

传统车展“失宠”折射汽车业新变化

■ 新华社记者 汪平

美国汽车制造巨头福特近日宣布将退出今年的巴黎车展及 2019 年日内瓦车展。此前,沃尔沃已宣布将退出明年的日内瓦车展,宝马、奔驰和奥迪也相继宣布将退出明年的北美国际车展。传统车展“失宠”,折射出欧美车企营销思路的变化。

国际车展走到尽头了吗?面对业内人士的感慨,相关车企的表态或许可以给出一些答案。宝马在退出声明中说,这一决定是宝马集团不断审视自身参与的众多贸易展会和其他活动,以及探索其他可替代的平台和形式后作出的。

沃尔沃副总裁安瓦尔先前曾表示,汽车业正在经历变化,沃尔沃目前面临的最大挑战是吸引新顾客,以及创造出将产品推向市场的新方法。

由于开展时间早,每年 1 月在美国“汽车城”底特律举行的北美国际车展一直是全球汽车业发展的风向标。然而自 2016 年保时捷宣布不再参加北美国际车展后,马自达、沃尔沃、三菱、捷豹、路虎和玛莎拉蒂也先后把这一车展从参展计划中剔除,北美国际车展变得越来越“门庭冷落”。

对此,市场分析人士认为,如今参加车展的内涵已经发生变化。在国际金融危机爆发之前,参加五大国际车展是汽车品牌身份和地位的象征,是车企施展市场营销战略的重要平台。金融危机后,车展规模日益精



简,参加车展也逐渐变成很多车企巨大的经济负担。

更重要的是,随着时代变迁,汽车文化也发生了变化。如今,刚步入职场的“千禧一

代”正成为汽车消费大军,互联网是他们了解产品的主要方式,他们可以在网上看车展直播,虚拟现实技术更是让他们不出家门就能同步看到最新车型。

“1 6 + 1 合作”为中欧融通带来源源活水

■ 新华社记者 郑江华 王慧娟

“‘16+1 合作’是跨区域务实合作的‘孵化器’,是中欧关系的重要组成部分和有益补充,有利于欧洲一体化进程,也有利于促进中欧关系均衡发展。”这是国务院总理李克强去年 11 月在布达佩斯出席第六次中国—中东欧国家领导人会晤时提出的重要论断。

7 个多月后,李克强总理再赴欧洲,于 5 日至 10 日对保加利亚进行正式访问并出席在索非亚举行的第七次中国—中东欧国家领导人会晤,赴德国主持第五轮中德政府磋商并对德国进行正式访问。中欧关系与中国—中东欧国家合作(“16+1 合作”)再度成为欧洲舆论热词。

“16+1 合作”是中国与中东欧 16 国于 2012 年共同创建的合作平台,也是全球多

边开放合作中一道靓丽风景线。六年来,“16+1 合作”在多个领域取得了丰硕成果,为中欧融通发展提供了源源活水。

源源活来自日益深化的贸易关系。中国海关总署数据显示,2017 年,中国与中东欧 16 国(其中包括 11 个欧盟成员国)进出口额达 679.8 亿美元,同比增长 15.9%,略高于中国—欧盟之间 15.5% 的增长率,也高于中国总体进出口额 14.2% 的增长率。这些亮眼数据表明,“16+1 合作”作为中欧关系的重要组成部分,经贸合作后劲足、潜能大。

源源活来自不断扩大的互联互通。中东欧国家地处欧亚大陆要冲,是通向西欧和北欧的重要中转站。在“一带一路”框架下,中国与欧洲间的互联互通发展迅猛。以中欧班列为例,中国铁路总公司数据显示,截至今年 4 月 15 日,中欧班列累计开行 7000 多

列,中国 43 座城市与欧洲 14 个国家的 42 座城市加入中欧班列“朋友圈”。更令人欣喜的是,中欧班列双向均衡运输正逐步成为常态,从欧洲返程的班列货源品类越来越丰富,货值越来越高。

源源活来自互利双赢的合作模式。“16+1 合作”项目给双方企业和民众带来了实实在在的利益。2016 年 4 月中国河钢收购塞尔维亚斯梅代雷沃钢铁厂,不仅保留了数千个就业岗位,而且很快结束该钢铁厂连年亏损历史实现全面盈利。这样的共赢故事在“16+1 合作”中还有很多。从经贸往来到金融合作,从基建工程、航班增开到人文交流,中国与中东欧合作不断走深走实,迈向共赢的道路正越走越宽。

