

## 风向标

## 缅中边境木姐中央经济区将于2017年建成

木姐中央经济区工程负责人吴维梭17日表示,这一位于缅中边境的经济区预计将于2017年正式建成。经济区地处缅甸掸邦北部木姐镇区,与中国云南省瑞丽市相邻,目前由掸邦政府与New Star Light建设公司合作开发。据悉,经

济区由18栋建筑组成,包括玉石交易区、市场、酒店、餐饮和住宅等,以高层建筑为主,占地121公顷,工程耗资约5150万美元。项目于2013年获当地政府批准,意在进一步提升缅中两国边境贸易水平。

## 越南塑料工业原料和设备依赖进口

越南《西贡解放报》报道,越南现有2200多家塑料加工企业,大部分采用家庭作坊生产模式,约90%的企业从事代工出口,无自主品牌。越南每年塑料原料产量

约45万吨,仅满足市场需求的20%,其余需从韩国和阿拉伯地区进口。此外,越南几乎所有塑料企业的生产设备都从中国进口。

## 加纳实施红木出口禁令 扣押违禁集装箱

据加纳通讯社报道,加纳海关在特马港扣押了51个装有红木待运至印度的集装箱。海关官员称,加纳自然资源部已宣布将通过行政手段严禁红木出口,这是马哈马

总统在参观了布韦地区森林破坏情况之后下达的命令,海关将严格执行。虽然这批红木在禁令实施前获得过出口许可,但没来得及在禁令实施前运出,其出口许可已经失效。

## “俄邮政”拟在俄欧洲地区推出新的快递服务

据俄公报消息,“俄邮政”拟在俄欧洲部分经营业务的电商提供新的快递服务,“俄邮政”直接与每月发货超过10万件的电商签署快递服务协议,投送到指定邮局费用为4美元,送货上门费用

5.25美元。现“俄邮政”派送一件快递的价格为7美元,且一般不送货上门。目前,该项服务正在审议中,初步考虑覆盖俄欧洲部分38个大城市,2015年内推广至144个城市。

## 荷兰成为欧洲最大的冷冻土豆产品生产国

据荷兰中央统计局18日发布的数据,2013年,荷兰成为欧洲最大的薯条、土豆片和土豆饼等冷冻土豆产品的生产国,产量达14亿公斤,销售额为11亿欧元,占欧洲市场

的近1/3。其中,荷兰国内市场销售冷冻土豆产品3.06亿公斤,即平均每人每年食用18公斤;其余87%的冷冻土豆产品主要出口至英国、德国、法国、沙特阿拉伯和巴西等国。

(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

## 卢旺达鲜活农产品批发市场寻求项目投资

项目地点:基加利市  
项目内容:农产品销售、批发  
投资额:4480万美元  
联系对象:卢旺达投资发展局(RDB)  
驻深圳代表处  
联系人:Mr. Albert Rugaba  
电话:(86-755) 2655 1953  
传真:(86-755) 2655 1960  
邮箱:info@rwandainvest.com.cn  
(信息来源:中国驻卢旺达使馆经商参处)

## 墨西哥企业出口核桃

公司名称:Agroalimentario S.P.R de R.L. de C.V.  
地址:Av.De los Yaqueis 1337, Hermosillo, Sonora  
Colonia:Camino Real  
C.P:83178  
RFC:PEA140502KIA  
联系人:MS. CECILIA ISLAS  
邮箱:Cecilia.islas@gmail.com  
(信息来源:中国商务部)

## 俄方寻求食品供应商

俄海参崴“MyBioFood Co.,LTD”公司欲与国内食品供应商开展合作,进口核桃、核桃酱、果脯、冷冻蔬菜和水果、果酱、豆类(扁豆、芸豆、豌豆)、豆奶等产

品。俄方要求产品曾出口欧美(提供相关证明)或已通过相关生态食品认证。

联系人:директор по развитию

ООО “МБФ”, Андреева

Элеонора

地址:690106, Vladivostok,

бизнес-центр “Игнат”,

пр-т Красного Знамени,

3, офо. 6/7

电话:+7 (4232)577-753

邮箱:info@mybiofood.ru

网址:http://mybiofood.ru

(信息来源:中国驻哈巴罗夫斯克总领馆经商室)

## 山东新型建材公司寻找合作伙伴

公司名称:山东贝加尔新型建材有限公司

合作内容:建筑外墙贝加尔墙板的代理销售

工厂地址:山东省高密市姜庄社区平日路78号

联系人:张春轩

电话:18654879718

官网:http://hedda.cc/

俄罗斯大型中转库地址:俄罗斯乌苏

里斯克市共青街28A

联系电话:+8(4234)23-10-95;

+7914-726-36-33

(信息来源:中国驻哈萨克斯坦使馆经商参处)

(以上信息仅供参考)

## 专利拍卖招商公告

详细资料。

1.一种负压式笔记本散热器

(ZL201320194285.8)

2.飞行器(201410195276.X)

3.绿地停车位(ZL201320081076.2)

## 商情世界 | International Market

## 进口提醒



## 美国猪肉兵临城下 每公斤比中国便宜30%

斤跌破10元的水平,资金实力、技术实力等要比一般散户强得多的雏鹰农牧等上市公司也难逃亏损,半年亏损金额上亿元。

10元/公斤,这个价格水平基本上是美国生猪价格的常态,现在,中国养殖户和养殖企业望尘莫及。

美国猪肉便宜的根源是饲料便宜,饲料便宜是因为粮食便宜。玉米和小麦是饲料的主要成分,2013年底,中国小麦价格升至约2500元/吨,美国小麦约为1300元/吨,中美两国小麦价格差异约1200元/吨。

