美规车的价格差距。而性价比,恰恰是平行进口汽车得以存在和发展的重要基础。

此外,奔驰、捷豹路虎等跨国公司还通过每辆车独一无二的标志——VIN码(Vehicle Identification Number,即车辆识别码),追查车辆的来源,对海外经销商采取限制或惩罚的方式,阻止其向中国输出车辆。

跨国公司这些措施对平行进口汽车的发展产生了重大影响,利用提升排量标识的手法增加了国内税费,致使平行进口汽车不具备价格竞争力,而利用VIN码追查车辆来源,更是堵住了车辆的进口货源。

这些跨国公司采取的措施,阻碍平行进口的健康发展,主管部门此次准备“重拳出击”,势必将给平行进口汽车营造一个良好的市场发展环境。更为重要的是,随着3C认证的简化,以及保税政策的逐渐实施,对平行进口的真正“松绑”将指日可待。

毫无疑问,平行进口的健康发展,将是还原进口车价格“真相”的重要途径,垄断和暴利不应该是中国进口车市场上的“专利”。



小针尖“扎”进海外大市场

近日,位于浙江省温州市龙湾空港新区的浙江康德莱医疗器械股份有限公司车间内,工人们正埋头加工海外订单。

近年来,该公司加快转型升级,在经过持续投入、改善布局后,自主研发的实用专利38项、发明专利3项,产品不仅销往全国各地,还远销欧洲、中东、南美、非洲、东

南亚等20多个国家和地区,在国际市场占据了一定的份额。该公司总经理章增华介绍说,去年,公司生产的各类医用针尖全球销量超过70亿支,一次性使用注射针30亿支,医疗器械总销售额4.5亿元,同比增长10%,其中外贸出口增长15%以上。

中新社 长 空 摄

◆数据播报

国家统计局:城市间房价涨幅差距进一步加大

本报讯 国家统计局3月18日发布2016年2月份70个大中城市住宅销售价格统计数据。数据显示,2月份房价上涨城市个数增加,涨幅继续扩大,深圳以超5成的涨幅继续领跑全国。

环比看,国家统计局城市司高级统计师刘建伟表示,2月房价环比上涨城市个数增加,涨幅继续扩大。新建商品住宅价格环比上涨的城市有47个,比1月份增加9个;环比上涨的城市里,涨幅比上月扩大

的城市有33个,比1月份增加10个。

分城市看,2月份一二三线城市新建商品住宅价格环比平均都上涨,且涨幅分别比上月扩大0.5、0.1和0.1个百分点。不过,城市间房价涨幅差距进一步加大,分化现象持续。

同比看,刘建伟分析表示,更多城市房价同比由降转升,且涨幅有所扩大。新建商品住宅价格同比上涨的城市有32个,比上月增加7个,涨幅均比上月有所扩大;

二手住宅价格同比上涨的城市有41个,其中的34个城市涨幅比上月有所扩大。

分城市看,一二线城市房价同比平均上涨,涨幅比上月扩大。其中,深圳新建商品住宅价格上涨57.8%,二手住宅价格上涨54.2%,在70个大中城市排名首位;北京新房涨幅为14.2%,二手房涨幅为27.7%,排名分别为第三和第二名。三线城市同比平均下降,降幅继续缩小。

(沙 璐)

南非低热量食材正当红

民以食为天,食品消费仰赖人口数多寡及收入的高低。非洲有近十亿人口,依据世界银行(World Bank)2013年统计,至2030年非洲食品消费(包含饮品)将会以现有消费3倍成长,达1兆美元。

如今,在非洲第二大经济体的南非,消费者的饮食习惯愈来愈倾向健康、养生、天然,期望是以最自然和天然的方式取得食物,因而低脂或低热量的食材大行其道。

进口食品须取得认证

南非的食品消费取决于收入与品牌,中高收入者选择高档的食品,而低收入者倾向于中等或较低价位的食品。南非食品产业可分为农产品、加工食品、食品生产、卖场、速食、超市及连锁七大类。在当地的食品市场中,除了国际品牌外,还包括其自有品牌。