“16+1 合作”之所以能够积厚成势、稳健发展,关键在于中国与中东欧国家共同践行“平等协商、互利互惠、开放包容、务实创

新”的合作理念。相关各方坚持国无大小一律平等,有事大家商量着办,同时发挥各自比较优势,在相互开放中挖掘机遇,在紧密联动中应对挑战,在携手合作中共谋发展。这在“逆全球化”思潮涌动、贸易和投资保护主义抬头的当下,更显得弥足珍贵,更值得加倍珍惜。

“做大经贸规模”“做好互联互通”“做强创新合作”“做实金融支撑”“做深人文交流”……李克强总理提出的一系列倡议,为推动“16+1 合作”指出了方向与路径。

问渠那得清如许? 为有源头活水来。六年风雨同舟,“16+1 合作”显示出旺盛的生机与活力,给各国企业和民众带来了实实在在的好处。此次中国—中东欧国家领导人会晤着眼“深化开放务实合作,共促共享繁荣发展”,必将为未来的“16+1 合作”带来更多源头活水,注入更多蓬勃力量。



■ 王攀 孟盈如 孙清清

涨声一片——今年以来,原材料价格仍维持 2016 年下半年以来的上涨态势,对部分制造业企业造成较大压力。广州一家大型知名日化企业相关负责人反映,2017 年,该企业原材料成本支出增加 10 亿元,导致全年利润总额同比增速仅为 2.7%,远低于主营业务收入同比 11% 的增速水平,“利润增幅堪称历史最低,企业压力空前”。

不少企业负责人认为,此轮上涨既受国际经济周期变化等外部因素影响,也有去产能、环保力度加大等因素影响,同时也反映出我国在国际大宗商品定价权上依然缺乏主导权。有关企业建议,相关部门要进一步加大降成本力度,为国内制造业转型升级提供保障。

成本上涨蚕食制造业利润

价格上涨、压力巨大——这是记者在广东、河南等地调研时听到的普遍呼声。广东省经信委相关负责人介绍说,今年一季度,该部门实地走访调研了 26 家企业,其中 18 家企业反映原材料成本上升,多家企业反映上涨幅度在 30% 左右。

志高集团董事局主席兼总裁李兴浩表示,2017 年是企业历史上大宗原材料涨价品类最多、涨幅最大的一年,再加上汇率波动等因素,粗略估计,企业成本增幅在 30% 左右。

一些企业反映认为,当前的“涨声片”具有一定的周期性特征。总部位于广州的雪松控股集团是一家大型综合民企,旗下的供

通云供应链集团主要开展制造业基础原材料流通业务。雪松控股集团副总裁兼供通云供应链集团总裁韩刚说,这一轮原材料价格上涨始于 2016 年下半年,已经持续了近两年时间。其中,金属品种的原材料出厂价上涨较为明显,而作为基础能源的煤炭价格上涨尤为剧烈。他说,由于煤炭占到国内能源消耗总量的六成以上,仅煤炭的价格上涨就会导致制造业的成本普涨。

综合调研情况看,此轮原料价格上涨呈现几大特征。

一是原材料价格上涨伴随可选资源短缺。珠海某电气股份有限公司总经理反映,这轮原材料价格上涨造成进料紧张、交货期延长,严重影响公司正常生产,进一步压缩利润空间,“原材料断货成为我们经常需要应急处理的问题之一。”佛山凌飞电器有限公司董事长谭薛珍说,近期原材料价格一直在涨,且部分原材料有时还断货。

二是此轮国内原材料价格上涨与国际不完全同步,部分原料如石油、塑料等价格有时高于国际平均水平,一定程度上削弱了国内制造业的国际竞争力。这一点在家电行业尤为明显。多家企业反映,2017 年以来,国内家电企业成本普遍提升 15% 至 20%,但国际主要市场成本提升幅度约在 5% 至 6%,国内外市场在商品定价方面的分歧不断加大。

三是高新技术元器件的价格上涨突出,对我高科技产业造成较大冲击。东莞一家电子科技有限公司的总经理向记者表示,2017 年以来,该公司所需的贴片电阻、贴片电容等

涨声一片 制造企业感受“多重压力”

部分电子元器件价格上涨了 50% 以上,记忆体价格上涨 30%,化工塑胶上涨 10%,纸箱包材上涨近 30%。

内外因素叠加推高原材料价格

针对此轮价格上涨,受访企业和分析人士普遍认为,国际市场需求复苏与国内经济平稳发展,是主要的拉动因素。

韩刚说,原材料价格波动,离不开国际经济大环境。根据经济合作与发展组织(OECD)的统计,全球近五年的终端消费需求一直较为旺盛,这种消费热潮传导到中国,就导致制造业前端的基础原材料需求旺盛,价格上升。

