

全球可持续贸易需要中欧共同努力

——专访全球贸易协会总裁艾伟德

■ 本报记者 陈璐

全球贸易保护主义日益增长,英国脱欧、中美贸易摩擦等影响在持续发酵,未来对开放和可持续贸易的要求迫切。日前,全球贸易协会(amfori)总裁艾伟德(Christian Ewert)在接受《中国贸易报》记者专访时指出,由美国主导的贸易保护主义的蔓延,并不是一个长期的发展情况,只是一个阶段性表现。

艾伟德指出,“全球贸易的发展确实出现了很多新情况,比如,全球贸易价值链出现基本结构的变化。以中国为例,自2007年起,内销的占比逐年增长。服务和商品是贸易的两个重要元素,近年来,服务贸易的增长远远超出商品贸易等。此外,大数据、电商、物流的发展也是重要的发展趋势。”

据悉,亚马逊于今年4月1日加入了amfori。目前,该协会有2400多家欧洲和国际会员企业,在14个国家和地区设有办事处。

amfori的《愿景2030》战略参考

了联合国颁布的《2030年可持续发展议程》,该愿景宗旨是为所有致力于实现可持续发展目标(SDGs)的企业提供实际支持,以贸易为社会、环境和经济三方面带来利益,继而惠及全球,所谓“行商有道”。

“amfori会员企业在全球的影响较广泛,因此,我们对任何国际贸易争端或供应链中断都非常敏感。”艾伟德强调,建立贸易伙伴关系是实现可持续发展的的重要因素,与全球利益攸关方的互动与合作,对于解决目前面临的复杂国际贸易问题至关重要。可持续贸易要求所有参与者作出最合适的贡献,而不是逃避责任。

“欧方支持WTO原有工作机制,我们需要WTO,以确保全球供应链的稳定,但WTO也应进行改革,多一些创新的解决方法,这就需要中欧双方的共同努力,希望给工商界带来积极的贡献与支持。”艾伟德指出,我们希望欧盟和中国能够确保改革

和有效的ISDS(投资者—国家争端解决机制),使得该机制更加透明、公平和易接受。对双方的公司和民间社会组织而言,使得他们的利益能够得到确保或适当的考虑。

数据显示,欧盟连续15年成为中国第一大贸易伙伴,而中国如今是欧盟第二大贸易伙伴。2018年,中欧贸易额超过6820亿美元。上月,全国人大通过《外商投资法》,成为中国全面推进改革开放一项重大举措。3月下旬,习近平主席对意大利、摩纳哥和法国进行国事访问后,时隔不到半月,国务院总理李克强再次出访欧洲。

“中欧贸易未来会呈现增长态势。”艾伟德对此很有信心。他说,欧洲议会选举将于5月23日至26日举行,第二十一次中欧领导人会晤是本届欧盟机构任期内最后一次中欧领导人会晤,具有承上启下的意义。中欧之间还有很多重要的议题值得探讨,中欧自由贸易协定的推

进、双边贸易合作等。未来中国经济将更加开放,双方合作的更多细节、具体实践需要深入研究,比如,刚刚出台的《外商投资法》与中欧自由贸易协定内容的融合。他们十分期待中欧之间能达成具体的成果。

amfori与“一带一路”倡议也有着不解之缘,它是“一带一路”工商协会联盟(BRICA)成员之一。“‘一带一路’合作会使全球贸易成本降低,对全球贸易有着积极贡献。我们也积极参与探讨‘一带一路’贸易融合、工商联盟网络以及消除贸易壁垒。根据企业的需求,利用“一带一路”网络去解决面临的困难,这是一个长期的发展方向。”艾伟德称。

对于中欧贸易投资面临的挑战,艾伟德认为,欧企在中国投资条件仍需要改善,期待中方在市场准入和知识产权保护方面,出台更具体的细节安排,也期待中欧自贸协定协商能有进展以及研究更进一步的双边互惠措施。

◆ 国际商情

2019年厄瓜多尔纺织行业形势向好

厄瓜多尔《商报》4月9日报道,2019年厄瓜多尔纺织展会日前在瓜亚基尔举行,约100家行业企业参加。今年展会目标成交额1300万美元。

厄纺织行业协会主席迪亚斯表示,2018年,厄纺织行业销售额近8亿美元。2019年厄纺织行业形势向好,预计销售额将增长7%—10%。受经济形势等因素影响,厄今年一季度纺织行业面临不确定性。从历史上看,每年第一季度纺织行业表现一般低迷。

