

机械产品出口进入提质增效期

■ 本报记者 张伟伦

一段时间,中国机械产品出口很可能会继续扩大。而随着国内大型项目的陆续开工,中国机械行业投资日益增长,这对进一步提高技术工艺和塑造国际品牌形象也将有较大助力。

“一带一路”效果初显

此外,“一带一路”建设也是中国机械产品出口的重要助力。据中国工程机械工业协会会长祁俊介绍,2013年“一带一路”建设启动;2015年,“一带一路”经济走廊初具规模,中国与相关65个国家贸易额近2万亿美元。基础设施互联互通作为“一带一路”的排头兵,直接刺激了中国工程机械行业快速回温。记者从三一集团获悉,2017年在集团的整体销售中,海外市场销售额已经超过公司业绩的40%,其中70%的收益来自于“一带一路”沿线国家和地区。而徐工机械的海外业务,也基本覆盖了“一带一路”沿线

绝大部分国家和地区。

刚刚过去的2017年是“一带一路”建设取得突破性进展的一年。展望未来,今年随着“一带一路”的持续推进,中国工程机械制造企业的机遇依然看好。据金融行业预计,未来十年“一带一路”相关重点国家基础设施建设至少需要8000亿美元。工程机械市场在国家“走出去”战略中大步前进,抓住发展新契机,全行业企稳回升、稳中向好,整个行业步入回归增长轨道,产业健康有序发展。

中国人民大学重阳金融研究院研究员刘英在接受《中国贸易报》记者采访时表示,我国机械产品在国际市场有一定比较优势和较强竞争力,物美价廉。这不仅体现在成本控制方面,技术支持层面,更多还体现在机械产品设备的整体配套服务上。刘英同时指出,“一带一路”建设为沿线国家尤其是落后国家和发

展中国家提供了良好的贸易与基建投资机会。这也是我国工程机械产品可以与这些国家实现“合作共赢”的根本原因。“我国工程机械产品相较发达国家在技术研发上的差距在缩小,而且我国地质条件复杂,在中国现代化的基建中使用过的成熟产品,广为“一带一路”沿线国家认可。这种比较优势也为我国机械产品开拓了一定份额的出口市场。”刘英说。专家同时指出,虽然我国机械产品出口在“一带一路”建设上迎来了前所未有的巨大发展机遇,但依旧要防范一些国家贸易保护主义和贸易摩擦所带来的风险。机械行业也要主动进行供给侧结构性改革,提质增效,在中国经济向高质量发展的过程中,主动提升产品质量和水平,在建设绿色“一带一路”的过程中,让中国产品在国际市场上赢得更多口碑,成为世界标杆。唯有如此,机械企业出海才能行稳致远。

◆ 连线自贸区

上海自贸区 谋求五项突破

■ 本报记者 刘国民

2月22日,上海市委副书记、市长应勇主持召开中国(上海)自贸试验区推进工作领导小组会议,部署推进2018年全面深化自贸试验区改革工作。

应勇表示,要在探索自由贸易港建设上有新突破,在国家相关部委支持指导下,抓紧完善方案。上海海关学院党校工作部主任张树杰在接受《中国贸易报》记者采访时说,国内自贸区在货物贸易方面已有很大突破,自由贸易港建设有两大看点,一是“一线放开,二线管住”;这在自贸区还没做到位,如果在自由贸易港建设上做到这点就很好。二是和自贸区相比,自由贸易港在服务业开放上要有大突破。“上海在自由贸易港建设上对标新加坡和香港,但和香港新加坡最大不同是上海有广阔的毗连市场和腹地,香港和新加坡则完全是港口,所以不能直接套用香港和新加坡的经验。”张树杰说。

应勇表示,要在优化跨境贸易营商环境上有新突破,既要降低口岸费用,更要压缩口岸耗时,让企业有更多获得感。在张树杰看来,缩短通关时间是其中一个方面,上海海关通关时间和世界水平相比,还算比较快。张树杰说,营商环境比贸易便利化涵盖的因素更多。由于地价原因,上海商务成本高昂,上海市积极回应这个议题,对标世界银行营商环境指标,大力改善营商环境,这在浦东新区配套改革方案中有所体现。

