

商务发展“十三五”规划印发实施

本报讯 商务部新闻发言人沈丹阳在5日的例行发布会上表示,商务部组织编制的《商务发展第十三个五年规划纲要》已经印发实施。《纲要》共12章44节,围绕全面建成小康社会宏伟目标提出“十三五”商务发展目标,提出了内贸流通、对外贸易、利用外资和对外投资4个方面的14项具体指标。

《纲要》提出,到2020年,内贸流通现代化水平显著提升,社会消费品零售总额接近48万亿元,年均增长10%左右;高层次开放型经济体系基本形成,服务贸易超过1万亿美元,利用外资规模不低于“十二五”时期水平,对外投资五年累计达到7200亿美元。

◆数据播报

1000亿美元 中国游客对澳经济作贡献

本报讯 澳大利亚中国工商业委员会(澳中商会)日前发布报告称,从2010年到2015年,赴澳中国游客人数以年均19%的速度增长。中国游客赴澳大利亚旅游,以及包括教育和投资等活动在内的再次消费,成为助推澳经济增长的重要因素。到2025年中国游客对澳大利亚经济的贡献将达到1400亿美元(约合1005亿美元)。

报告指出,在被访问的中国游客中,46%表示曾多次赴澳旅游,64%表示将会到澳大利亚留学,43%有意在澳投资房产,38%希望与澳大利亚企业开展商务合作,97%表示从澳大利亚回国后会继续购买澳大利亚产品和服务。(翁东辉)

8项 中国产品 世界占有率居首位

本报讯 《日本经济新闻》4日发布的最新调查结果显示,中国生产的风力发电机、太阳能电池、洗衣机、冰箱等8项产品在全球市场占有率居首位。

在日本经济新闻社实施的2015年国际市场占有率调查中,去年国际市场新增风力发电机的一半需求来自中国,中国金风科技股份有限公司的市场占有率增加了3.8个百分点,达12.8%,一举夺得首位。海尔集团夺得冰箱和洗衣机的国际市场占有率双料冠军,联想集团个人电脑的市场占有率世界第一。(钱铮)

◆进口提醒

缅甸大米质量影响 对华出口目标

据缅甸商务部贸易司司长吴彦彦透露,2014年,中缅两国达成中方进口10万吨缅甸大米的协议。根据具体合同内容,缅甸大米需达到中国质检总局的质量规范,包括化肥使用、收割时间、仓储、包装及要求海运等,截至目前只完成了3万吨指标,主要原因是大米质量等不达标。

另据缅甸大米协会秘书长吴丹乌表示,与上述需符合质量标准、通过海运合法出口形成反差的是,缅甸米商更热衷于通过边境口岸,没有质量要求且量大费用低的出口方式向中国销售大米。

中国是缅甸最大的大米出口市场,其中,通过边境口岸的出口量占出口中国大米总量的93%。

墨西哥看好中国猪肉 消费市场

墨西哥农业部国际事务总协调员乌尔蒂亚加表示,7月14日,墨将对中国首次出口猪肉,本次“开放”是双边关系的积极信号。这标志着中国对墨西哥猪肉质量的认可,墨西哥猪肉产品符合中国质检要求。

据悉,目前中国认证的5家可对华出口猪肉的墨西哥企业为:索罗纳州FRIGORIFICO KOWI集团、索罗纳州SONORA AGROPECUARIA集团、索罗纳州GRUPO NORSON集团下属两家生产企业和圣路易斯波多西州GRISA集团。

本次墨出口企业为索罗纳州的GRUPO NORSON集团。该集团总经理桑切斯表示,相信中国市场将成为墨西哥猪肉产业的新的增长点,对华出口潜力较大。中国是世界第一大消费市场,墨西哥猪肉、副产品和内脏在华销售预期看好。

今年1至5月,墨西哥猪肉出口41900吨,出口额1.64亿美元,预计2016年全年出口10万吨。

(本报综合报道)

元;国际经济合作竞争新优势明显增强,以技术、标准、品牌、质量、服务为核心的对外经济新优势逐步建立;国际经贸关系全方位拓展,中国更加积极主动参与全球经济治理,提出更多中国方案,影响力和话语权显著提升。

着眼于推进商务领域供给侧结构性改革,《纲要》提出九大任务和三大新战略。九大任务包括:形成商务发展新体制,提升流通信息化、标准化、集约化水平,促进消费结构升级,实施优胜劣汰战略,完善跨境投资布局,推进“一带一路”建设,加强区域协同开放,深化开放包容、互利共赢的国际经贸关系,统筹对外开放与经济安全。三大战略是,实施外贸优进

