

# 原油期货上市利于金融市场更加开放

■ 本报记者 张凡

摩根大通很高兴在中国原油期货合约上市之日,第一时间向我们的客户提供这一振奋人心的期货产品。中国是世界最大的原油进口国,人民币计价原油期货合约的推出是中国期货市场发展的一个重要里程碑。摩根大通全球清算亚太区主管大卫·马丁(David Martin)在中国版原油期货挂牌交易后接受《中国贸易报》记者采访时表示。摩根大通期货有限公司首席执行官魏红斌则说:原油期货合约是中国期货市场首个允许境外投资者参与的期货品种。凭借摩根大通在全球期货市场的领导地位和业务专长,以及与世界投资者的深度合作关 系,我们能够更好地助力中国期货市场进一步发展。

作为全世界唯一拥有一揽子联合国产业分类中全部工业门类的国家以及全球最大的贸易国,中国推出自己的原油期货产品意义重大,有利于形成完整的闭环,更是人民币走向全面开放的重要标志。著名经济学家宋清辉对记者表示,中国版原油期货有自己的鲜明特点,表现在以下三个方面:一是“三化”,即交易国际化、交割国际化和结算环节

国际化,更加方便境内外交易者高效参与;二是不含“两税”,即计价为不含关税、增值税的净价,此举最大程度避免了税收政策变化对交易价格的影响;三是“人民币计价”,同时也接受美元等外汇资金作为保证金使用。此外,依托保税油库、采取实物交割的“保税交割”方式,也有利于国际原油现货、期货交易者参与交易和交割。

历时17年之久,原油期货终上市,可谓“苦心人天不负”。在这背后,上海自贸区功不可没。业内人士表示,上海自贸区在金融方面先行先试,加速了原油期货上市的进程。宋清辉和中国人民大学重阳金融研究院研究员卞永祖都表示,原油期货上市是除了自由贸易账户之外,上海自贸区在金融领域开放取得的又一重大突破。

卞永祖告诉记者,上海自贸区作为我国金融改革的试验田,其制度创新能够为原油期货等金融市场交易提供便利化支持,可以帮助企业灵活运用各类账户及资金池,进行与贸易相关的结算、融资、汇兑等活动。目前,在上海自贸区内,境外企业可开立人民币自由贸

易账户,办理经常项目和直接投资项下的自由兑换业务,简化了区内企业境外股权投资操作流程,提高了投资效率。在未来条件成熟后,随着外汇账户的启动,企业的资金划转会更方便。也正是自由贸易账户的开设,为企业进行境外投资、贸易、汇兑提供了便利。通过自由贸易账户,企业可以利用境内、区内、境外3个市场,实现资源的最优配置。所以说,自贸区为原油期货的挂牌提供了制度、设施等方面的便利。

上海国际能源交易中心(INE)原油期货在上海自贸区挂牌“梦圆”,是资本市场最佳的选择。上海自贸区对外开放又迈出了重要一步,是一项具有新时代特色的创新。今后,境外交易者可用外汇冲抵原油期货保证金,境内外投资者也首次实现了无特别限制的同台交易。在宋清辉看来,未来,预计原油期货上市与自贸区之间还会有更加深入的配合,以推出更多更优惠的金融创新产品,丰富市场投资者的选择。不过,他也指出了上海自贸区目前存在的一些问题,例如,上海自贸区在金融创

新方面面临的法律冲突挑战不容忽视,实行金融“特区”的效果可能难以受控。

建设原油期货市场必须基于国际原油现货贸易,遵循“国际平台、人民币计价、净价交易、保税交割”的基本思路,围绕如何引入境外投资者完善相关配套政策。卞永祖说,在上海自贸区,我国目前仅出台了地方性法规《自贸试验区条例》,为上海自贸试验区在操作层面提供了依据。为此,我们还应在更高层面进行立法,赋予自贸试验区更高的权威和协调能力。目前,上海自贸区相关的立法进程并未跟进,区内新的贸易业态、新的管理模式、新型案例和疑难问题缺乏对应的适用法律。

原油期货的挂牌将大力推动我国金融的改革开放,必然带动上海自贸区的更快发展,也会带来更多机遇,比如在人民币国际化、吸引国际投资者方面,对上海国际金融中心的建设将提供更大动力。当然,这也会给自贸区带来人才等方面的挑战,上海应该尽快出台优惠措施,吸引高端金融人才。卞永祖说。



这是中国企业姚明织带在印度港口城市维沙卡帕特南设立的瑞落丝织带饰品有限公司的工作场景。短短几年时间,公司已带动当地数百名女工实现家门口就业,并成为中印经贸关系互利共赢的缩影。