厄纺织品每年约20%—25%出口至外国,主要销往拉美和美国市场。今年1—2月,厄纺织品出口较去年同期有所增长。

韩国半导体出口亮红灯 4月上旬日均剧降19.7%

据韩国《首尔新闻》近日报道,韩国海关公布的4月1日至10日进出口数据显示,出口额约为150亿美元,同比增长8.9%;进口额约为167亿美元,同比增长14.9%,贸易逆差约为16亿美元。整体出口额虽有小幅增加,但以工作日计算,日均出口额从去年的18.4亿美元降至17.7亿美元,同比下降3.9%。尤其是作为韩国出口主力的半导体出口同比大幅减少19.7%,液晶设备剧减39.1%。

供应趋紧需求旺盛 铁矿石期货价连涨三周

《澳华财经在线》4月15日讯,近日,铁矿石价格一直在5年最高价附近徘徊,导致期货价格上涨。4月12日,大连商品交易所交易最活跃的2019年9月铁矿石期货价格早盘一度上涨2.2%,澳东标准时间12:13成交价为每吨652元人民币(96.99美元),本周以来已经上涨3.7%,也是连续3周上涨。

铁矿石价格上涨的原因是供应趋紧和需求旺盛。根据西太银行的预测,由于巴西矿难和澳洲Veronica飓风等,今年铁矿石的供应存在约3400万吨的缺口。同时,中国钢铁厂对铁矿石的需求旺盛,刺激了铁矿石价格上涨。

伊朗石化产品 年出口额达到近110亿美元

伊朗《伊朗日报》近日报道。尽管受到美国的制裁,伊历去年(截至3月20日)仍出口了价值超过106亿美元的2000万吨石化产品。据报道,伊朗目前有56家石化工厂,每年生产5000万吨石化产品,而且有60个新工厂正在建设中。一旦这些工厂投产,伊朗的石化产量将达到每年1.2亿吨。近年来,伊朗注重发展石油化学工业,该产业正在发展成为石油工业之外的重要补充。石化工业的发展有助于促进伊朗经济,创造更多就业机会。
(本报编辑部综合整理)



中俄跨境电商让客户体验更美好

■ 马晓成

一说到俄罗斯,人们往往会联想起冬日“洋葱头”建筑上飘着雪花的画面。虽然俄罗斯的冬天很美,但漫长寒冬对生活在这里的人们也是一种考验。不过,随着网络购物在俄罗斯越来越便捷,漫长的冬季正在慢慢“变短”。

2018年11月11日,俄罗斯早已进入寒冷的冬天,但阿里巴巴旗下跨境电商平台全球速卖通生意却十分火爆,从取暖用的家电到御寒衣物,所有冬天需要的东西几乎都可以在速卖通买到。数据显示,约一成俄罗斯消费者在“双11”活动前两周就开始选择商品放入购物车。

“这是我的第一次网购,这上面的商品质优价廉,让我不再担心冬天怎么过。”一位顾客在速卖通评价系统上留言说。

根据俄罗斯最大支付平台央捷科斯支付系统与全球速卖通进行的一项联合调查,去年12月1日至27日,俄罗斯消费者在中国电商平台上的订单数较上年同期增长了105%,平均支出增长了12%,这其中包含大量御寒商品。

如今,速卖通在俄罗斯几乎人尽皆知。据阿里巴巴统计,速卖通俄罗斯平台买家数已达2200多万,这意味着几乎每6个俄罗斯人里就有1个在使用速卖通。

“如果是在几年前,我可不会在网上购物。”与莫斯科市民阿列克谢想法类似,在几年前谈到网络购物,俄罗斯人会下意识地给

出否定答案。漫长的物流、高昂的运费、糟糕的购物体验,让大多数人不敢轻易尝试网购。

“运费甚至比商品贵,买东西可能要等两三个月,那时的网购根本体现不出便捷性。”全球速卖通俄罗斯业务负责人刘威说。

许多电商企业看到了俄罗斯的市场前景,但苦于当地薄弱的发展基础而不敢深入投资,阿里巴巴决心改变这种状况。

“我们想把优秀的购物模式分享给俄罗斯市场,让更多人享受到互联网带来的便捷。”刘威说。

几年来,速卖通在俄罗斯不断完善物流布局,并与中俄双方邮政企业合作,共同解决物流问题。现在,在莫斯科、圣彼得堡等

大城市,当日下单当日送达已经不再是遥远的梦想。

与此同时,阿里巴巴还利用技术、数据和云服务能力,帮助俄罗斯银行系统、金融支付系统实现改造升级。2014年7月,阿里巴巴与央捷科斯开启合作,支持通过央捷科斯钱包付款,进一步根据俄消费者习惯优化网络支付流程。通过不断改进技术系统,现在央捷科斯最高成交量每秒可超过900笔。

