



风 向 标

部分沙特商户暂停与也门的出口贸易

受也门动荡局势的影响,部分海湾国家的企业已大幅减少对也门的产品出口,并采取更为可靠的预付款方式
 进行贸易结算,而不再采取信用证方式。据一家沙特报刊报道,已有约25%的

沙特企业停止对也门的贸易出口。据部分商户称,由于货款支付和银行系统出现
 问题,他们不得不通过第三国进行货款回收。货运代理公司也不愿承接去往也门
 的货物运输。

2014年南非红酒出口明显下降

2014年,南非出口红酒共计4.23亿升,相比2013年创记录的5.26亿升下降
 明显。南非红酒业产值占GDP的

1.2%,但仍有约1/3的酒企遭受亏损。该行业期待2015年出口欧洲的免税配
 额增加至1.1亿升。

乌兹别克斯坦成为世界第七大黄金生产国

据乌当地媒体报道,美国地质调查局近日公布数据显示,2014年,乌兹别克斯坦
 黄金产量同比增长4吨,产量增至102吨,乌黄金产量由世界第八位跃居世界第七

位。世界前三大黄金开采国为中国(430吨)、澳大利亚(265吨)、俄罗斯(230
 吨)。2014年,世界黄金产量为2860吨,同比增长60吨。

韩国因疯牛病停止进口加拿大牛肉

韩国农业部说,自加拿大本月中旬证实发现2011年以来首个疯牛病病例后,韩国停
 止了对加拿大牛肉的进口。韩国已要求提供关于疯牛病爆发的更多信息,并在与有关
 当局就公共

安全问题进行讨论。韩国农业部数据显示,韩国去年共进口28.15万吨牛肉,主
 要来自澳大利亚、美国和新西兰。从加拿大进口牛肉仅2800吨,占进口总量的1
 %。

玛咖对外出口翻番 秘鲁政府加强扶持

据秘鲁《商报》报道,2014年,秘玛咖出口金额达2870万美元,同比增加10
 9%。受美国、中国和日本等市场需求扩大影响,玛咖粉出口额为1700万美元,
 占整体出口的58%。玛咖及其产品出口目的地达36个,比2013年增加1个,
 其中美国(970万美元,占总额的34%)、中国香港(530万美元)和中国内地
 (500万美元)为前三大出口市场。

为促进玛咖出口和推动玛咖产业工业化进程,提高种植户的职业技能和管理能力,秘
 外外贸旅游部、外贸旅游促进委员会和有机玛咖种植户联合会近日签署了一份协议。
 秘政府将实施“特殊出口路线图”,包括培训出口商、引入质量管理体系、有机认证
 ,获得融资和物流研究的支持、开发市场研究以及支持种植户参加贸易促进活动。

全球企业加大对机器人的投入

据美国商业周刊报道,目前,美国、日本、加拿大、俄罗斯和英国正加大对机器人的
 投入,韩国、泰国、印尼和中国台湾的企业也在加快进入该领域,预计未来10年,全
 球机器人安装量将以年均10%的速度扩张。随着技术逐步发展,机器人安装成本

开始下降。目前,点焊机器人成本已经比2005年降低5万美元,预计2025年
 将继续下降3万美元。机器人带来的劳动力成本削减幅度为22%至23%,当前10
 %的工作可以完全自动化,预计2025年这一比例将达到23%。(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



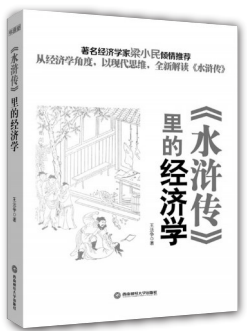
贸易书讯

书名:《水浒传里的经济学》

内容推荐:四大名著之一《水浒传》被清初文学评论家金圣叹封为“第五才子书”。
 这部大书就是当时社会的一幅清明上河图。从国家元首(皇帝)到诸级政府公务人
 员(如宋江、呼延灼),再到行商走贩,出场人物多达千人,无不惟妙惟肖。

本书即是站在经济学角度,以现代的思维解读《水浒传》,从另外一个侧面透露出
 宋朝的财政税收、房地产、物价等多个领域的社会经济状况,同时,可以看出《水
 浒传》中蕴含着很多现代经济学理论。当我们用经济学的眼光再度审阅这本小说时
 ,会看到一个被理性思维和数字逻辑充斥着的全新世界。

作者简介:王法争,1977年生,山东聊城人,毕业于山东经济学院。财经作家,
 经济新闻记者者与评论员。曾在大众报业集团和南方报业传媒集团《21世纪经济
 报道》任职,现为《山东商报》副总编辑。



