“中国品牌车开拓俄市场迎来机遇”

——专访俄罗斯GC Avtodom集团总经理安德烈·奥利霍夫斯基

■ 本报记者 **张伟伦**

在地缘政治冲突影响下，欧盟发起对俄罗斯的第四轮制裁，其中包括禁止向俄罗斯出口高级汽车。面对多国汽车品牌减少对俄罗斯市场的出口，俄罗斯联邦工业贸易部长丹尼斯·曼图罗夫近期公开表示，俄工业贸易部正在与中国制造商商讨寻求替代的可能性。对于在新的国际形势下，中国品牌汽车在俄罗斯市场的机遇与开拓，近日俄汽车销售和服务商GC Avtodom集团总经理安德烈·奥利霍夫斯基在接受《中国贸易报》采访时表示，西方国家的制裁大大缩减了其对俄出口汽车的数量，俄汽车市场结构正急剧变化。俄罗斯与中国保持着稳定的经贸联系，双方在汽车贸易领域的合作潜力巨大，当前也正迎来特殊的发展机遇。

“当前汽车市场以及俄罗斯大部分经济部门都在经历艰难时期。我们根据欧洲企业协会公布的数据看到，今年5月份，俄罗斯新车销量同比下降83.5%。5个月内下降了52%。”安德烈·奥利霍夫斯基介绍，受西方制裁影响，通过官方渠道向俄罗斯供应汽车产品几乎已停止，致使俄汽车市场陷入困境。“目前仅有中国和部分韩国汽车制造商能继续交货。欧洲品牌的新车主要存在于部分经销商处，但库存也只能满足4—6个月的需求。”

突如其来的地缘冲突着实给正在发展壮大的俄罗斯汽车市场产生了不小冲击。根据相关研究机构的公开数据，2021年俄罗斯汽车市场累计销量为166.7万辆，同比增长4%，其中，俄高端豪华车市场体量约为15万辆，宝马和奔驰则占据了接近70%的市场份额。有欧洲分析机构预测，近年来俄罗斯汽车市场的增长潜力明显，尤其是豪华车市场处于上升阶段，需求量激增。

成立于1992年12月的GC Avtodom集团是当前俄罗斯最大的汽车销售和服务商之一，其业务主要集中在高级车、豪华车的销售和服务方面，此前已确立成为多家欧洲汽车品牌在俄罗斯的可靠合作伙伴。GC Avtodom当下也十分有意为中国汽车开拓俄市场提供更多支持。安德烈·奥利霍夫斯基表示：“虽然俄罗斯汽车市场在未来有很多不确定性，但我们仍然愿意同更多伙伴对话，通过经济谈判努力成为其授权经销商。目前我们感兴趣的中国品牌包括红旗、蔚来、比亚迪和上汽集团等。”

据安德烈·奥利霍夫斯基介绍，相比德系和韩系，尽管中国品牌车近年来在俄市场被广泛看好，但其市场份额并不大。记者观察到，德系和日韩系车由于在俄产能布局多、品牌认可度高等因素，长期以来占据着市场份额。

然而这一现状正在被持续的地缘政治冲突打破。根据欧洲企业协会今年5月的数据，中国汽车在俄罗斯的销量降幅最小，与2021年5月相比下降了64.6%。这使得中国汽车制造商在俄罗斯市场的份额增加到13%。

“当前形势下，几家美国、欧洲和日本汽车品牌可能会退出俄市场，这可能会导致中国品牌车在俄罗斯市场的份额进一步增长。合作经销商的数量也会相应增加。这不仅意味着来自中国的汽车公司在俄罗斯市场的地位会更稳固，也意味着俄罗斯人还会看到来自中国的一些新品牌。”安德烈·奥利霍夫斯基说。

根据俄罗斯汽车市场研究公司公布的数据，截至2022年4月，俄罗斯共有3164家汽车经销商，与上年相比增加84家，这主要是缘于中国品牌经销商网络的扩大。例如，奇瑞开了24家经销店，EXEED开了18家经销店，哈弗开了15家经销店。

此外，据俄罗斯分析机构Autostat的研究报告，目前在俄罗斯联邦开展业务的中国汽车制造商和经销商数量有723家。其中超过四分之一（约194个经销商中心）位于俄罗斯中央联邦区，数量最多；其次分布在伏尔加联邦区，有169家经销商；80—90家经销商分布在西北、南部、乌拉尔和西伯利亚另四个地区；在北高加索和远东的数量最少。

“目前在俄罗斯市场占领先地位的中国车企主要是哈弗、奇瑞、吉利和长安，但从长远来看，只有通过生产的本地化才能扩大中国品牌的市场优势，保持领先地位。目前在这方面典型的代表是哈弗和吉利”安德烈·奥利霍夫斯基说。