优出战略、流通升级战略、国内外市场一体化战略。

《纲要》还提出了26个重大工程项目,作为“十三五”时期商务发展的主要抓手。其中包括,实施自由贸易试验区建设、商务综合监管执法体系建设等重大工程项目,电子商务进农村、智慧供应链创新行动等重大工程项目,国际消费城市建设、重要产品追溯体系建设等重大工程项目,培育外贸品牌、跨境电子商务综合试验区、服务贸易创新发展等重大工程,国家级经开区创新发展、境外经贸合作区创新等工程,和京津冀市场一体化建设、长江经济带商务引领等重大工程项目。沈丹阳介绍,《纲要》主要有五大

新亮点:第一大亮点是创新、协调、绿色、开放、共享发展理念贯穿《纲要》各领域、全过程。第二大亮点是紧紧围绕全面建成小康社会宏伟目标提出“十三五”商务发展目标,指标在设置上强化了结构调整、提高质量和效益的导向。第三大亮点是着眼于推进商务领域供给侧结构性改革,提出了九大任务和三大新战略。第四大亮点是提出了一批重大工程、重大项目和重大政策。第五大亮点是提出了实施《纲要》政策上要突出“三个更加注重”:即更加注重使市场在资源配置中起决定性作用和更好发挥政府作用,更加注重政策的精准性和精细化,更加注重市场与政府作用的互补配合。(赵静)



澳商家借微信打开中国市场

据澳大利亚《悉尼先驱晨报》4日报道,越来越多的澳大利亚商家利用微信平台销售商品,认为微信是打开中国市场的利器。

报道说,悉尼一家连锁店的电子商务经理拉尼娅·阿瓦德每天都会通过微信联系客户,而这些消费者大都在中国。阿瓦德说,他们药店的微信账户自去年11月注册以来,好友已经超过1万人,其中七成是好友生活

在中国,其余的是讲中文的澳大利亚华人。

阿瓦德说:“我们可以利用微信直接与客户交流,如果有什么问题我们能马上知道,这也能增进与客户的信任。”这家药店还通过微信平台发送包括保健品和奶粉在内的热销产品信息,这些措施使药店销量大增。

澳大利亚专注于中国市场的数字营销公司“思考中国(ThinkChina)”的

本杰明·孙表示,由于微信功能齐全,比西方类似应用软件更能集成电子商务,消费者可以直接通过应用软件购买商品,而不用在网页中填写银行卡信息。

本杰明·孙认为,超过200万名微信用户住在澳大利亚或定期来澳,因此对于尚未进入中国市场的澳大利亚商家来说,微信是个非常好的平台。(郭阳)

韩妆标上中国“网红”后销量激增

自去年10月用“papi酱”的名字在微博上活动之后,毕业于中央戏剧学院的姜逸磊已经拥有1600万名粉丝。今年3月,她获得了真格基金、罗辑思维、光源资本和星图资本共计1200万元的融资,投资者对她的估值是1.2亿元人民币左右。

姜逸磊是今年的“网红”之一。在中国的社交媒体上,拥有至少50万粉丝的人被称为“网红”。“网红”趁着“K-BEAUTY”热潮,成为韩国流通企业进军中国内需市场的重要代言群体。

尤其是化妆品等和零售有关的品牌实实在在享受到了“网红”经济效

果。爱茉莉太平洋的韩方洗发水品牌吕,最近邀请了中国美容领域的10名“网红”,为他们提供从头皮护理到洗发和彩妆的“全套服务”。在5天4夜的访韩日程中,“网红”们参观了购物中心、免税店等3家企业,并分别在各自的社交账号上发表了日记。两个月后,吕在中国的月销售额创下1300万元纪录,和前一年同期相比,增长了6.7倍。

吕品牌的相关人士说:“看到销量激增,切实感受到了传闻中的‘网红’效应。我们计划本月中邀请‘明星级网红’,将活动的全过程拍摄成视频,为产品造势。”

韩国现代百货商店去年每个月都邀请一次“网红”前来造势,共邀请了60名“网红”到现代Premium Outlet金浦店。结果,今年初外国游客的销量比重增长了一倍(4.1%)。新世界百货商店去年5月在“网红”造访韩国后一个月间,中国微博的粉丝数就增加了100万人,化妆品品牌菲诗小铺也邀请了5名“网红”出席与歌手秀智一道举行的美容演唱会,创下了200万次点击量。