应勇表示,要在深化拓展自由贸易账户功能和主体范围上有新突破。“紧随人民币国际化的步伐,自由贸易账户的效果才能更好显现。”张树杰认为,上海在推动这些改革时强调法制和规范性,比较稳健。

此外,(上海)自贸试验区推进工作领导小组会议还指出,要在“证照分离”改革试点上有新突破,深化实施现有改革的同时,抓紧出台其他审批事项的改革意见。要在加强调查研究上有新突破,深化研究国际最高标准、最好水平,深入研究企业真实需求和改革实际效果,进一步提高改革针对性和有效性。

中新社发 苗育才 摄

美元贬值或使全球贸易增长额外增加3%

本报讯 近日,牛津经济研究院(Oxford Economics Ltd)全球宏观研究部门负责人Gabriel Sterne表示,除了强劲的全球GDP增长的推动之外,过去一年的美元贬值可能使全球贸易增长额外增加3%以上。

牛津经济研究院对于2018年全球贸易的基线预测是增长5%,但假如美元进一步走软,则这一预估面临的风险偏于上行。

Sterne在一份报告中写道:“美元贬值给全球金融体系的车轮

加油,通过加强资产负债表和缓解货币错配来提振全球流动性。”

最大的赢家可能是新兴经济体,因为美元走软将降低这些国家以美元计价的债务的价值,从而减轻其资产负债表和信贷的压力。

Sterne在报告中还写道:“美元走强与美国经济复苏(2009—2016年)之间的7年关联性现在看来似乎已经断裂,我们认为情况仍将如此,相对强劲的美国经济增长和美元走软会对全球经济活动起到重要推动作用。”(毛雯)

◆ 国际商情

2018年菲期待150万人次中国游客

据《马尼拉公报》2月24日报道,2017年中国赴菲律宾旅游人数为96.8万人,增长了43.33%,成为菲第二大客源国。受此增长态势鼓励,菲律宾旅游部(DOT)将2018年接待中国游客目标定为150万人。根据2017年DOT年度游客抽样调查,长滩、宿务和薄

荷岛是中国游客最喜欢的目的地,DOT正在推动公主港、达沃和其他目的地地中国游客选择。此外,两国航空公司开通包机业务,今年每月将增加5180个座位,游客往来更加便利。今年1月中国赴菲游客11.13万人次,同比增长了29.55%。

中国市场青睐缅甸香瓜

缅甸《耶德纳榜报》2月23日报道,缅甸商务部数据显示,本财年截至1月底(2017年4月1日至2018年1月底),缅甸已向中国市场出口5.6万多吨香瓜,创汇1100多万美元。

立陶宛乳制品对华出口有望扩大

据立陶宛DELFI通讯社2月22日报道,立陶宛乳企将中国视为重要潜在市场,拟进一步扩大对华业务规模,加大对华出口力度。自2016年中立签署立输华乳制品议定书以来,立陶宛玛里亚姆波莱、日韦格代斯、热达蒂约斯等几大乳企纷纷开展对华业务。据立陶宛统计局数据,2017年,立乳企对华出口乳制品1339.8吨,出口

而上一个财年(2016—2017财年)同期,缅甸香瓜出口中国市场仅有4.44万吨,创汇907.1万美元。报道称,缅甸香瓜近年来已站稳中国市场,销售量也逐年增长。

额达265.2万欧元。立乳品是立重要出口商品。欧盟对俄制裁后,立乳企急需寻找新的出口市场。中国因消费者基数庞大,且对乳品转型升级需求强烈,成为立乳企首选开拓市场。立乳企扩大对华业务有利于促进中立贸易平衡,同时为中国乳品企业同立乳企开展合作创造机遇。

1月中国向马购买51亿美元货物

《南洋商报》近日报道,马来西亚国际贸易与工业部第二部长黄家泉说,根据中国海关统计,2018年1月马中贸易额达89.3亿美元,仅在一个月内中国就向马购买51.4亿美元的货物。