记者从哈弗驻俄罗斯代表处发布的公开消息看到，位于俄罗斯图拉州乌兹洛瓦亚工业园区的哈弗工厂于2019年6月初开业。2021年哈弗在俄罗斯的销量增长了2.2倍，达到39,100辆。市场份额从1.1%增加到2.3%。吉利在白俄罗斯明斯克地区参与投建的工厂为全散装件工厂，主要供应俄罗斯市场。

安德烈·奥利霍夫斯基补充道，当前中国汽车在俄罗斯越来越受欢迎，这是因为不仅与其他汽车品牌相比具有更好的实用性，还与汽车本身近年来进行的技术变革有关。“中国汽车工业正在迅速变化，汽车骨架和成套设备独创的高品质设计和先进技术已逐渐成熟。尤其是舒适性和安全性等方面，中国品牌汽车还有很多优势。”安德烈·奥利霍夫斯基说。

江苏省海安市发挥变压器产业集群发展优势，对企业所需求的大宗物资、原辅料进行“集群集采”，对零部件、半成品等实现链内配套，融通上下游产业链，尽可能减少疫情对企业带来的影响。图为海安兴安源金属制品有限公司生产车间里数控机床高效运行，工人正在赶制产品。

中新社发 **顾华夏 摄**

辽宁上半年中欧班列开行规模创历史新高

记者从中国铁路沈阳局集团有限公司（下简称沈阳局集团公司）获悉，2022年上半年，辽宁地区中欧班列开行数量增幅明显，累计开行162列，同比增加24列，增幅达17.4%，开行规模创历史新高。

2022年以来，辽宁用好中欧班列的平台和通道，为企业提供个性化、定制化服务，承运商品包括汽车零部件、机电设备、日用百货、化工产品等。目前，辽宁省中欧班列以沈阳和大连为主要发运节点，已承运华晨宝马、远大集团、米其林轮胎、东北制药等近500家省内企业的进出口贸易，货物可直达杜伊斯堡、法兰克福、莫斯科等300多个境外终到站，辐射17个国家、50多个城市。

6月16日，首批装载2.4吨国际邮件的X8103次中欧班列从沈阳东站出发，从满洲里口岸出境，最终到达波兰的马拉舍维奇。这不仅是辽宁开行的首趟中欧班列运邮专列，也是2022年沈阳东站开行的第100趟中欧班列。作为东北地区最繁忙的中欧班列始发站之一，自2015年首开中欧班列以来，沈阳东站每月开行数量由原来的4列至5列增长至现在最高32列，实现历年来最快的“破百”速度。

沈阳局集团公司相关负责人表示，为确保中欧班列安全高效运输，该公司全面加强运输组织，坚持以卸促装，释放站区综合运能。紧盯货源结构、客户需求，及时优化中欧班列开行方案，确保实现速度最快、时限最短，为中欧班列提供充足运力保证。

据介绍，在开行好中欧班列的同时，铁路部门不断开发国际联运业务新类型，于2022年上半年分别组织开行了东北地区首趟中老铁路国际货运列车和辽宁首趟中亚班列，有效搭建了中国东北与东盟、哈萨克斯坦等地区高效、经济、安全、便捷的国际物流新通道。

（韩宏）

国际商情

土耳其6月CPI同比上涨78.6%

土耳其统计局近日公布的数据显示，土耳其6月消费者价格指数（CPI）同比上涨78.6%，高于5月的73.5%，创下自1998年以来的最高纪录。数据显示，与去年同期相比，6月土耳其交通价格上涨123.4%，显著高于当月整体通胀水平。此外，6月食品和非酒精饮料价格上涨93.9%，家具和家用设备价格上涨81.1%。

今年以来，土耳其通胀率一直高位运行。尽管如此，土耳其总统埃尔多安一直反对高利率。埃尔多安在6月初表示，土耳其政府正在实施“真正的”经济改革方案，将继续降低利率。去年9月至12月，土耳其央行连续四个月降息，将基准利率共下调500个基点。土耳其里拉对美元汇率去年累计下跌44%，今年1月以来累计下跌超过20%。

德国三十多年首现贸易逆差

德国联邦统计局发布最新数据显示，德国5月份的出口额环比萎缩了0.5%，达到1258亿欧元，进口额环比上涨2.7%至1267亿欧元。经工作日和季节调整后，德国5月的外贸逆差为10亿欧元。今年4月德国仍有31亿欧元贸易顺差，而去年5月时顺差更达134亿欧元。彭博社称，根据联邦统计局的数据，这是德国自1991年以来首次出现贸易逆差。根据联邦统计局数据，与去年同期相比，今年5月德国出口增加了11.7%，进口增加了27.8%。数据显示，经工作日和季节调整后，5月德国对欧盟成员国出口额环比下降2.8%达675亿欧元，进口额环比增长2.5%至618亿欧元。此外，5月德国对非欧盟国家的出口额环比增长2.3%至583亿欧元，进口额环比增长2.9%达到650亿欧元。德国工商总会外贸主管沃尔克·特莱尔说：“德国的出口低迷已经开始。出口商越来越没有能力将供应链造成的成本增加转嫁给国际客户。”此外，重要的进口货物往往不能到达目的地以实施必要的进一步加工，主要原因在于无法预测全球新冠肺炎疫情、能源价格上涨和供应链瓶颈何时结束。

