



风 向 标

德国知名环保企业持续扩大对华合作

《柏林晨报》日前发表了柏林家族企业欧绿保公司总裁施伟策关于环保领域对华合作的访谈。施表示,环境问题在中国备受关注,“十二五”和“十三五”规划均把环保列为重点领域。中国已是全球产生垃圾最多的国家,城镇化进程仍在继续,未来十年垃圾数量将增加50%,因此对垃圾回收技术的需求十分迫切。欧绿保公司秉持开放与合作的

态度于上世纪90年代进入中国市场,2014年在华销售额2.24亿欧元,最近投标获得香港电子废料收集处理系统的大单。鉴于中国城市垃圾70%仍然靠填埋处理,欧绿保公司将向中国推广柏林最先进的生活垃圾处理技术,即将不可回收的生活垃圾转化为“绿碳”,提供给电厂作为基础燃料,有效减少城市垃圾对地下水和空气的污染。

亚非拉等发展中国家核能需求旺盛

2015年1月份,“金砖四国”之一的巴西有超过三分之一的州府突然断电,最后只好从拥有三座核电站的阿根廷购电以解燃眉之急。2015年2月,中国和阿根廷所签订的《关于在阿根廷合作建设压水堆核电站的协议》,被认为是中国“华龙一号”核电技术出口拉丁美洲的标志。

阿尔及利亚是目前非洲面积最大的国家,这里有北非最大的电力市场。作为非洲电力工业较发达的国家,阿尔及利亚政府计划在近几年投资270亿美元用于增加电力生产。当地媒体称,阿政府计划于2025

年建成国内首座核电站,以满足全国不断增长的电力需求。2015年4月29日,中核与阿尔及利亚签署了《中国核工业集团公司与阿尔及利亚原子能署核能全面战略合作协议》,揭开了中阿核能合作新篇章。

非洲第二大经济体的南非对电力的需求显得更加迫切,其电力供应正处于紧张状态。南非政府计划投入1万亿兰特(约等于763亿欧元)来建设更多的核电站,这将是南非史上最大的单笔采购项目。2014年12月,在南非祖马总统访华期间,国家核电与南非核能集团在北京签署了培训实施方案。

亚美尼亚对食糖进口没有限制

据亚媒报道,近日,亚财政部长哈恰特良对媒体表示,亚美尼亚对食糖进口没有限制。目前,亚99.9%的食糖由Alex Grig公司进口。此外,Grand Candy公司、可口可乐亚美尼亚公司以及其他一些公司也进口食糖,但仅限于其自身使用。哈恰特良说,食糖进口行业可容纳10至20

家公司,但由于Alex Grig公司在交通运输、价格折扣等方面占有不可比拟的优势,可以在国内市场以极具竞争力的价格销售食糖。他表示,这一现实并非政治决定的结果,也非权力机关和政府部门对其他市场参与者施压的结果。

(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



进 口 提 醒



越南全力打造世界一流大米品牌 抢占国际市场

近日,越南总理阮晋勇批准了《至2020年越南大米品牌战略及2030年愿景规划》,计划将越南大米打造成世界一流品牌,提高越南大米国际市场价值,抢占国际市场份额。

近年来,越南大米出口连续下滑。据了解,2012年,越南出口大米70万吨,出口额34.5亿美元;2013年出口大米660万吨,出口额29.5亿美元;2014年出口大米650万吨,出口额28.4亿美元。预计2015年越南大米出口与2014年保持稳定,约为650吨。

越南出口的大米以高质大米和香米为主,由于越南大米生产出的大米品质不均,存在一定质量问题,同时越南尚未创建大米品牌,在国际市场上缺乏竞争力。中国是越南大米出口的最大市场,

墨西哥是越南大米较具潜力的出口市场,随着中国增加低价多货源的大宗大米进口及墨西哥对进口米和稻谷征收20%和9%的关税,越南大米出口面临困难。提高大米生产质量,建立大米国际品牌成越南当前的首要任务。

据了解,越南欲塑造质量上乘、确保食品卫生安全的世界一流大米形象,提高生产商、进口商和国内外消费者对越南大米的认识。为此,越南鼓励各地方各企业提高大米生产质量,发展大米原料区,在国内外加大宣传越南大米形象,为提高越南大米竞争力、发展国际市场奠定基础。争取至2030年,越南出口大米生产区稳定、有效和可持续发展,品牌大米出口量达到占50%。

(李 南)