崇实大学教授(前韩国流通学会会长)安承浩说:“就现阶段来看,中国消费者很信赖并容易接受‘网红’的评价,因此韩国企业应该寻找利用他们的方案。”(文静)

国际移民组织(International Organization of Migration,简称IOM)于6月30日举行特别理事会,以协商一致的方式批准中国的加入申请,中国正式成为该组织的第165个成员国。这一消息在国内引起广泛关注和讨论。

当初中国加入世界贸易组织,实现了对国际经贸关系的有效调节,极大地消除了中国与世界各国之间的贸易壁垒,保护了我国企业的合法权益,促进了我国对外贸易的发展和扩大利用外资,同时推动了我国市场经济体制的规范发展,使得中国经济更好地融入世界经济。在笔者看来,加入IOM同样具有深远意义。

习近平主席在外交领域曾多次强调“国之交在于民相亲,民相亲在于心相通”。随着经济发展,中国在人口输出的同时,也成为新的移民目标国。移民的融入将带来国家之间深层次的友谊,经贸合作、人文交流等也将更加频繁。通过加入IOM广泛参与到全球治理的决策和行动中去,将有利于重塑外界对中国的认识,建立真正的全球身份认同。开放包容的中国大国形象也将吸引更多国际化高端人才移民中国。

从国内层面上看,维持经济高速增长,必然需要与年龄结构相适应的劳动力,在年轻劳动力需求和人口规模控制之间寻求平衡,是欧洲发达国家和一些亚洲新兴国家共同面临的难题。在贸易自由化与资本全球流动带来的经济红利不再突出时,人才流动浪潮的作用愈加明显。《世界移民报告2015》也指出,“移民参与和移民融入对建立稳定、开放、生机勃勃的社区不可或缺,也影响着一个国家社会经济的未来。”由此可见,好的移民政策有助于经济的再次腾飞。

从国内情况来看,中国的就业压力主要来自经济转型升级过程中产生的结构性供需差异,亟须广泛吸纳各类高端人才和国际化人才,从而带动创新发展,促进就业,并更好地践行“大众创业、万众创新”的时代需求。中国在今年已陆续颁布三个重要文件,旨在加大引进外国人才力度。在我国目前尚未建立起完整的移民法律体系和管理机制的情况下,中国加入IOM,有利于我国加强与国际组织和其他国家合作、交流,借鉴移民领域的国际先进经验,建立移民局等专门机构,提供更加有效的移民服务和管理,建立规范、完善的国内外移民管理体系。这将为我国“广聚天下英才而用之”提供更多可能,将为我国赢得人才大战提供很好的机制,从而更好地解决国际人才引进相关的移民问题,更加广泛、高效地吸引并留住全球人才,实现具有国际竞争力的人才制度优势。

在知识经济时代,人才是创造财富最稀缺、最珍贵的资源,谁抢占了世界高科技人才的制高点,谁就将执世界新经济发展的牛耳。中国加入IOM,将为中国引入新的经济红利。

◆地方扫描

内蒙古阿尔山打出产业组合拳

“一瓶喝的矿泉水卖几元钱,一瓶往脸上喷的水卖几百元,附加值大不一样。”刚刚从德国考察回来的内蒙古阿尔山某矿泉水公司董事长杨云飞,深刻意识到挖掘当地水资源附加值的重大意义。阿尔山矿泉水世界闻名,杨云飞计划以优质矿泉水为原料研发化妆品、特色理疗水、美容水等产品,将阿尔山打造成为健康产业示范体验地。

矿泉水企业的转型仅仅是阿尔山市转型发展的一个缩影。阿尔山市因林业砍伐而生,但随着林业资源的不断减少以及林业政策的调整,一度陷入困境。近年来,阿尔山市结合自身资源和政策优势,着力打造水产业、种养殖业、特色农牧业、旅游业、口岸产业等“五大产业”,取得了良好的效果。“五大产业如同五驾马车,多管齐下,推动了我们的快速转型发展。”阿尔山市负责人介绍。

在五岔沟镇,一坨坨树苗打好包装后将被运走。苗圃老板法库兴奋地说:“我们这的树苗每年都能卖上好价钱,因为我们的苗根系发达、顶芽饱满、抗逆性强、成活率高,很受欢迎。”据统计,五岔沟镇各类苗木存圃量9000多万株,每年销售苗木2000多万株,年产值1000万元。