但受访企业也普遍认为,此轮价格上涨的内部因素不容忽视。

一是受去产能影响,导致部分原材料产能不足,供需缺口加大导致价格上涨。以钢材为例,近期钢材价格走势以强势上涨为主,唐山钢坯、螺纹钢现货价格持续反弹。截至 5 月 31 日,全国主要市场 20mm 规格三级螺纹钢平均价格为 4106 元一吨,华东区域杭州市场三级螺纹钢代表品种规格价格报在 3990 元一吨,华南区域广州市场 4270 元一吨,华北区域天津市场 3930 元一吨。贸易商纷纷反映当前的市场库存不高,部分钢材品种缺少规格。盈利方面,截至 5 月 21 日,全国盈利钢厂比例为 84.66%。截至 5 月 31 日,一吨螺纹钢现货毛利约 1048 元。钢厂出货非常顺利的背景下,钢材价格大概率依旧保持偏强态势。

二是环保持续加码,市场供应有限预期增强,对原材料价格走势形成支撑作用。以原材料成本占总成本普遍超过 7 成的涂料企业为例。随着环保督查常态化,树脂、溶剂、钛白粉等原材料价格大幅上涨,波及下游家具、装修等行业。有分析师认为,相关行业的产业格局一定程度上都会因环保督查而发生“洗牌性变革”,随着传统模式下利润空间大幅压缩,企业产品研发将向水性涂料、UV 涂料等环保产品方向发展,将会有一批不合规的中小企业在环保重压下黯然退场,行业集中度将有所提升。

东莞一电子企业负责人也表示,受环保检查影响,国内化工原料、纸业等行业关停企业数量较多,今年还有新一轮环保治理举措,

这些都会在短期内继续影响原料供应和市场价格。

此外,此轮原材料价格上涨,还凸显出我国全球性资源获取能力依然不足的问题。从事相关大宗商品交易的一家企业负责人表示,“亲眼看见了大宗商品的全球涨价潮,但我们只有观望与承受资格,没有参与主导价格变化的资格。”

该企业相关负责人说,我国铜矿石对外依存度高达 70%,但近年来,除个别国外企业,我国企业总体在获取海外铜矿资源上一直没有大的建树;同样,“全球铁矿石从 2015 年的 40 美元一吨上涨到 2017 年的 90 美元一吨,我们经常只有接货的份,没有发货的份”。

韩刚认为,虽然经济周期会有波动,但总体的制造业成本不会在短时间内得到实质性改善。

期盼“两手”配合缓解涨价冲击

目前,受访企业主要通过提价、产品升级等覆盖原材料价格上涨造成的压力。多数企业期盼,当前大宗商品走势依然存在不确定性、不稳定性,国家相关部门应精准调控,确保价格总水平基本稳定,帮助实体经济创新转型渡过难关。

早在今年年初,尼吉康电子贸易(上海)有限公司就发布了铝电解电容器的涨价公告。公告显示,自 2017 年以来,全球对电子元器件的需求已经恢复。由于包括铝材在内的原材料供应商已经宣布涨价,尽管尼吉康采取了很多措施仍无法消化所有的涨价。在供应方面,尼吉康“一直在努力支持需求,但投资金额已经超出利润可能回报的水平”。涨价产品主要是插脚式和螺栓式铝电解电容器所有型号,涨价幅度均为 5%。

但提价也会影响经销商以及最终消费者的接受度。尤其是中小企业,长期以来凭借价格优势在市场中分得一杯羹,而原材料价格上涨必然带动成品价格上涨,跟大型企业相抗衡的主要竞争力丧失。且中小企业在资金和产业链上也不占优势,应对原材料上涨的流动资金不足。在融资成本走高的态势下,生存空间将会变得更加狭窄。因此,一些企业选择在可控范围内,独自承担通胀带来的成本

中国对美出口增速下降

美举“保护主义大棒”伤其进口商

■ 新华社记者 于佳欣 刘红霞

海关总署日前发布的数据显示,今年上半年,中国对美出口增长 5.4%,增速较去年同期下降 13.9 个百分点。其中,6 月份对美出口增长 3.8%,增速下降 23.8 个百分点。