南非幅员广阔,土地面积超过122万平方公里,气候型态适合发展各类农作物、畜牧、渔业,因而不论是生食、半熟食或熟食均有市场。当然,南非著名的葡萄酒在国际间也享有口碑。为了保障当地人的饮

食安全,南非政府规定,任何进入南非的食品都必须取得南非国家标准局认证(SA Bureau of Standard)。

土洋品牌较劲 鸡肉需求量大

超市和卖场掌握多数南非的食品销售渠道,包括Pick’N Pay、Shoprite、Metcash、Spar及Woolworths等,其零售商大部分有自己的工厂,可自行生产自有品牌,并不断在南非各省及各城市扩增销售渠道。

国际知名品牌肯德基、麦当劳及汉堡王均已入驻南非,其中肯德基是最受欢迎的速食店,而2013年入驻的汉堡王也计划扩大店面数量,希望能够渗透南非市场。

据相关数据显示,2013年南非连锁速食市场以鸡肉为最大宗,约11.43亿南非币,其次为汉堡类,再次则是披萨类。除国际品牌外,南非当地知名品牌还有Steers、Nando’s、Debonairs、Spur及Chicken Licken等。尽管食用外国品牌象征阶级地位的提升,但是南非人依然对本国品牌保有相当的忠诚度。

果汁销售占三成 低热食材受追捧

现如今,南非消费者的饮食习惯越来越倾向健康、养生、天然,因此即便是食品添加剂,也期望是以最自然和天然的方式取得。据全球工业分析公司发布的调查报告显示,食品添加剂的市场在2018年将达到37.7亿美元,并且将更加注重健康、营养及方便性。

一般来说,食品颜色会由于不同口味而改变,所以需要添加色素。为了让食品更健康,大多添加剂也为自然食品,从而提高了成本。此外,低脂或低热量的食材也开始受到南非人喜爱。

目前,南非纯果汁的销售占总饮品市场31%,其中受欢迎的果汁品牌包括Ceres、Dewfresh及Fruit Squeeze等。而当地所生产的果汁中有71%供应给卖场,14%用于其他食品的制造,还有6%用于出口。

本文由合作媒体
《经贸透视双周刊》提供

◆市场动态

阿里成立VR实验室 虚拟现实购物指日可待

本报讯 阿里巴巴近日宣布成立VR(虚拟现实)实验室,并首次对外透露集团VR战略。据介绍,阿里将发挥平台优势,同步推动VR内容培育和硬件孵化。也就是说,在不久的将来,用户便可以体验到VR购物。

在内容方面,阿里已经全面启动Buy+计划引领未来购物体验,并将协同旗下的影业、音乐、视频网站等,推动优质VR内容产出。

最令用户期待的VR购物已经指日可待。据介绍,阿里VR实验室成立后的第一个项目就是“造物神”计划,也就是联合商家建立世界上最大的3D商品库,实现虚拟世界的购物体验。“VR技术能为用户创造沉浸式购物体验,也许在不久的将来,坐在家里就能去纽约第五大道逛街。”实验室核心成员之一赵海平表示。

据了解,阿里工程师目前已完成数百件高度精细的商品模型,下一步将为商家开发标准化工具,实现快速批量化3D建模。对于VR购物的时间,阿里表示,敢于尝新的商家很快就能为用户提供VR购物选择。在硬件方面,阿里将依托全球最大电商平台,搭建VR商业生态,加速VR设备普及,助力硬件厂商发展。(温 婧)