央捷科斯支付系统高管库兹明娜认为,随着支付、物流等方面的用户体验不断改善,全球速卖通带来的中国电商模式在俄罗斯正逐渐被接受。

随着双方合作愈加紧密,去年

速卖通上线了全新的本地化平台“天猫俄罗斯”。

此外,阿里巴巴还与俄罗斯直接投资基金、俄罗斯邮件服务公司、梅加丰电信公司共同成立了合资公司俄罗斯速卖通,计划深耕俄罗斯本地市场。

“速卖通不是简单卖货,而是协同菜鸟、蚂蚁金服、阿里云等,帮助各国搭建跨境贸易平台,完善邮政、金融、支付等领域的数字商业基础设施,帮助各国企业走向全球。”刘威说。

随着中俄经贸往来不断扩大,阿里巴巴正尝试将更多俄罗斯商品卖到中国。中国电商平台不仅“缩短”了俄罗斯的冬天,还将进一步拉紧中俄两国经贸合作纽带。

随着双方合作愈加紧密,去年

速卖通上线了全新的本地化平台“天猫俄罗斯”。

此外,阿里巴巴还与俄罗斯直接投资基金、俄罗斯邮件服务公司、梅加丰电信公司共同成立了合资公司俄罗斯速卖通,计划深耕俄罗斯本地市场。

“速卖通不是简单卖货,而是协同菜鸟、蚂蚁金服、阿里云等,帮助各国搭建跨境贸易平台,完善邮政、金融、支付等领域的数字商业基础设施,帮助各国企业走向全球。”刘威说。

随着中俄经贸往来不断扩大,阿里巴巴正尝试将更多俄罗斯商品卖到中国。中国电商平台不仅“缩短”了俄罗斯的冬天,还将进一步拉紧中俄两国经贸合作纽带。

广交会：外贸企业与客户间的情感纽带

■ 本报记者 刘国民

“我们公司从2011年开始参加广交会,广交会对我们帮助很大,我们所有的大客户都是从展会上找来的。虽然在一些B2B网络平台也能找到一些客户,但多是散客。”深圳一家中高端陶瓷企业舒女士告诉《中国贸易报》记者,“我们公司找客户主要是通过展会、B2B平台,有时候是朋友推荐。”

据悉,4月15日,第125届中国进出口商品交易会(广交会)开幕,展位总数60651个,境内外参展企业25496家。

作为广交会“老兵”,舒女士对参与的流程和如何借广交会平台抓重点、精巧发力都很熟悉。舒女士告诉记者,广交会在深圳有交易团,交易团有一定数量的展位,本地外贸企业向交易团提出申请,交易团考核企业实力后分配展位。“在广交会展示实力和信誉很重要。我们在广交会一般使用多个展位,此次申请的是品牌展位并且进行特装,从外观到位置都让客户觉得可靠、踏实。”

“公司会在广交会展厅展示新老产品。我们展位外国客户人流量大,这些客户主要来自中东、俄罗斯、中亚等国家和地区,欧美客户较少。”舒女士说,在展会上和外国客商交流还比较顺畅,“我是英语专业出身,在展会上用英语和客户交流没问题。我们的外国客户一般都会说英语,不擅长英语的也会带着翻译一起来。”

每年都代表公司参加广交会的舒女士感觉到广交会人流量确实不如从前了。“但这对我们公司影响不大。因为我们是从事中高端陶瓷业务,主要维系老客户,参展的主要愿望是吸引新客户。”舒女士介绍说,每年的广交会很多同行和外贸客户都会参加,正好能见面相聚,加深彼此之间的感情,“每次参展的第二天第三天最忙,老客户也会在这两天过来见我们。”

“以往老客户也就去工厂实地考察一次,我们在广交会和他们见面次数多一些。”舒女士说,广交会上有一些参展企业是纯粹的贸易公司,另一些是既有工厂又做贸易的工贸一体企业,有一些大客户在展会上认识后会去参观我们公司的工厂,考察一下工厂实力。“真正的大客户还是会去验厂,看过工厂后心里会踏实一些。”舒女士说。

谈及广交会给企业未来发展带来的启示,舒女士颇有感悟。

“我观察到广交会参展商的知识产权保护意识很强,展位一般不允许拍照,因为一些展位会有新品展示,现在的市场瞬息万变,竞争也很激烈,参展商不希望自己的新品很快被模仿。这些设计元素和商业信息确实需要好好保护。”舒女士觉得,她所在公司也应更加重视保护知识产权和商业信息。“我们有自己的设计团队,同时也会和国内外设计师交流合作。比如有时候客户找我们加工定做陶瓷,会推荐他信得过的设计师给我们。”舒女士说,我们以前买过法国设计师的设计作品,也会买国内设计师的好作品。