在今年以来中国外贸出口仍保持稳健增长的背景下,中国对美出口增速呈显著放缓的态势。专家认为,其背后既受经济大环境影响,也与美国发起的贸易摩擦影响市场信心有关。

“一方面看,受世界经济好转大环境影响,去年中国对美出口属于恢复性增长,而今年则是常态化增长,今年中国对大部分国家出口增速普遍不如去年。”商务部研究院国际市场研究所副所长白明说。

但除去这一因素,业内人士一致认为,美方主动挑起的贸易摩擦是导致中国对美出口增速放缓的重要诱因。

“中美至今已经有三轮磋商,但由于特朗普政府反复折腾,抛弃共识,撕毁契约,导致市场情绪发生不必要的波动,干扰了市场预期。”对外经贸大学中国世界贸易组织研究院院长屠新泉说。

中国国际贸易学会专家委员会副主任李永表示,美方一意孤行地挑起贸易战,一定程度上损害了美国进口商的信心,打乱了中美贸易的正常节奏,还可能进一步扰乱全球贸易的供应链。

基于美国经济近期基本面,本应该内需旺盛,扩大进口,但在与中国的贸易中却表现出相反趋势,这不能不说近期两国贸易受到了不正常的干扰,也恐令各相关方受损。

在美国贸易保护主义阴云下,那些资金有限的美国中小企业进口商恐怕首当其冲,将遭遇经营困难甚至倒闭之痛。

美国加征关税的行为遭到了来自企业、商协会等的共同反对。美国商会日前发布报告称,美国政府对进口商品加征关税其实是对美国消费者和企业征税,让他们为日用品和原材料支付更多费用,这将伤害到美国企业和消费者,并威胁美国整体经济复苏。

不少美国企业明确表态,敦促美国政府不要实施破坏经济的关税政策,因为这是对美国消费者征税,将使美国包括制造业在内的工作岗位面临风险。

贸易摩擦不仅影响双方,还会破坏全球供应链,对全球贸易和经济产生负面影响。经合组织(OECD)预计,如果美国率先提高关税引致他国反制,最终将导致全球贸易成本上涨 10%,全球贸易量减少 6%。

“更重要的是,贸易摩擦升级损害国际合作信心,对各国经济产生多重冲击,影响难以估量。”白明说。

制造企业感受“多重压力”

压力。

此外,“技改+智造”成为很多行业龙头企业的重要应对手段。广东格兰仕集团有限公司通过打造微波炉自动化装配生产线、电蒸炉自动化整机及自动化腔体生产线来提高生产效率和产品优良率,从而侧面提升企业利润。据介绍,格兰仕一条全新的自动化生产线日产智能微波炉 5000 台,生产效率比传统生产线提高 38%,精品直通率也大幅提高。

深圳市惠嘉晨实业发展有限公司从事日用陶瓷进出口业务。该公司业务员反映,以前两个月的交付期,现在大多需要半年以上。“接下来怎么办,我们也在思考。目前,我们采取的办法就是走高端化路线,市场收缩至欧、美、中东等国家 and 地区,另外去东南亚设厂或者寻找境外代加工企业也是我们正在考虑的方向”。

广东凌丰集团股份有限公司工业设计中心设计总监梁建秀说:“我们主要通过产品创新提高议价能力。产品特点和功能凸显,使得采购商对价格上涨就不那么敏感。”除了技术上的创新外,企业加强成本管理也是应对“涨价潮”的一项策略。链条末端的产品生产企业通过供应链管理 etc 把成本管理前移到供方,并通过管理体系活动降低企业人、财、物等其他成本,以此来补偿原材料涨价成本,整合要素重新优化配置,以达到降低成本、提高效益的目的。

成本压力,此轮原材料“涨价潮”中,帮助实体企业“减负”也是政府迫切需要解决的问题。

部分受访企业也认为,进一步加大降成本力度,是当前应对原材料成本上涨的有效措施之一。有分析师测算显示,以两家铜加工企业为例,分析师的主要原材料为电解铜,一年需要共同采购约 20 万吨。假设不含税铜价 50000 元一吨,按照 17% 的税率采购一吨铜要垫付增值税 8500 元。税率降为 16% 后,垫付增值税为 8000 元,一吨铜少垫付了 500 元,折合一年占用资金量就减少 1 亿元,降低的财务费用可能达到数百万元甚至近千万元。此外,相关利润还可以传导到下游的制造业企业。

企业还认为,长远来看我国仍要增强大宗商品供应能力,掌握全球定价的主动权。(据经济参考报)