



## 本期看点

### 中国啤酒行业集中度不断提高

详细报道见第2版

### 中国高端房地产不是“抗压股” 未来难言乐观

详细报道见第3版

### 中国木制工艺品重入美国市场

详细报道见第5版

### “毒胶囊”事件考验行业自律

详细报道见第6版

### 四川外经贸努力保持在全国的有利地位

详细报道见第9版

## 截稿新闻

## 中美对话决心缓解摩擦

本报讯 5月3日,为期两天的第四轮中美战略与经济对话在京举行。外媒形容说,中美两个全球经济体,坐在一起就是话题,而中美关系一直起伏不定,此次中美对话就是要缓解摩擦,双方决心减少任何对两国关系造成长期伤害的问题。

此前,美国财长盖特纳释放出希望中国加快银行系统改革的强烈信号,同时称赞中国近期经济对外开放程度渐强和人民币汇率的进一步改革。

本次中美战略与经济对话双方各有20多个部门的负责人参加。《今日美国》报道称,有建设性的两国关系就会坦率地讨论有分歧的问题,而此次中美两国将对一些敏感问题进行对话。而中美两国似乎要决心减少任何对两国关系造成长期伤害的问题。

英国广播公司称,在过去几年,中美存在不少贸易争端,但是两个全球最大经济体的关系近些年来有所改善,特别是在中国国家副主席习近平今年访问美国之后。盖特纳也表示:“两国经济关系要比以前好很多”。

对于中美关系,外媒称,两国关系总是因贸易摩擦等问题起伏不平。中国商务部也多次表示,希望美国政府恪守反对贸易保护主义承诺,共同维护自由、开放、公正的国际贸易环境,以更加理性的方法妥善处理贸易摩擦。

财政部副部长朱光耀日前在外交部吹风会上表示,本次中美战略与经济对话期间,将明确宣布重启中美双边投资保护协定的谈判工作,第七轮技术层面磋商将很快进行。

(钟欣)

编辑:王哲 联系电话:95013812345-1024  
排版:何欣 E-mail:mvaawcn@163.com

#### 本报常年法律顾问

■北京市炜衡律师事务所  
■赵继明 赵继云 律师  
■电话:010-62684388



贸易推广的专业媒体平台

# 新能源汽车仍遭市场冷遇

■本报记者 陶海青

饱受质疑的新能源汽车再次成为市场关注的焦点。

5月2日,第十二届北京国际车展闭幕,车展期间展示的120辆首发车中,新能源汽车占88辆。

此前,争议较大的《节能与新能源汽车产业发展规划年》(以下简称《规划》)也在4月18日颁布实施,这对新能源汽车来说无疑是一个利好消息。

但一个不争的事实是,新能源汽车市场依然冷清。4月11日,中国汽车协会首次公布节能与新能源汽车销量数据。据不完全统计,第一季度,汽车整车企业生产节能与新能源汽车8626辆,销售新能源汽车10202辆,在同期近480万辆产销量中,新能源汽车占比甚微。

“新政策出台并不意味着新能源汽车将在中国遍地开花,政策目标制定与市场需求仍存在脱节。作为战略性新兴产业,政府期待新能源汽车能够解决传统能源短缺和环境污染问题,也希望能把握机遇,加快中国汽车产业转型升级,培育新的经济增长点和

国际竞争优势。”中国汽车后市场联合会秘书长路志光在接受记者采访时如是说。

#### 50万辆目标难以实现

根据《规划》,中国新能源汽车产业的中长期发展目标是,争取到2015年,纯电动汽车和插电式混合动力汽车累计产销量达到50万辆。

但从目前情况来看,实现50万辆的目标似乎存在难度。

去年,江淮汽车共销售了1585辆新能源汽车,仅公司员工就购买了1000多辆,其市场销量可见一斑。

今年,49款新能源汽车登上免税榜,但大多数车型还处在研发和示范运行阶段。在车展现场,奇瑞汽车销售有限公司传播推广部的工作人员卢刚对记者坦言:“新能源汽车对电池要求很高,目前,电动车的续航能力在200公里左右,不能跑长途。所以,新能源汽车不好卖。”

东风日产副总经理任勇分析称,新能源汽车的外部使用环境尤为重要。如果没有使用环境,车企将无法收回投资,希望政府

为新能源汽车的规模化发展创造环境。

汽车行业分析师钟师认为,目前,中国新能源车的主要矛盾是成本过高,规模效应无法形成,市场前景比较黯淡。

#### 核心技术成短板

“新能源汽车之所以发展迟缓,最主要问题是缺乏核心技术。”据路志光介绍,新能源车的开发不是简单的在现有车型的基础上换个动力系统,而是必须重新研发。电动车开发刚刚起步,总体还处于初级探索和跟踪外国技术阶段,主要设备和材料都依靠进口。

专程前来看车展的观众陈云峰告诉记者:“2009年初,媒体报道称1万元可买奇瑞电动车。从那时起,我开始关注电动车,也一直想买。但事实上,当时的政策不允许个人购买,只是在公交等公共服务领域推广使用。几年来,纯电动汽车电池瓶颈尚未突破,充电需要几个小时,非常麻烦。”

业内人士称,一方面,中国政府看到了新能源汽车的发展前景,投巨资扶持;另一方面,众多汽车厂商看到了钱景,趋之若鹜,但具体到一些领域或产品,其核心技术匮

乏。而与此形成鲜明对比的是消费者的冷眼旁观。每逢车展,新能源汽车都迎来一片叫好声,车展过后,却遭到市场冷遇。

#### 纯电动车成为战略取向

尽管新能源汽车饱受争议与压力,政府和企业界却对其十分看好。

《规划》明确指出,以纯电动汽车为主要战略取向,重点推进纯电动汽车和插电式混合动力汽车产业化,推广普及非插电式混合动力汽车、节能内燃机汽车。

但这并不意味着纯电动汽车已经开始普及。国家“863计划”节能与新能源汽车重大项目监理咨询专家组组长王秉刚认为,纯电动车是未来发展方向,但鉴于技术差距,“十二五”只是起步阶段,“十三五”期间才会有较快发展。