供求信息

澳大利亚企业求购电缆

一家澳大利亚公司寻求电缆供应商,月需求量1500件。如有意向请发邮件联系。

邮箱:louisewesson@gmail.com

(来源:中国贸促会驻澳大利亚代表处)

加拿大安大略省货车运输公司出售

加拿大中南部安大略省一家货车运输公司拥有30辆卡车起重机和50个全新底
 盘,现对外出售,售价825万加元。

联系方式:vithun@hotmail.ca

(来源:中国贸促会驻加拿大代表处)

墨西哥企业求售原糖

公司名称:Comercial los volcanes de

colima S.A de C.V

联系人:Francisco Nu ez Villase

邮箱:pako_nvillas@hotmail.com

(来源:商务部官网)

俄企业供应瓷砖粘贴辅助垫插片

俄个体企业 Кодолов С. С.从事瓷砖粘贴辅助垫插片的生产和销售,现有意向
 中国出口相关产品。有意者可直接与该企业联系:

联系人:Кодолов С.С.

邮箱:tlssystem@mail.ru

手机:+7 (902) 481-64-21

(来源:中国驻哈巴罗夫斯克总领馆经商室)

(以上信息仅供参考)

商情聚焦



借中国年味儿 澳大利亚全方位营销

农历羊年来到,澳大利亚迎春节的元素尽显:政要到唐人街大拜年、商场内大
 红灯笼高悬、舞狮舞龙闪亮登场……在浓浓的年味儿中,到澳大利亚过年成为不
 错的选择。

春节期间,澳最大连锁购物中心韦斯特菲尔德购物中心邀请中国著名服装定制
 设计师玉兰举办时装秀,展示极富中国韵味的时装,给当地春节庆祝活动增添更
 多文化色彩。

在澳大利亚,众多酒店和银行悬挂起了红灯笼,酒店在餐单上加入中国贺岁年
 糕,还把浴巾折成绵羊形状。新春盛宴和鞭炮当然也必不可少。可以说,春节已
 成为澳大利亚不少地方的重要节日之一。悉尼还举办了多项庆典活动,狂欢游行
 和龙舟赛等悉数亮相。

借中国春节的“春风”,澳商家迎来了一波销售旺季。据澳“VIP旅行社”董
 事总经理钱中利介绍,中国游客强大的

购买力带旺了奶粉、蜂蜜、红酒等本土产品生产和销售,给旅游、留学、房产、
 汽车销售、零售、饮食等行业带来相当大的收益和变化,也给当地民众创造了大
 量就业机会。

统计数据显示,在截至2014年9月底的一个年度里,有70万人次的中国游客
 访澳。中国游客每年给澳大利亚创造近40亿澳元(约合193.6亿元人民币)
 的经济价值。

为吸引中国游客,澳相关部门加大推介力度,并采取网上营销、提升旅游服务、
 完善旅游保险以及增加优惠政策等措施,使得中国成为澳第一大旅游收入来源国。

悉尼所在的新南威尔士州是中国游客在澳主要旅游目的地,游客人数、停留天
 数、消费金额都在迅速增长。该州旅游部门负责人桑德拉·奇普蔡斯说,在截
 至去年9月底的年度里,该州接待了44万人次的中国游客,比前一年增长8.6
 %;

中国游客消费额达15亿澳元(约合72.6亿元人民币),增长15%。

奇普蔡斯说,为了让中国游客感到愉快、放松和满意,澳旅游业界做了许多努力,
 如建立面向中国游客的新网站,帮助他们更好地规划旅程;澳商家广泛接受银联卡
 消费等。

钱中利告诉记者,澳很多酒店、旅游景点和餐厅都在“中国化”上下了大功夫:
 推出中式定制、中文旅游指南手册、网站增加中文介绍、饮食中餐化等。很多超
 市还增加了奶粉、保健品、蜂蜜等本土特色产品供中国游客选购,各地针对中国
 游客推出更多旅游个性化产品。

钱中利还表示,中国游客以往偏好跟团游,如今越来越追求特色、深度游,注重
 体验当地文化,自助游正成为主流。而在消费习惯方面,中国游客正从购买大量
 奢侈品、盲目跟风转为实用、理性消费。(张小军 张硕 赵小娜)

中国游客春节席卷日本 致部分机场宾馆饱和

春节长假是不少中国人与家人团聚的好机会,但也有不少人趁这个假期出国旅行。
 日本共同社报道,春节长假期间,中国游客席卷日本,不仅带来购物潮,使一些商
 场销售额创下纪录,也使不少宾馆和机场达到饱和状态。

位于首都东京的三越银座商场18日至20日免税商品销售额达到去年同期的
 3.4倍。商场宣传部门说:“销售额增长超过预期,而且,价格近100万日元
 (约合人民币5.3万元)的珠宝首饰等奢侈品也十分走俏。”在家电领域,除一
 贯畅销的电饭煲外,温水冲洗坐便器今年也大受欢迎。