他说,中国是马最大的贸易伙伴,2017年马中双边贸易额达960亿美元,中国购买马货物达到543亿美元(约2172亿马币),平均每个月181亿马币。

“若没有了中国的购买,马各类主要产品包括棕油、橡胶产品、电子及电器产品、天然气、石油及石油化工产品、燕窝及其他农产品

秘鲁公司瞄准中国高端市场

秘鲁官方报纸《秘鲁人报》近日报道,秘驻华经商参赞狄安娜·皮塔(Diana Pita)日前表示,越来越多的秘鲁公司瞄准中国市场,尤其是中上阶层的消费者。由秘鲁羊驼毛制成的服装和饰品受到中国消费者的青睐,特别是受到中上阶

的价格都会大跌。”黄家泉出席怡保中国精武体育会新春团拜会时说,马去年的国际贸易取得亮眼成绩,全年贸易总额达1.774万亿马币,比2016年的1.485万亿马币增加了2890亿马币,增长19.4%。他说,若今年相关贸易再增长15%,贸易额就可以突破2万亿马币。马只有约3000万人口,单靠自己的市场,难以对国人制造繁荣的经济机会,必须和全世界国家维持良好的经济及贸易合作关系,包括美国、英国、欧盟国家、印度、东盟国家及亚洲太平洋地区国家等。

层消费者追捧。目前已有6家秘鲁品牌成功进入中国市场,分别是:Anntarah、Kero Design、Kuna、Sol Alpaca、Pórtico和Sunny Kujón,产品种类包括围巾、大衣、披肩和毛衣等。(本报编辑部编译、整理)



2月23日,河南省商丘市夏邑县产业集聚区内的大洋纱线、方舟棉业等114家纺织服装及其相关企业开足马力忙生产,赶订单,力争新春“开门红”。近年来,夏邑县纺织服装产业集群迅速壮大,纺纱规模达220万锭,服装加工能力达1.2亿件、出口缝纫线2万吨,被确定为“河南省13个中小企业特色产业集群”之一。

中新社发 苗育才 摄

中国游客助推旅游业成全球经济最大引擎

■ 肖参

日媒称,旅游业正在取代制造业、金融业和互联网相关新兴产业,成为引领世界经济的最大增长引擎。旅游热出现的背后,是中国游客激增和会员制社交网络服务的普及。

据日本《富士产经商报》2月22日报道,一家国际旅游行业协会称,全球旅游观光业在过去7年的年增长率超过整个经济的增长率。2016年旅游观光业交易额达到7.6万亿美元,且其经济效益有望进一步增长。该协会预测,今后10年新增就业人口中,每4个人里就有1人从事旅游相关行业。

最明显的变化出现在亚洲。报道称,涌向亚洲各国的中国游客逐年增加,在“爆买”和“爆食”

方面不吝花费。中国游客不仅挤满宾馆酒店、旅游大巴、游轮,大量出现在机场、火车站,还通过社交网络把拍摄的照片发回中国,在同胞中助推“走向世界”之势。

世界旅游组织称,中国游客的海外旅游消费占全世界1/5以上,比美国多出一倍。而且这种势头才刚刚开始,因为中国人护照拥有率只有5%。

报道称,像上世纪80年代的日本一样,生活变得富裕后,中国民众纷纷前往世界各地旅行。美国信用卡巨头万事达卡公司预测,截至2021年,亚太地区新兴国家赴海外旅游人数将新增5000万。

报道认为,游客大部分是智能

手机一族,他们正在改写人们传统的认知。现在个人自由行已取代过去作为主流的跟团游,成为出国旅行的标配。

这种潮流将改变亚洲地区的面貌,扩建机场以及飞机、铁路、宾馆、主题公园等基础设施项目投资额,有超过1000亿美元之势。据里昂证券有限公司的报告预测,中国游客在海外旅行的消费,到2021年将达到4290亿美元。旅行目的地也变得多样化。报告还指出,今后3年里中国人最有可能前往的旅游目的地是日本、泰国、美国、澳大利亚。接下来是印度尼西亚、马来西亚、菲律宾等东南亚国家。

《富士产经商报》称,这一现象

被认为是发展中国基础设施建设的利好。在泰国的所有机场,乘客人数都超过了机场处理能力范围,入境管理处排队已成常态。美国另一个信用卡巨头威士信用卡公司称,亚太地区预计将建设178个新机场,几百个现有设施也将扩建。上述情况被认为是社交网络服务发展等导致的,将助推亚洲观光领域的改革。新的旅游资源开发将不再局限于20世纪90年代至21世纪头十年大受青睐的旅游胜地。比如印度尼西亚已提出开发10个新的旅游点,它们的规模会仅次于巴厘岛。泰国则开展“魅力泰国”活动,争取吸引游客,并与日本合作建设延伸到北部的高铁。