中国远洋海运与淡水河谷 签署铁矿石长期运输协议

本报讯 3月18日,全球最大的矿产品公司之一淡水河谷与中国远洋海运集团有限公司在北京签署运输协议,就将世界上最优质的铁矿石运往全球开展合作。

“此次与中国远洋海运签署的运输协议,是淡水河谷与中国之间长期合作伙伴关系的又一明证。”淡水河谷总裁兼首席执行官费慕礼表示。

中国远洋海运集团相关负责人表示,与淡水河谷的长期运输协议,锁定长期运输服务,有利于双方进一步建立长期、稳定、互惠的合作关系。同时,也将进一步优化客户和货源结构,提升基础货源比例,从而提升自身抵抗市场风险能力。

淡水河谷与中国远洋海运的合作始于2014年9月12日,当时签署的框架合作协议显示,淡水河谷将为中远散货运输公司提供25年矿石运输合同,中远散货运输公司将相应为淡水河谷定制10艘大型矿砂船并收购淡水河谷所拥有的4艘大型矿砂船。

“我们可以发现,双方在商谈一年半后,终于就铁矿石运量达成一致,这一协议签署意味着双方正式敲定长期伙伴关系。其实也是大家利益共享,淡水河谷以比较低的运费往中国运矿石。同时,也让中国船东有了比较稳定的现金回报,中国船东也能借此获得稳定的丰厚收益。此外,这也将给中国的几大港口带来机会。”一航运界资深业内人士表示。(夏 冰)

首单跨境碳资产回购交易 落地深圳

本报讯 中国首单跨境碳资产回购交易3月19日落地深圳,该交易同时也是中国碳市场试点启动3年以来最大的单笔碳交易。

当天,由深圳能源集团股份有限公司控股的妈湾电力有限公司和境外投资者BP公司,在深圳排放权交易所举行的国内首单跨境碳资产回购交易业务发布会上,完成此单跨境碳资产回购交易业务,交易标的为400万吨配额(BP公司购买深能源400万吨碳排放配额)。深能源将利用本次交易资金投入公司可再生能源的生产,优化发电产业结构,构建低碳能源体系。

深圳碳市场于2013年6月18日在中国率先启动,深圳排放权交易所迅速成为国内配额流转率最高的交易场所。2014年8月,交易所获国家外汇管理局批准成为中国首个允许境外投资者参与的碳交易平台,且境外投资者参与不受额度和币种限制。

此次跨境碳资产回购业务的落地,开创了境外投资者运用外汇或跨境人民币参与中国碳排放权回购交易的先河,显示深圳排放权交易所正在迈向国际化。

深圳妈湾电力有限公司是深圳碳市场配额量最大的管控单位;主要从事电力开发建设与电厂生产经营。

BP是世界领先的石油和天然气企业之一,总部设在英国伦敦,截至2015年底,其在华业务的累计商业投资约45亿美元。

深圳排放权交易所是在中国同类交易所中注册资本金额最大的综合性环境权益交易机构和低碳金融服务平台,也是中国首个交易额过亿元人民币的碳市场。(郑小红)

高虎城：全年外贸回稳向好有信心

■ 刘东

2月份外贸数据引发各方关注。

根据海关总署公布的数据显示,中国对外贸易前两月形势依然严峻,其中,2月份进口和出口同比均出现大幅下降,其中出口更是同比下降20.6%,反映出2016年国际市场需求依然十分疲弱,外贸形势依然严峻复杂。

在3月20日举办的2016中国发展高层论坛上,如何看待当前外贸形势的问题,被提给了商务部部长高虎城。

高虎城则回应称,尽管中国进出口今年前两月下探幅度都比较大,但是从商务部近期展开的调研来看,3月份的进出口形势将会有较大的回升,此外,对于今年进出口整体的回稳向好,仍然有信心实现。

高虎城解释称,中国对外贸易是全球贸易中的一部分,从全球来看,前两月外贸都是普遍下降的,而且下降的幅度是两位数。中国还有一个情况是,历年1月、2月份都存在春节因素,对全局并不构成指标性的引导或趋势。