一家生产家居用品的企业说,今年以来,海外规格的产品销量达到去年的两倍多,
 已增加生产。另外,日本的传统手工艺品也大受欢迎,岩手县特产“南部铁器”
 出现供不应求的情况。这些工艺品全靠工匠手工制作,短期内无法大量增产。

中国游客涌入致使日本不少热门观光景点附近宾馆和机场出现饱和情况。东京
 和京都的宾馆在春节长假期间几乎全部满员,导致住宿费上涨。大量外国游客
 为滑雪和观赏雪景前往北海道,致使有“空中大门”之称的新千岁机场出入境游
 客排起长龙。(欣 华)

英国奢侈品行业 瞄准春节商机

春节期间,许多中国人选择境外游,这也为海外奢侈品市场带来巨大商机。媒
 体报道,英国许多奢侈品牌为吸引中国游客还特意主打中国春节元素。英国哈
 罗德百货公司推出自己品牌的拜年红包;塞尔福里奇百货公司和奢侈品牌博柏
 利(Burberry)制作了印有中国书法的卡片和信封;设计师品牌薇薇恩·
 韦斯特伍德推出一款带有羊

形吊坠的项链;福特纳姆-梅森百货公司向用银联卡支付的顾客赠送礼物。

瑞士环球蓝联公司经理戈登·克拉克表示,近年来,中国人春节期间在英国的
 消费呈上升趋势,每位中国游客平均消费739英镑(约合7150元人民币),
 其中大部分用于购买奢侈珠宝、手表和名牌服装。

(刘 学)

进口提醒

因向中国出口纸尿裤 日本一港口吞吐量创新高

据《读卖新闻》报道,因向中国大量出口纸尿裤,日本山形县一座港口2014
 年的集装箱吞吐量创下历史新高。

位于日本东北地区日本海沿岸的山形县酒田港从2014年3月份开始,向中
 国出口由花王公司在当地生产的纸尿裤。2014年全年,酒田港进出口

集装箱吞吐量达到13799个,创下该港的最高纪录。其中出口集装箱为6
 933个,与2013年相比增加2.7倍,进口集装箱为6866个,同比增
 加1.3倍。包括纸尿裤在内的日用品出口集装箱为4134个,占进出口总
 量的近1/3,与2013年的38个相比增加108倍。纸尿裤出口量的增
 加提高了当地纸尿布工

厂原材料的进口需求,纸和纸浆的进口集装箱数由2013年的3个增加到1
 73个。

除去面向中国的纸尿裤出口因素外,酒田港国际集装箱运输次数的增加也是吞
 吐量增加的因素之一。该港口管理部门称,今后将进一步改善港口机能。(赵
 松)

编者的话:

春节是中华民族最重要的传统节日,也是中华文化的精华。近年来,随着中国对
 外文化交流的加深,春节正在慢慢地向世界性节日演变。越来越多“荷包鼓鼓”
 的中国游客,则是中国春节走向世界的重要“催化剂”。

有钱任性的中国游客,一度被一些海外人士戏谑地称为“会移动的钱包”。近
 年来,许多国家为了吸引更多中国游客,大大简化了中国公民的签证申请程序。
 春节是中国游客集中出游的“黄金周”,于是,美欧韩日的商家纷纷以中国
 年元素为卖点,各出奇招争抢中国游客。

走出去的中国游客触发了一系列的连锁反应。他们让国外酒店开始“中国化”,
 让巴黎的商场开始在周末营业,让中餐成为英国人喜欢的主流菜之一。在这个
 羊年春节,中国游客巨大的消费潜力,让国外的商场散发“喜迎中国羊年”的
 宣传册,让他国城市大街上竖着宣传中国春节的彩旗,让各种小羊图案成为诸
 多海外商品的装饰。难怪就读于纽约、悉尼等地的留学生,虽远在他乡,却依
 然能够感受到浓浓的中国“年味儿”。

什么是“年味儿”?挂红灯笼、吃团圆饭、发红包、舞狮等等,它们共同营造
 出的隆重节日气氛和温馨的家庭气息就是“年味儿”。中国春节逐渐成为一个
 世界性节日的过程,是“年味儿”被他国民众接受的过程,是中国文化获得世界
 认同的过程,也是中国以家庭为核心的传统价值观,逐渐被各国人民认同的过
 程。春节逐渐具有的“世界性”令国人感到自豪,同时,我们也应该意识到,
 在春节“国际化”方面,我们还要做很多工作。我们应当摒弃春节文化在演
 进中产生的一些陋习,让更多健康向上、富含文化气息的春节活动在世界范
 围内更好地传播,这样的中国春节也将带给各国民众更多的人文关怀。