（本报综合整理）

户外电子产品需求场景化趋势日益加深

■ 本报记者 **刘禹松**

阿里巴巴国际站最新发布的2022年《全球户外消费电子趋势报告》显示，买家需求场景化趋势正在日益加深。全球进入后疫情时代，需求复苏，宅经济消退，户外经济大热，受户外和消费电子双利好拉动，一些户外+消费电子的差异化爆品受到海外热捧。

受到全球新冠肺炎疫情影响，海外消费者对于主动健康管理的需求不断增加。可检测、可记录人体状况的户外电子产品和配件的需求不断上升。智能手环、智能手表、运动耳机、运动相机、自行车手机支架等产品备受消费者青睐。此外，人们工作和休闲的方式改变，也在助推户外出行商品行业的发展。移动电源、数据线、充电器、笔记本电脑、数码相机等商品持续热销。而在全球后疫情场景下，户外聚会的恢复也拉动了房车经济和精致露营市场的发展。与之相关的储能电源、户外投影、投影幕布、户外音响、无人机等产品的热度持续上升。

根据上述报告，受益于越来越多的海外消费者对健康监测、户外运动等的重视，阿里巴巴国际站智能电子二级类目整体流量、商机指数持续增长。智能手表、手环、全球定位商品和相关配件等商品热度不减。其中，智能穿戴产品的相关搜索热度最高。小米、华为、苹果等品牌词长期占据热搜位置。此外，智能门锁、智能眼镜、VR等新品类搜索热度也在上升。

今年，在阿里巴巴国际站上，智能手机及配件的询盘量同比增长43%。随着暑期的到来，全球户外经济热度持续上涨，为适应年轻消费者在户外场景中的使用需求，在沿海及多山地的国家和地区，手机周边配件的生产商在产品功能和设计上也做了相应升级。开发出诸如防水手机支架、防水手机壳等产品。

与此同时，户外运动浪潮也推高了人们对于便携式电源的关注热度。上述报告显示，近5年来，便携式电源年复合增长率达到148%，预计到2026年全球及中国的出货量将分别达到3110万台和2867万台。目前，主流的100瓦时至500瓦时的便携式电源产品的市场占有率约为50%。容量在500瓦时至1000瓦时的低容量便携式电源产品市场份额也有所上升，而容量在1000瓦时以上的产品市场份额虽然占比较小，但仍然呈现每年递增的趋势。

根据上述报告，美国是全球最大的便携式电源应用市场，其次是日本、欧洲和加拿大等地。户外活动频繁和灾害应急需要是上述地区消费者选购便携式电源设备的重要理由。而随着上游电芯单体能量密度的提升以及电池成本得到一定控制，便携式电源产品的高容量占比也将持续提升。

上述报告显示，2021年，消费级无人机全球收入达到26.3亿美元。有行业机构预测，消费级无人机市场规模在今年有望达到33亿美元。无人机行业在户外出游和短视频制作需求不断攀升的影响下，其市场潜力也在持续增长。

在阿里巴巴国际站上，无人机产品也是供不应求。今年以来，阿里巴巴国际站无人机产品的询盘量较去年同比增长了60%以上，成功转化率超过了160%。“买家指数年同比增长超17%，商机指数年同比超14%。”该报告称。

目前，娱乐无人机和竞速无人机在海外市场热度很高。产品买家主要分布在欧美、东南亚以及拉美地区。不同地区的消费者对商品需求的差异化也较大。例如，欧美地区的消费者对产品的专业性和智能性有一定的要求，拉美和东南亚地区消费者则更看重产品的性价比。

运动相机市场也在超高速增长。根据阿里巴巴国际站发布的统计数据，今年以来，相关商品的买家询盘量上涨了25%。海外新冠肺炎疫情防疫政策的放宽，带动了当地户外经济的发展。越来越多的人发现，普通手机录制的短视频已经不能满足他们的多样化需求。受此影响，带有多种配件并可在复杂环境下使用的运动相机成为更多家庭的首选。

此外，随着海外户外活动的逐渐恢复，户外蓝牙音箱的热度也在快速回升。在阿里巴巴国际站上，相关关键词的搜索量持续攀升。巴西、墨西哥、秘鲁、菲律宾、柬埔寨、印度尼西亚等国市场的活跃买家规模庞大，消费十分旺盛。