专利拍卖招商公告

受专利权人委托,北京金槌宝成国际拍卖有限公司将对下述专利(申请)权进行拍卖,欢迎报名参与竞买。详情可查阅该公司网站 www.jcbcpm.com,或致电010-57110083索取详细资料。

1.吊厢综合排列式摩天轮旋转立体车库(ZL201320576643.1)

2.一种精确定位人体管腔支架置入

器(ZL201320633003.X)

3.可中途回收的人体管腔支架置入器(ZL201420600456.7)

4.一种自动搓澡机(ZL201420278606.7)

5.高压锅过滤排气阀(ZL201420494717.1)

6.储室节能发动机(201310496671.7)

商 情 聚 焦



龙舌兰酒喝出中墨贸易多样化

未来,墨西哥龙舌兰酒可能会成为中国餐桌上的常客。

为增加龙舌兰酒在中国市场的份额,达到在未来5年内对华出口龙舌兰酒1000万升的目标,墨西哥全国龙舌兰酒业商会将在中国开展为期7个月的推介活动。活动于6月开始,墨农业部将投资1000万比索(约合67万美元)。该商会认为,从人口数量和消费习惯出发考虑,中国市场有着非常大的潜力,中国有望成为墨龙舌兰酒的第二大出口目的国。

墨西哥全国龙舌兰酒业商会预计,2015年该国龙舌兰酒对中国出口量将增长一倍,达到100万升。该商会会长路易斯·韦拉斯科称,今年八九月间墨西哥还将通过墨农业部农业市场发展销售服务局派出一个由15家龙舌兰酒生产企业组成的代表团访华。

拳头产品龙舌兰酒

龙舌兰酒是墨西哥的国酒,被称为“墨西哥的灵魂”。该酒是以龙舌兰为原料经过蒸馏制作而成的一款蒸馏酒,也是调制鸡尾酒的基酒之一。龙舌兰酒是墨出口创汇的主要产品之一,2014年墨西哥龙舌兰酒全国产量为2.42亿升,其

中71.16%用于出口。

路易斯·韦拉斯科坦言,能有如此业绩的一个重要原因是“龙舌兰酒已然成为一种全世界的时尚饮料”。中国市场潜力巨大,现在墨龙舌兰酒对华出口虽有明显提升,但相比于其他国家市场只能算刚起步。墨西哥全国龙舌兰酒业商会希望在5年内将龙舌兰酒的对华出口量提升至1000万升,接近出口总量的7%。

2013年中墨签署协议,中国取消对墨西哥龙舌兰酒的进口限制。此后仅一年时间,墨西哥100%纯度的龙舌兰酒对华出口就增长了104.2%,从5.2万升增加到10.7万升。墨西哥全国龙舌兰酒业商会副会长爱德华多认为,与威士忌和白兰地等洋酒相比,龙舌兰酒在中国市场的销量只是刚站在起跑线上。墨西哥业界期待在5年内,中国能成为其仅次于美国的第二大龙舌兰酒出口目的国。

商务部研究院国际市场研究部副主任、研究员白明表示:“墨西哥想要扩大本国特色商品在华销售的心情可以理解,但光靠推销还不够,要保证长期的稳定对华出口还要靠成熟的平台。”

提升中墨贸易多样化

龙舌兰酒对华出口大幅增加只是中墨贸易的一个缩影。在增进了解的基础上,中墨双边经贸往来更趋多样化,贸易总额显著提升。

据中国海关统计,中墨双边贸易额在1972年两国建交时仅为1299万美元,而2014年则达到434.61亿美元。目前,中国已是墨西哥第二大进口来源国和第三大出口目的地国,墨西哥是中国在拉美的第二大贸易伙伴。机电产品、运输设备、矿产品和汽车零部件是墨西哥对中国的主要出口产品。中国向墨西哥的出口,除传统的轻纺产品外,一些具有科技含量的信息产品、通信设备也开始进入墨西哥市场。

近两年,墨西哥开始大幅增加龙舌兰酒、肉类、海产品等对华出口,希望提高中墨双边贸易多样性。墨西哥国立自治大学中墨研究中心主任杜塞尔表示,2014年中墨贸易中,墨西哥从中国进口额与对中国出口额之比为11:1,贸易逆差较大,墨西哥正积极探索中国需要的产品,希望通过两国间日益深入的了解与合作发现更多互补的商品,就像龙舌兰酒那样。

(张 静)