“阿尔山要发挥种苗产业的带动作用,推动林下经济和特色种养业的发展,推进林业企业和林业职工的转产转型,鼓励更多的林业职工走上绿色致富路。”

宇通畅行古巴 夺九成市场份额

古巴哈瓦那东部140公里的伊卡科斯半岛上,绵延20公里的洁白沙滩构成了世界著名的魅力海湾巴拉德罗。这里聚集着全球各地慕名而来的大量游客,而他们所乘坐的旅游大巴居然是清一色的“中国宇通”。

古巴旅游运输集团TRANSTUR公司技术总监阿里埃尔就说:“这一现象并不奇怪,在古巴公交及客运市场上,宇通的占有率在90%以上。”

近几年,我国出口客车中,宇通连续多年稳居行业首位,在委内瑞拉、智利、乌拉圭等国家都已拥有较高的市场占有率。截至2015年底,宇通海外市场累计销售超过41000辆大中型客车,成为“郑州制造”、“中国制造”开拓海外市场的典范和引领者。

2005年,宇通开始对古巴出口客车,首批12台。至2016年2月,宇通累计向古巴地区出口客车5827台,车型覆盖城市公交、长途客运、劳工及校车、旅游车等。

“我们在古巴经营十年后,现已拥有32家忠诚客户,包括古巴两家大型旅游运输公司、公交公司、省际客运公司、通勤车公司、校车公司、机场摆渡车公司等。”宇通客车驻古巴办事处主任方明亮表示,“古巴模式”是宇通拓展海

外市场的典型模式,随后也被运用到其他海外市场。

据方明亮介绍,该模式的第一阶段是2005至2007年,依靠“动手修理+人海战术”。那时的主要客户为古巴国家客运公司等个别企业,宇通就在对方公司直接办公,形成了简易的质保库。第二阶段是2007至2012年,客户增加后,宇通开始设立海关监管仓库及自有仓库,尽可能提供200公里半径服务,保证技术服务和配件及时到位。第三阶段是2012年之后,完善服务网络和站点。目前,宇通在古巴建有配件中心库,缩短了配件供应周期;建设了2个大型维修中心和14个服务站,并配备流动服务车辆,随时为运营中发生故障的车辆进行检修服务。

方明亮提到,古巴属于高盐高温高湿的“三高”气候,刚出口到古巴的汽车使用一两年后出现“流黄水”现象。得知这一情况后,宇通高层决定投入大笔资金进行车辆设计改造,采用了世界先进的车架和车身整体电泳涂装技术,使得车辆使用性能得以保障。古巴用户的车辆使用习惯和中国不同,如果车辆脏了,司机可能会使用海水进行冲洗,所以对车辆的防腐性能也有特殊要求。为了更好地适应当地市场需求,宇

通多次抽调大批优秀技术人员赴古巴考察,并与古巴客户联合攻关,对销售到古巴市场的产品进行有针对性的技术改造。

古巴公交公司总裁Caballero向记者介绍,2005年至今,该公司采购了宇通客车总计777台,主要为两大车型:主线路的铰接车和12米长的普通车。“考虑到政府审批以及资金等问题,起初我们的采购量并不多,但宇通仍派服务人员耐心指导,包括配件和培训做了不少工作。近几年采购量逐渐稳定,约为每年90台车,彼此合作也更为深入。”

方明亮还举了另一个例子:“古巴机场摆渡车市场一直是宇通希望进入的领域之一。客户原来用的是其他公司的摆渡车,但是出现了一些故障。宇通并没因为不是宇通的品牌而拒绝服务,反而帮助其进行车辆检查并及时解决了空调和油路问题。客户深受感动,去年首次购买了宇通型号为6140的机场摆渡车。”方明亮说,虽然是一台车,一个客户,但公司依然会每个月驱车去客户那边看一次,每两周打



电话询问情况。“机场距离哈瓦那市区要60公里左右,路程不短,但宇通依然会尽心尽力。热诚的服务换来了客户的信任,机场后来决定采购7台宇通的摆渡车。”

宇通客车董事长汤玉祥表示,目前宇通已在拉美地区由供应商变为了投资建厂、合作生产的本地企业,由产品输出、技术输出再到人才、管理的输出,用更广阔的思路和战略辐射拉美多国。

(王佑)

引人才就是引经济红利
陈璐