玉米方面,美国玉米价格2009年暴跌,在2009年中期跌至约900元/吨,而中国玉米价格从2005年起始终保持稳中上涨的趋势,于2013年底攀升至约2250元/吨,两国价格差额约为1250元/吨。

中国的小麦和玉米价格要想降低很难,国家的托市收购让粮食价格稳步上涨,即便如此,农民还不愿意种粮食。要想跟美国拼成本,除非集中大量土地进行规模化种植,但是土地集中远不是一个经济问题。指望降低粮食价格进而降低饲料价格,让中国养猪成本与美国平

齐,可行性微乎其微。

要想在国际市场上占据一席之地,为数不多的办法之一就是去收购美国的生猪养殖企业,这样成本可以与国际市场上的同行基本相等。双汇已经这么做了。现在,美国猪肉还没有大量进中国市场,一个障碍是美国允许使用瘦肉精养猪,含有瘦肉精的猪肉进不了中国市场。

这个障碍说大也不大。中国生猪预警网首席分析师冯永辉说,使用瘦肉精养猪,生猪出栏周期可以缩短一周,也就是节省了一周的饲料钱,为了进入中国市场,不使用瘦肉精,多一个星期的养殖时间,增加的饲料费用有限。毕竟,美国生猪成本要低30%,多点饲料上的开支不会对美国猪肉的竞争优势有伤筋动骨的影响。

现在,国内市场出售的史密斯菲尔德生鲜肉走的还是高端路线,一年的进口量不过几千吨。中国每年出栏的生猪在7亿头左右,世界第一。说到竞争力,与美国市场有不小的差距,如果市场一旦放开,廉价猪肉大量进入中国并不是天方夜谭。

(易彩倩)

## 商情聚焦

## 俄罗斯希望扩大从中国进口服务器和对华出口软件

俄通讯与大众传媒部新闻处引述尼基拉·尼基福罗夫的话称:“这个领域的合作将能加强俄罗斯和中国在国际市场上的地位。”

尼基福罗夫指出:“所有领域都应有竞争,只有竞争才能确保发展和保存信息主权。但很遗憾,我们在信息技术

领域看到个别国家产品的霸主地位,因此,诸如俄罗斯、中国等金砖国家必须努力开发软件确保自己的信息主权。”

双方还商定研究在俄罗斯通讯系统中,包括卫星上使用中国元件的可能性。

(乌元春)

## 厄瓜多尔为巴拿马草帽争取原产地命名

巴拿马草帽深受世界绅士和时尚界的欢迎,但很少有人知道巴拿马草帽并非产自巴拿马,而是厄瓜多尔马纳比省蒙特克里斯蒂小城。现在,厄瓜多尔政府正在积极推动

巴拿马草帽的原产地命名,准备将蒙特克里斯蒂注册商标。此举一方面希望消除世人对巴拿马草帽产自巴拿马的错误认识,另一方面希望将蒙特克里斯蒂草帽打造为与特

基拉龙舌兰酒、法国香槟酒一样的世界著名产品。厄瓜多尔去年草帽出口额为74.8万美元,该国目前草帽编织从业者达5000余人,90%为家庭妇女。

(张静雅)

## 消费者印象问题困扰澳红酒高端化发展

价在每瓶66美元以上的超高端酒品销售额却大幅提升。以澳大利亚财富酒业为首的出口企业开始确立高端化的转型战略。

面对华红酒出口大幅下滑态势,有业内专家提出,改变外界对澳大利亚酒品的印象对抢占高端红酒市场有着积极意义。阿德莱德大学研究者克劳奇表示,消费者有一种根深蒂固的印象,即烹饪美味食物的能力与酿制优质葡萄酒的能力是互通的。她的研究揭示出,消费

者对于高端红酒有着一定的认知“偏见”。消费者最看重的是瓶标风格与原产国,而葡萄品种则是最被忽视的。此外,澳人更青睐螺旋瓶盖,而欧洲人与美国人则认为高级葡萄酒应当配备软木塞。克劳奇解释称,澳高级葡萄酒在美国与英国市场处境艰难的部分原因在于,当地消费者认为澳大利亚并不生产高品质的葡萄酒。同时,她也赞同澳大利亚旅游局的做法,即宣传“美味、优质”的澳大利亚食物。

(牛媛)

## 贸易书讯

书名:《一炮走红的国家》

内容推荐:这是一本对新兴国家的成长动力进行精彩绝伦的分析,并大胆预测了决定国家未来成败的趋势与因素的权威著作。对于中国读者而言,这本书的价值主要体现在两方面,一方面是大量从事制造业和国际贸易的生意人的投资战略指导,另一方面是指导政府决策机构应该如何规避国家战略的风险,以及各级地方政府如何引导企业拉动当地经济的必读的决策参考。

作者简介:鲁奇尔·夏尔马

很少有作者能够同时具备广阔的视角与丰富的国别知识,所以无法就中国、印度、巴西、墨西哥、土耳其等国的发展写出一部权威著作,但夏尔马做到了。

他是美国摩根士丹利公司新兴市场股票业务负责人,长期投资全球40多个中低收入国家,积累了大量一线经验自己投资实践的想法,并以独特的视角着眼于公司及行业发展、各国宏观经济。他还长期担任美国《新闻周刊》、《华尔街日报》专栏作家,定期跟踪全球经济发展趋势。