商 事 平 台

马来西亚中小企业借国际网购平台拓商机

据《南洋商报》近日报道,马来西亚外贸发展局正计划通过网上贸易(E-trade)计划与其他国家电子市场(e-marketplace)如电子湾(eBay)、淘宝和亚马逊(Amazon.com)合作,让本地企业有更多网上贸易平台选择。

该局副总执行长祖基菲里宣布,外贸发展局与中国电商龙头企业阿里巴巴继续合作推出网上贸易计划。

外贸发展局于去年9月推出网上贸易计划,阿里巴巴是首个合作伙伴,已吸引了马来西亚283家中小企业加入,希望今年

能有2064家中小企业加入,以刺激马来西亚中小企业在国际市场的出口增长。

祖基菲里表示,该局今年会着重吸引年轻人以及女性企业家加入此计划。“任何行业的企业,如餐饮、家具、时尚等领域都可以加入,使用网上贸易,在不受时间地点限制下将其产品或服务推广至全世界。”

目前共有50万家马来西亚公司使用阿里巴巴服务,但仅有大约700家公司注册为全球金牌供应商(Global Gold Supplier)会员。

祖 基 菲 里 指 出 , 科 尔 尼 (AT

Kearney)公司的一项调查显示,东盟电子商务正处于起步阶段,在2014年仅约有少于1%的零售业提供网购服务。他说,年轻人口占据东盟67000万人口的29%,是很大的市场,该调查预计2013年至2014年东盟六大经济国的电子商务增长将达25%。他也指出,马来西亚零售电子商务市场价值预计有45亿马币。“马来西亚网络用户预计有2000万人,占总人口的67%。其中有1600万人使用网购服务,占80%,由此可见马来西亚市场有很大的网络销售商业机会。”

(李 琪)

“80后”中国游客成韩流通业营销新目标

据韩国媒体报道,访韩中国游客逐年增长,年龄段也趋于“两极化”,较年轻游客热衷跟团游,年轻游客更喜欢自由行。流通机构根据这一特点,分析年轻游客们在韩期间的移动路线,在首尔东大门、仁寺洞、明洞、南山等景点开展有

针对性的市场营销,将目标瞄准“80后”。

据韩国旅游发展局发布的数据显示,2013年访韩中国游客中,自由行游客比重达到57.2%,超过团体游。其中“80后”是自由行的主力,大多在来韩之前通过网络和SNS社交平台做足功课,有针

对性地来韩“血拼”,或是来一场美食之旅。根据这一特点,各大商家将市场营销的目标瞄准“80后”。如希杰Food Ville表示,在“80后”游客集中访问地区,将有针对性地增设卖场,推出量身打造的市场营销计划。

(罗 素)

出 口 警 示

中国超乌克兰成欧盟最大中厚板进口来源国

近期,欧洲钢铁经销商协会主席GeorgesKirps表示,今年一季度欧盟中厚板进口量同比激增近60%,为69.4万吨。其中,中国资源增长明显,中国取代乌克兰成为欧洲最大中厚板进口来源国。

2014年,乌克兰对欧盟出口中厚板71.8万吨,而中国紧随其后,对欧盟的中厚板出口量翻番至70.6万吨。去年,中厚板进口量排名前三位的欧洲国家分别为西班牙、意大利和比利时,进口量分别为32万吨、31万吨以及29万吨,而德国、荷兰和

法国中厚板进口量较少,分别为5万吨、6.1万吨以及2.4万吨。

不过,尽管欧盟中厚板进口量快速增长,且进口量与出口量间的差距正在缩小,但欧洲仍是中厚板净出口地区。2014年,欧盟出口中厚板230万吨,同比增长35%,主要出口目的地为美国、土耳其及俄罗斯,出口量分别为58万吨、34万吨和34万吨。

欧洲贸易商表示,油价处于低位导致能源行业投资低迷,欧洲中厚板需求

复苏缓慢,加之越来越多的进口资源进入欧洲市场,欧洲中厚板市场受到的冲击较大。得益于欧元贬值,去年开始欧洲中厚板生产商已开始寻找更多的出口机会。

据市场消息,目前部分中国出口至欧洲的S235中厚板出口报价可能低至380欧元/吨(CFR),乌克兰中厚板出口报价比中国高约40-50欧元/吨,西北欧本地钢厂S235中厚板出厂价为480-490欧元/吨,近两月下滑10-15欧元/吨。

(赵 刚)