(张兴军)

## 《“一带一路” 年度报告(2018)》以理以例服人

本报讯《“一带一路” 年度报告:智慧对接(2018)》(下称《“一带一路” 年度报告》)发布暨专家研讨会近日在京举行。与会嘉宾围绕“一带一路以理服人”“一带一路以例服人”两个话题进行了交流和研讨。

针对“一带一路”建设前期项目情况,中央党校国际战略研究院教授、《“一带一路” 年度报告》主编赵磊与团队合作设计了中国首个“一带一路”早期项目动态评估指标体系,涉及6个一级指标、19个二级指标、81个三级指标,并在此基础上提出了今后推进“一带一路”建设的对策建议。

中联部当代世界研究中心主任、一带一路“智库合作联盟”秘书长金鑫指出,“一带一路”话语体系的建设仍然在路上,要把“一带一路”倡议放在世界发展的大背景中去认识和定位。行走在丝绸之路之路上,真正用“思路”来建设“丝路”。

赵磊表示,五年前,“一带一路”中国倡议,现在已经成为国际共识。“一带一路”凝聚了全球智

慧,为经济失势、政治动荡的世界注入了更多积极的确定性,彰显了中国国际影响力、感召力、塑造力。

中国人民对外友好协会民间外交战略研究中心主任李新玉以美国嘉年华集团旗下“盛世公主号”率先开辟海上丝绸之路航线为例,强调推进“一带一路”必须用好民间外交,讲好中国故事,促进民心相通,向世界展现一个真实、立体、全面、开放、友好的中国,在润物细无声中扩大我们的“朋友圈”。

《“一带一路” 年度报告》始终坚持聚焦城市、企业案例,赵磊坦言,推进“一带一路”要以理服人、以利服人,还要以“例”吸引人。

中铁二局集团副总经理崔江利介绍了中铁二局埃塞俄比亚市场和亚的斯亚贝巴轻轨项目实施情况。他讲述了中国企业在走出去过程中遇到的风险和机遇。同时他建议,中国企业在走出去过程中,要更多推进深层次合作,抱团出海,形成优势,实现共赢。

(王伟娜)

## ◆出海记

### 中国化工旗下公司在挪威上市

本报讯 据外媒报道,日前,中国化工集团公司旗下中国蓝星所属海外企业、硅产业生产商埃肯公司(Elkem)顺利完成IPO,在挪威奥斯陆证券交易所上市。

据悉,此次埃肯上市募集的资金将部分用于并购中国蓝星旗下两家国内企业,江西蓝星星火有机硅有限公司和蓝星硅材料有限公司。此次并购将使埃肯成为一家真正的国际化企业,业务及收入更多元,并在中国这一高速发展市场搭建重要增长平台。

据了解,埃肯公司已有110余年历史,在硅材料领域拥有全球领先的技术及市场优势。2011年4月,中国蓝星成功收购埃肯。2015年,埃肯公司并购位于法国里昂的蓝星有机硅公司(后于2017年更名为埃肯有机硅),成为市场定位独特、具备涵盖金属硅到特种有机硅产品完整价值链、提供有机硅创新解决方案的供应商。目前,埃肯

公司业务已拓展至高质量有机硅产品、硅材料解决方案以及向本地客户提供特种铸造合金和碳素材料的全套产品服务。

中国化工集团公司董事长任建新表示,中国蓝星成功推动埃肯转型升级成为一家全球化、高价值的硅产业专业公司,上市是转型过程中顺应发展并且非常重要的一步。上市后,蓝星将继续支持埃肯业务持续发展,强化所有细分业务领域的市场地位,为客户提供全方位的服务。

蓝星公司首席执行官、埃肯董事会主席迈克尔·柯尼希(Michael Koenig)说:埃肯的成功上市是公司整合资源成为全球有机硅领先企业的阶段性成果,法国的技术和市场定位、挪威的精细化管理及卓越运营、中国的发展战略和快速执行力,这样的有机结合使公司能为全球客户提供独一无二的产品和服务。(姜欣)

### 阿里巴巴或考虑收购巴基斯坦电商

本报讯 据相关人士称,阿里巴巴正考虑收购Rocket Internet在巴基斯坦的旗下零售电商Daraz,以扩大在亚洲的影响力。该人士称,两家公司正就Daraz的收购价格谈判,商讨仍处于早期阶

段。阿里巴巴发言人拒绝发表评论,Daraz亦未有响应。

Rocket Internet于2007年成立,总部设在德国柏林,专为海内 外企业提供电子商务技术咨询和资本运作服务。(陈华)