此外,高虎城表示,近期商务部组织了大量的调研,向地方和企业征求意见,预判3月份进出口会有比较大的回升。

此次调研的对象为全国20个省市。其中,3月向好的因素包括外贸发展结构持续优化,转型升级、动力转换在加快,外贸新业态蓬勃发展。一些企业专注主业,持续创新,培育自主品牌,加大海外营销网络建设,国际竞争力不断提升。稳外贸政策不断落实,鼓励跨境电商等新型商业模式创新,着力培育外贸竞争新优势等等。外贸新的增长动能正在积聚。

不过,调研结果中,企业普遍反映2016年的外贸形势总体上确实比2015年更加复杂严峻,2015年存在的困难不仅没有减少,甚至有加重的趋势。

其中,企业要素成本持续上升,外贸传统竞争优势弱化,固定资产投资持续放缓,进口需求下降,特别是产业和订单向外转移还在加快,加工贸易出口已经连续12个月下降,超过国际金融危机时水平。这些预示着外贸的困难不是短期的。

“对今年整体的进出口回稳向好,我是有信心实现的。”高虎城说。

谈及具体的原因是,高虎城说,中国外贸的结构调整,并不是始于去年,实际上从金融危机以来,中国的贸易结构调整就已经在进行。例如,东部近期增长产业都是已经经过调整的产业,除了产业调整,还包括产品、市场、经营业态的调整。比如跨境电子商务、综合性服务公司和市场采购,现在都发生了很大的变化。

因此,高虎城说,不能用此前外贸两位数增长的传统观念看待目前中国进出口的增长速度,也不能用传统概念去解释目前中国外贸深层次的原因和变化。

高虎城指出,中国去年出口70%是制造业商品,里面高端制造业和技术产品的服务增长了15%以上,即结构都在发生深层次变化,核心问题是创新。

◆风向标

今年全球可穿戴设备发货量将破亿

本报讯 研究机构IDC发布的最新报告预计,主要受新款和不同种类智能手表和腕带发货量迅速上升的推动,2016年全球可穿戴设备发货量将达到1.1亿台,较2015年增长38.2%。预计在2015年至2020年期间,可穿戴设备市场将继续保持两位数的百分比增长,到2020年的发货量将达到2.371亿台。

报告显示,苹果Apple Watch有望在智能手表市场继续占主导地位,预计2016年出货量将达到1400万只,市场份额达到49.4%,搭载Android操作系统的智能手

表份额位居其次,约为21.4%。不过据IDC预测,未来几年Android Wear的年化符合增长率有望达到48%,Apple Watch的增速为22%,预计到2020年Apple Watch和Android Wear在智能手表市场中的份额分别为37.6%和35%,二者差距逐步缩小。

IDC分析师表示,智能手表市场仍处于初期发展阶段,未来智能手表将制作得更像传统手表,拥有更丰富、功能更强的应用,操作起来更便捷,这对智能手表开发者来说是一个挑战。(杨 博)

家电厂商身陷互联网转型谜局

本报讯 近日,京东智能正式发布京东微联“智慧家”战略,并联手东易日盛推出首个落地C端的智能家居解决方案。

在发布智能家居解决方案的同时,京东商城家电事业部总裁闫小兵表示,家电行业整体对于这些热点概念的追逐需要更加冷静的思考。

对于“互联网+”,闫小兵认为,互联网并不是救世主,传统企业不是一沾上互联网就能焕发活力。“互联网+”包括用户思维、简约思维、极致思维、迭代思维、流量思维、社会化思维、大数据思

维、平台思维和跨界思维,这不是简单地接入互联网就能解决的。无论是传统企业还是互联网企业都应该对于基本的商业经营理念怀有敬畏之心,要用一个更宽泛的概念全方位重新思考自己的市场策略、用户策略、产品策略乃至整个商业模式。

闫小兵表示,对于京东来说,互联网的人口其实很窄,所以应该主推优秀的品牌和高端的优质产品,让更好的品牌和产品占据有限的互联网人口,来清洗家电行业目前的乱象。(金朝力)