随着外贸形势的发展变化,舒女士所在的公司也和其他外贸企业一样,希望在内销市场多加努力。“这几年我们也在留意国内的其他展会,比如北京、上海的展会,希望找到更多合适的机会帮助扩大产品在国内市场的份额。”舒女士说。

近年来,巴陵石化持续强化技术创新和产品结构调整,做精做优做强拳头产品,并抓住“一带一路”建设机遇,积极拓展国际市场,将自销产品出口至“一带一路”沿线国家和地区。其中,热塑橡胶SEBS出口土耳其、俄罗斯、意大利;热塑橡胶SIS出口意大利、德国、波兰、印度等国;环氧树脂出口到了俄罗斯和越南,通过“一带一路”建设,石化橡胶行业找到了新的经济和利润增长点。图为人们在中国石化巴陵公司橡胶部展览厅参观了解橡胶新产品。

中新社发 胡庆明 摄

专家：中非农业合作大有可为

■ 本报记者 王曼

描述佛得角人民对雨的期盼之情。为帮助佛得角解决缺水的问题,中国政府派遣的专家小组进行了很多尝试,水文地质专家希望在圣地亚哥岛寻找地面径流,但是没有找到;又希望通过打井提水的方法解决玉米灌溉的问题,但是井深需超过250米,这个方法也不现实。经过多次考察,中国专家终于找到简便易行的方法,就是建设水坝拦蓄雨水,用以人畜用水和局部地区灌溉。在中国政府的援助下,圣地亚哥岛上的里贝拉干河谷建成了佛得角历史上第一座具有一定规模的水坝—袍衣磅水坝。现在这里已经建起多个水坝,为佛得角打开农业发展大门提供了钥匙。

“为促进非洲农业发展,截至目前中非农业合作项目超过200多个。改革开放以来,中国已经解决了温饱问题,中国农业发展的经验对非洲国家来说具有借鉴意义,但是非洲国家要根据自己的实际情

况,寻找出适合自己的发展道路。”王成安在接受《中国贸易报》记者提问时说道。

王成安表示,为进一步拓展中非农业发展空间、促进非洲国家提高农业自主发展能力,要加强中非农业技术交流、中非农业战略对接,而非洲国家自身的努力也至关重要。实际上,非洲各国一直在不懈地努力,例如,政府不断加大投入、改善投资环境以吸引国际资本对非洲农业进行投资。在此基础上,政府也要重视出台农业发展政策,利用现代技术实现农业多元化发展;同时加强国际合作,探索农业三方合作;支持小农户发展,发展特色农业产品,“从长远来看,中非农产品贸易具有相当的潜力。”

中非农业合作不仅仅是中国对非洲农业发展的援助,促进中非农产品贸易的发展在中非农业合作中具有重要意义。中国农业大学经济管理学院教授田志宏告诉

记者,进行农产品贸易可以帮助非洲人找到并发挥出自身的比较优势,中非农产品具有互补性,一方面中非农产品贸易可满足我国消费者对优质安全农产品的需求,另一方面,也可非洲各国提供广阔的农产品出口市场。非洲农产品从中国获益,促进非洲农民扩大生产,长期来看还能培养非洲农产品的市场机制,将非洲国家的农业资源优势转化为产业优势、发展优势。形成市场机制是农业发展实现可持续发展的必然,有利于中国对非洲农业的援助以及投资可持续展开,促进中非农业合作实现共赢。

那么该如何挖掘中非农产品贸易的潜力呢?王成安告诉记者,提高非洲农产品贸易的能力十分重要,通过支持农户提高农业生产效率,结合科技手段发展服务贸易,落实推动中非农产品贸易便利化的相关措施,进而减少物流环

节、降低贸易成本。希望有志同非洲发展农业合作的中国企业尽可能多地关注非洲农业和农产品的发展,帮助非洲提高农产品出口能力,助力非洲国家的水果、芝麻、咖啡、鲜花等农产品的国际贸易。

田志宏建议,在中非合作论坛框架下,双边的产业部门要在产业层面加强磋商,中非农业合作要强调非洲国家的主动性,通过一些援助措施培养非洲国家发展农产品贸易的积极性和主动性,从非洲农业发展的需求入手,而不仅仅停留在供给方面;非洲国家要积极抓住中国进口博览会的机会,展示优势农产品,让中国消费者了解非洲特色农作物。例如我国的芝麻市场的需求正在增长,埃塞俄比亚等生产芝麻的国家就可以加大对中国芝麻的出口,并争取与中国在生产和加工技术方面交流合作,挖掘市场潜力,拉动非洲相关农产品产业发展。