今年中东电商发展呈五大趋势

■ 宗赫

随着世界互联网技术的发展,以盛产石油闻名的中东市场成功引起了跨境电商的注意。据《海湾新闻》报道,咨询机构Frost&Sullivan对中东地区电子商务发展进行了展望。该公司全球总裁Zutshi表示,电子商务是影响海合会和中东地区未来商业最重要的因素。该公司发布的数据显示,从中东北非地区看,电子商务市场规模将从2013年的950亿美元增至2020年的2000亿美元,对GDP贡献从2%增至5%。其中B2C占30%、B2B占20%、G2B/C(政府对公司和个人)占25%。为此,《中国贸易报》综合了业内盛产相关资料,向读者总结出2018年中东电商发展的五大趋势:

一是电商竞争进一步加剧。电商卖家们面临的竞争将不仅仅来自同行。以传统零售商的竞争为例:该地区最大的商场所有者和运营商MajidAl Futtaim拥有fetchr的部分股权;中东的家族企业Al Tayer推出了电子零售商Ounass。再比如互联网巨头的竞争:中东地区唯一一家独角兽Careem,推出了自己的时尚电商网站DukkanCareem。可以预见,会有更多的大型企业想要在快速发展的电商市场分得一杯羹。

二是中国电商巨头或将进入中东市场。中国电商力量正在强势崛起,而在当地崭露头角的中国电商,都是创业公司,国内的电商巨头们,还没有把注意力放在这个地方。2017年10月,京东集团国际业务总裁郑李明出现在沙特的投资会议上,在会议间隙接受了路透社记者采访,他表示“我们希望与沙特政府建立合作关系,沙特的2030年愿景是一个很好的契合点。路透社记者在文章中写道,“京东在国内正处于激烈的竞争中,它与阿里巴巴对抗并没有明显的优势。”或许,在2018年,京东会在当地有所动作。

三是巨头继续投资中东电商生态链。2017年,迪拜房地产企业Emaar Properties董事长穆罕默德·阿拉巴尔已经全方位展示了他

在中东电商领域的未来蓝图:他推出了电商Noon,收购了JadoPado,并非常果断地关闭了JadoPado运营多年的业务;他购买了时尚电商Namshi 51%的股权。此外,他还在整个电商的产业链中进行“买买买”:早在2016年,他旗下的两家投资集团就收购了中东物流老大Aramex 16.45%的股份;2017年5月份,他还收购了MEVP的大部分股份,而MEVP是中东最活跃的投资机构之一,是当地很多知名电商的早期投资者。穆罕默德·阿拉巴尔对打造中东版“阿里巴巴”信心满满。

四是沙特将成为电商大战主战场。2017年,沙特抢占了无数头条,发布了若干重大决策,赚足了眼球。新任的王储已经表示了他拥抱科技的决心。曾经封闭的沙特市场一旦打开,潜力是巨大的。沙特阿拉伯信息和通讯技术委员会预计当地B2C电商市场规模为80亿美元,这个数字在2015年是27亿美元。

在目前中东几大电商平台中,有两家专注沙特市场,分别是Wadi和Jollychic,这两家的发展速度最快。沙特的电商市场也被资本密切关注,近期,电商融资变得频繁。2017年12月18日,总部位于沙特达曼的美妆类电商Golden Scent获得A轮融资。2018年1月9日,总部位于沙特吉达的礼品电商Resal宣布获得数百万美元天使投资。而巨头Noon在成立之前,就决定把总部设在利雅得。2018年,对沙特市场的抢夺会更加激烈。

五是物流等基础设施会继续完善。伴随着电商的快速发展,当地的物流行业也迎来了发展高峰。Fetchr在2017年5月获得4100万美元融资,之后快速发展,订单猛增,特别是来自中国的订单,据Fetchr内部人士透露,有60%的业务来自中国电商。一些同类型的公司也相继获得融资,2018年会有更多资本和创业者入局,中东的物流基础设施会在此基础上不断完善。