除了户外蓝牙音箱，同为便携式声源播放设备的智能耳机市场表现也颇为不俗。根据上述报告，2021年全球智能耳机出货量增长16.3%，约为5亿台。预计至2025年，这一数字有望达到10亿台。开放式、骨传导、颈挂式、挂耳式等适合户外运动的耳机以及游戏耳机等，因其特性在后疫情时代消费需求增长迅猛，部分商品甚至供不应求。

海南与RCEP成员国贸易迎来快速增长

■ 本报记者 **王曼**

记者从7月5日海南省新闻办公室举行的海南省高质量实施《区域全面经济伙伴关系协定》（RCEP）新闻吹风会上了解到，RCEP生效实施以来，海南与RCEP成员国贸易迎来快速增长。货物贸易方面，今年1月至5月，海南与RCEP成员国货物进出口额为257.9亿元，同比增长44.1%。增速较快的产品包括金属矿及矿砂、成品油、美容化妆及洗护用品、有机化学品等。服务贸易方面，今年1月至5月，海南与RCEP成员国服务进出口额为27.01亿元，占海南省同期服务进出口总额的21.64%，服务进出口实现RCEP成员国全覆盖，主要集中在旅行、运输、商业、计算机、加工制造及知识产权服务等方面。

中国南海研究院海南自贸港研究中心副主任蔡振伟表示，RCEP与海南自贸港政策制度设计高度契合。随着自贸港贸易、投资、运输等领域一系列自由便利政策的落地实施，自贸港的开放红利与RCEP协定结合度更加紧密，有力推动了海南与RCEP成员国货物贸易和服务贸易的快速增长。特别是在自贸港封关之前，RCEP协定的零关税目录极大丰富了海南自贸港的零关税清单内容。

海口海关关税处处长林勇表示，RCEP以推动贸易自由化、便利化为首要任务，涉及海关程序和贸易便利化、原产地规则、动植物检疫和食品安全、技术性贸易壁垒等大量工作，通过关税及非关税措施，降低贸易壁垒，实现优惠市场准入。RCEP的生效实施，将有利于促进区域经济增长，提升区域营商环境，稳固区域产业链供应链，也有利于海南稳外贸稳外资，为构建新发展格局提供助力。

为促进货物贸易发展，海关切实确保优惠原产地规则发挥实效。记者了解到，截至2022年6月30日，海口海关共签发RCEP原产地证书93份，签证金额762万美元。

林勇介绍，海关在进出口两端同时释放政策红利，精准施策，为企业提供进口享惠和出口原产地签证服务，主要从以下三方面来推动RCEP降税落到实处：

一是建立健全原产地管理制度体系。海关总署出台《RCEP原产地管理办法》《经核准出口商管理办法》，对RCEP项下享惠货物的原产资格、运输规则、进口申请享惠程序、出口原产地证明出具及核查等作出明确规定。《RCEP原产地管理办法》的出台标志着RCEP原产地规则实现了国内立法转换。海口海关加大执行力度，确保政策执行到位，助力辖区企业及时享惠。二是搭建适合RCEP原产地管理需求的信息化系统，进一步强化科技支撑，提升原产地签证智能化水平。原产地证书自动审签系统实现了365天、每天24小时“即报、即审、即领”，审核效率提升至“秒级”，极大地节约了企业进出口时间成本。三是不断扩大自助打印证书范围，目前RCEP项下输新加坡、泰国、日本、新西兰、澳大利亚、韩国和马来西亚的原产地证书支持自助打印，企业足不出户即可申领。

今年3月25日，海南金海浆纸业有限公司成为海南首家RCEP项下经核准出口商。此后，该企业无需再通过海关申领原产地证书，只需自行开具原产地声明，就可享受进口国家RCEP协定项下进口货物的关税优惠，贸易安排更为便捷。金海浆公司相关负责人说：“我们东盟原产地证签证量较大，成为RCEP项下经核准出口商后，节省了原产地证书申领环节的时间，公司外贸通关效率将大幅提升，经营成本也有所降低。”

此外，海南以RCEP鼓励性义务作为进一步营造良好营商环境的抓手，持续巩固压缩整体通关成效。据悉，2021年海口海关开展压缩整体通关时间专项行动，推动海南口岸压缩整体通关时间有明显提升，海南口岸2021年进、出口整体通关时间分别为44.52小时、1.47小时，与2017年相比分别压缩64.93%、98.64%；与2020年相比，分别压缩19.26%、18.78%，顺利完成国务院确定的“到2021年底，整体通关时间比2017年压缩一半”任务。2022年1至5月，海南口岸进、出口整体通关时间分别为37.71小时、0.96小时，优于全国平均水平，显著降低了辖区企业通关成本，提升了海南自贸港营商环境。