可见,中国新能源汽车产业化还有相当长的路要走,新能源汽车的自主创新依然任重道远。

## 本期关注



贸促事业 60 年

## 中国贸促会搭建外贸桥梁 服务中国外交外贸事业

本报讯(记者王哲)5月,中国贸促会喜迎成立60周年。忆往昔,20世纪50年代,正值西方国家对新中国实行经济封锁和禁运,中国贸促会在党中央领导下孕育而生,同世界各国的民间贸易团体积极开展双边和多边交往,为发展国际间的正常经济贸易关系而努力。

60年代中期,中国贸促会已同日本、英国、法国、意大利、奥地利、比利时以及亚洲、非洲许多当时尚未同中国建交的国家建立和发展了民间贸易联系,并先后同日本、法国、奥地利等国的有关团体签订了民间贸易或经济关系协定,同意大利、智利、奥地利的有关组织相互在对方首都设立了商务代表处。

80年代,随着中国实行对外开放政策,中国贸促会承担的工作范围继续扩展,转移到促进对外贸易、利用外资、引进外国先进技术和各种形式的中外经济技术合作的轨道上来。

进入90年代后,中国改革开放进一步深化,特别是社会主义市场经济体制的逐步建立,为中国贸促会的发展提供了更广阔的空间。为此,中国贸促会抓住机遇,强化职能,调整战略,开拓领域,以为经济建设服务为中心,采取多种形式,开辟多种渠道,努力为企业服务,为改革开放服务,为外交、外贸事业服务。

截至目前,中国贸促会已同世界上200多个国家和地区的工商企业界建立了广泛的经贸联系,与300多个对口组织签订了合作协议,并同一些国家的商会建立了联合商会;同时,中国贸促会还在16个国家和地区设有驻外代表处。在国内,中国贸促会在各省、自治区、直辖市建立了50个地方分会、600多个支会,还在机械、电子、轻工、纺织、农业、汽车、石化、商业、冶金、航空、航天、化工、建材、通用产业、供销合作、建设、粮食、矿业、煤炭、物流等部门建立了20个行业分会,并对中国对外服务工作行业协会予以指导,全国会员企业近7万家。

“正值中国贸促会成立60周年之际,中国贸促会将继续开展促进中国对外贸易、利用外资、引进外国先进技术及各种形式的中外经济技术合作等活动,促进中国同世界各国、各地区之间的贸易和经济关系的发展,增进中国同世界各国人民以及经贸界之间的了解与友谊。”中国贸促会相关负责人对记者表示。



继多美滋、雅培等国外知名品牌进入中国10年后,占据欧洲60%乳品出口额的雀巢集团日前在京高调宣布正式进入中国市场,此举意味着洋品牌乳品行业竞争将更加激烈。据了解,目前,

中国对包括特殊配方婴幼儿奶粉在内的730多种商品实施较低的进口暂定税率,平均税率为4.4%,比最惠国税率低50%以上。

本报记者 李春红 摄影报道

# 7万多箱问题可乐就这么算了?

■冀业

7.6万箱投向市场的问题饮料如何妥善处理?是召回瑕疵产品、赔偿存疑消费者,还是最终不了了之?

从4月17日至28日,“可口可乐含氯门”在媒体的持续挖掘和监管部门的驻厂调查后,先前坚决否认氯水混入饮料的可口可乐公司,终于承认部分产品含氯。除了简单的致歉,就是保证销往市场的7.6万箱含氯产品对人体无害。这份道歉,让人读不出真诚,只能看到傲慢。

纵观整个事件10余天的波澜起伏,可口可乐公司的表现可谓底气十足。从起先的“员工爆料含氯系误传,经查并不属实,产品安全可靠,请大家放心”,到监管部门对其查处后承认“混入的是包装清洗用水,绝不是消毒用水,水质符合相关标准,大家可以

放心饮用”,可口可乐强调的重点始终是产品的安全可靠。

正如山西质监部门负责人在接受媒体采访时所说,可口可乐低估了政府查处它的决心和能力,低估了老百姓辨别是非的能力。

可口可乐傲慢的底气从何而来?

这傲慢也许来自其市场的垄断地位。正是靠着对市场份额、消费者认可度的掌控力,可口可乐才敢有店大欺客、唯我独尊的傲慢霸气,才敢有将瑕疵产品投放市场的“无畏勇气”。

这傲慢也是被“惯”出来的。在饮料检测中,国标没有含氯项目检测;查明其故意否认将含氯产品投向市场,也只能是依照相关法律规定,责令其停产整改了事。监管疲软和法律缺位,让惩罚对可口可乐而言,变成了一场无关痛痒的毛毛雨。

“橘生淮北则为枳”的尴尬,可口可乐不是洋品牌里头一家。近年来,许多在国外质

量过得硬的洋品牌,到国内则屡陷质量门。杜绝“南橘北枳”式沦陷,消除可口可乐式傲慢,需要在加强监管、健全法规、完善市场方面长期努力。而眼下当务之急,却是这7.6万箱投向市场的问题饮料如何妥善处理。是召回瑕疵产品、赔偿存疑消费者,还是最终不了了之?这是摆在可口可乐公司、监管部门面前无法回避的考题。

## 三言二拍

#### 最新消息

可口可乐公司在其官方微博表示,用其最新出厂的产品,更换山西厂2月4日至8日期间生产的产品。换回的产品及同批次库存将被销毁。