## 白酒业走出去需按国际市场改良

本报讯 2018年,中国白酒业能否延续火热?在日前举行的2018中国国际酒业发展论坛上,行业专家及企业代表就行业发展给出了自己的看法。多位业内人士强调,从去年下半年开始,中国白酒行业复苏信号明显,2018年中国白酒业将进入新的确定性增长轨道,迎来新的发展周期。

中国酒业协会理事长王延才认为,从去年下半年开始,尤其是在名酒企的带动下,中国白酒行业复苏

信号明显。业界普遍认为,2018年中国酒业将进入新的确定性增长通道,迎来新的发展周期。

从“产业为王”到“产品为王”,中国酒业即将进入“消费为王”的时代。王延才补充说,除了产品品质的地位一如既往外,王延才认为,酒类营销渠道对互联网工具的利用率还很低,O2O的新零售商业模式未来成长空间巨大。在消费端层面,酒类消费正从被动式商务分享向个人享受型转变。

中国酒业协会副理事长宋书玉强调,近年来,市场对白酒品牌与品质的表达五花八门,对品质和品牌的真实内涵表达不够充分。未来的酒业要求我们必须构建中国酒,尤其是中国名酒和好酒的新品质和价值表达体系。比如产区表达、酒庄表达及标准体系表达等。宋书玉说。

论坛上,国际化成为中国白酒产业的关键议题。近年来,白酒走出去成为中国酒企尤其是名优酒

企的共同追求,但在出海过程中,各大酒企却面临着不同程度的难题。

中国已经成为一个不折不扣的高度国际化的酒业市场。宋书玉表示,在中国,酒被界定为普通食品,所以无论哪个国家或地区的酒来到中国都是一路畅通,而中国酒进入国际社会就面临层层关卡。当中国企业在进行国际化探索时,家门口已成为一片国际酒的红海。

泸州老窖股份有限公司常务副总经理王洪波表示:中国白酒进军国际

市场的优势除了品牌、文化外,另一大优势就是价格。但以泸州老窖出口白酒产品到某国为例,由于高赋税,我们在该国的产品批价往往能达到离岸价的3倍。

王洪波认为,中国白酒要出海,首先行业要抱团,国家要支持。其次,企业讲述白酒文化与故事的方式方法要有所改进,在识别符号、度数及口感等层面也要作出适应国际市场的改良。

(陈星)

### 小猪 海外行：

## 融合资源是基础 延伸服务是关键

■ 本报记者 孙允广

在国外短租平台忙着拓展中国市场的同时,中国本土的短租平台也加大了迈向海外市场的步伐。近日,小猪短租与知名在线旅游平台agoda(安可达)联合宣布,

双方将在房源打通、技术与服务创新、品牌营销等领域展开多项合作。目前,双方已开始向对方平台输出优质民宿房源,首批数量预计超过10万套。

这是一次优势互补的共赢合作。小猪短租联合创始人兼CEO陈驰认为,未来,随着出境游和入境游的快速发展,民宿平台必须具备为全球用户提供优质服务的能力。安可达在世界众多市场的成功经验,尤其是在亚洲地区的突出成绩,将为小猪的国际化步伐注入动力。

公开资料显示,安可达作为Booking旗下的预订平台,可提供超过180万家住宿房源,成为中外

游客旅行的首选平台之一。中国贸促会研究院国际投资研究部主任刘英奎在接受《中国贸易报》记者采访时表示,资源共享能够互惠。小猪与安可达双方,安可达在东南亚国家拥有大量酒店房源,小猪与其合作能够扩大东南亚国家市场;同时,一直未能在中国市场打开局面的安可达也可以借机布局中国市场。

当前民宿领域快速发展,个性化的民宿和酒店是旅游住宿选择的一种趋势。目前阶段短租民宿领域仍处于“跑马圈地”时期,谁掌握更多的房源谁就能获得更多的市场份额。刘英奎表示。

除了扩大平台、增加房源及流量入口外,平台型企业还应提高为用户服务的能力,提升用户住房体验。小猪短租副总裁孙朝晖表示,双方合作后,不是简单地对平

台房源进行“互搬”,而是要对信息进行本地化处理。比如将海外房源的资料信息表译成中文以适合中国人阅读,并提供中文入驻指南等;再比如,当旅客因为语言、生活习惯等因素遇到入驻障碍时,可通过小猪的服务直接解决。

据了解,小猪与安可达的合作房源上线前,小猪短租均会对客服体系进行进一步升级。用户在小猪短租预订海外安可达房源时,将由小猪的中文客服、客服机器人提供服务,小猪也会把安可达平台上的点评信息作为房源初始排序依据,而当外国用户从安可达平台预订小猪短租的房源时,安可达也会提供相应的服务。

孙朝晖认为,“用户入住在海外房子时,能不能得到有效的服务保障,是海外业务能否进行下去的充分条件。他表示,通过搭建支付

桥梁、减少语言沟通问题、提供周全服务等,我们把中国用户入住海外房源的障碍进一步降低。

实际上,在出境游蓬勃发展的环境下,分享住宿的全球化竞争也在悄然提速。国外在线短租平台已经进入国内,中国平台走向世界也是大势所趋。此前,国内短租平台途家就宣布布局日本房源,并收购了大鱼自助游以加码海外民宿业务,蚂蚁短租也针对海外民宿有所布局。崛起的中国在线短租平台,该如何长久发展呢?

孙朝晖认为,没有必要有倾向性的角度去看待与国外平台的竞争。目前,中国在线短租的旅客客群占比并不高,因此,从房源、布局而言,各平台均有进入市场的好机会。短租平台面临的主要问题是,在快速增长过程中,能否进一步提升服务的标准,为客户带来服务附

加值,得到消费者的认可。

刘英奎表示,“寻求国际合作,促进国际、国内一体化发展成为中国企业的一种重要发展趋势。短租平台走出去能够更充分地利用国内闲置房源,带动国内旅游业发展,小猪短租的模式值得推广和借鉴。但目前,中国短租市场尚处于发展初期阶段,市场规范和服务标准有待进一步完善,引入国外合作平台后,企业应尽快补足短板,提升服务质量。

刘英奎特别提醒企业,在布局海外市场过程中,走得快还应走得稳。企业要不断地对自身产品进行“微创新”,输出更多的服务价值,达到增长与服务的双延伸。此外,不同国家的文化背景、法律法规等均有所不同,企业务必做好法律风险防范,未雨绸缪,最大化降低经营风险。

## 加大开放系统或激发中国智能家居潜力

本报讯 智能家居是以住宅为平台,利用网络通信、自动控制、音视频等技术将与家居生活相关的设施联系在一起,构建高效的住宅设施与家庭事务的管理系统。从行业层面看,智能家居正在全球范围内呈现强劲的活力。市场研究咨询公司Markets and Markets近期发布的报告显示,全球智能家居市场规模将在2022年达到1220亿美元,2016至2022年年均增长率预测为14%。已公布的国家数据表明,逾五成(51%)的用户表现出对智能家居的兴趣,与移动支付(54%)处于同一水平,远远超过可穿戴设备等其他选项(33%)。

从国家层面看,美国正引领着行业发展的风向标。相关统计数据显 示,2016年美国智能家居市场容量为97.125亿美元,为全球智能家居市场容量最大的国家。从智能家居普及率的增长情况来看,美国也以5.8%位居第一,日本、瑞典、德国、挪威等传统发达国家则分居2至5位,中国普及率仅为0.1%。

据前瞻产业研究院此前发布的报告显示,我国智能家居市场规模2016年达到605.7亿元,同比增长率也大幅度提升到50%以上,可见行业发展势头迅猛。我国从2011年开始,智能家居市场出现明显的快速发展阶段,人工智能技术融合化趋势催生了大量新技术、新模式和新的市场需求。国内巨头们争先推出新产品,瓜分这一巨大的新兴消费市场。行业格局也演变明显,协议和技术标准有着互联互通的趋势,新品层出不穷。伴随着此轮探索,市场爆发期的到来也许只是时间问题。

我国越来越多的厂商介入智能家居产业,并纷纷推出自己的智能家居生态系统,然而当前各个企业之间的技术标准并未实现互通和共享。例如,单纯为公众所熟知的无线技术协议就有WiFi、射频、ZigBee等多种且各有优劣,厂商各自联盟,造成生产的智能家居产品不能互换互用。由于各厂商已经有大量的投入,不愿牺牲自我的利益,难以在同一个平台上达成共识。产品不兼容影响用户购买选择,也增加了智能家居系统的铺设成本,这是目前制约智能家居产业发展的“瓶颈”之一。

业内人士指出,开放是互联网时代的特征,智能家居的发展同样需要开放。诚然,相比于垄断,开放的这种做法显然更适合未来的发展趋势,企业在提高自身产品销量的同时,也能够保全自己。一句话,智能家居最新的趋势是跨界融合。(沈欢)

## 遗失声明

北京中海蓝域资产管理有限公司不慎将中国邮政储蓄银行有限责任公司北京朝阳区香河园支行开户许可证丢失,账号:100315974350010001,核准号J1000079942503。

特此声明作废。

2018年3月29日