

聚焦 中国-中东欧国家博览会

首设服务贸易展区:

“看不见的服务”呈现“看得见的效果”

□ 本报记者 邵志媛

刚刚落幕的第三届中国-中东欧国家博览会不仅展示了中东欧的美食美酒、航空运动等制造业,还首次专设服务贸易展区,展示双边人文旅游和港航物流合作。9家中东欧国家旅游促进机构和22家港口铁路等物流企业前来参展,带来各类定制化旅游服务、进出口物流方案,现场吸引众多采购商和观众咨询洽谈,让“看不见的服务”展现出“看得见的效果”。

自然风光。

此次参展的旅行社巴尔干假期主打塞尔维亚深度游,精心为现场观众带来多种旅游路线产品,如塞尔维亚一地8天全景游、巴尔干四国(塞尔维亚+波黑+黑山+阿尔巴尼亚)12晚14天深度游等。

巴尔干假期中国区办公室副总经理麻鹏飞对国际商报记者表示,新冠疫情的发生给旅游行业造成严重冲击。各国疫情防控措施调整后,出入境逐渐恢复正常,中东欧各国的旅游业又慢慢热了起来。“3月15日中国发布的第二批恢复出境团队旅游的国家名单,塞尔维亚位列其中。3月底我们接待了第一个中国地方政府赴塞尔维亚小型考察团,4月22日接待了第一个旅游团。截至5月底,我们累计接待的赴巴尔干-塞尔维亚地区的中国游客超100人。”麻鹏飞说。

“当前,中国游客的旅游需求越来越成熟且多样化,前往相对小众的目的地国家开展

深度游成为一种趋势。”麻鹏飞说,“中国民众的旅游需求非常旺盛,展会期间有很多中国旅游公司及观众前来洽谈、咨询,对赴塞尔维亚旅游充满兴趣。”

克罗地亚优蓝旅游有限公司是第二次参展中国-中东欧国家博览会。该公司是当地最大的一家旅游接待社,业务范围覆盖东南欧巴尔干国家,此次参展的主要目的是向中国观众推广克罗地亚旅游。该公司上海办事处负责人黄女士对国际商报记者表示,此次参展不仅与老客户线下见面洽谈合作,还为更多的意向合作伙伴和参展观众介绍克罗地亚的特色景点。“很多观众将公司展板上克罗地亚的旅游景点误以为是其他地区,这说明大家对克罗地亚并不是很熟悉,宣传推广仍需逐渐推进。”

谈及此次新设的服务贸易展区,黄女士颇有感慨,她对记者说:“此前博览会并未设置专门的服务贸易展区,公司只能与其他板块的企业共享展台。本届展会专门细分了旅游板块,公司也有了专属的展台,我们感到很惊喜,这足以说明政府和组委会对旅游行业的重视。”

业内人士表示,中国-中东欧国家博览会为旅游业务开拓搭建了平台,增强了信心。在政府搭台、企业联动的模式下,中东欧旅游发展前景可期。

为物流服务提供更多模式

服务贸易展区内的物流板块也尤为引人注目。来自保加利亚、波兰、捷克、斯洛文尼亚、塞尔维亚、奥地利等中东欧国家的物流特色企业参展,带来数字化货运管理、数字化贸易与物流、海铁多式联运等解决方案。

吉布达伟士是奥地利历史最为悠久的家族型货运公司,在全球范围内拥有170家分支机构及运营机构。作为吉布达伟士的中国区代表,此次是吉布达伟士物流(中国)有限公司宁波分公司第二次参展中国-中东欧国家博览会。该公司高级销售主管毕东波对国际商报记者表示,此次参展主要是向意向合作伙伴、观众展示中国与中东欧进出口物流方案。“吉布达伟士在全球拥有60多万平方米的仓储面积以及

3000多辆卡车,在中东欧地区拥有密集的公路运输网络以及仓储资源,承接海运空运铁路等多种物流服务类型,能够满足客户多样性的需求。”

第一次参展中国-中东欧国家博览会的上海迈辰国际物流有限公司国际商务副经理柯敏娟,是一位地道的保加利亚人。展会期间,她凭借一口流利的汉语吸引了众多采购商前往洽谈。

柯敏娟向国际商报记者介绍,中国市场产品丰富,出口量大,物流服务需求量大,远在保加利亚的World Transport Overseas总公司非常看好中国市场的发展前景,为此2020年在上海成立了分公司。也就是在那个时候,她从保加利亚来到上海开展业务。分公司主要提供海运、空运、内陆运输、报关代理、货物保险、集装箱运输服务。

“虽然是第一次参展中国-中东欧国家博览会,但参展效果非常不错。在展会新设的服务贸易展区,我不仅结识了很多同行并相互进行了业务探讨,还在展会期间加了30多位意向货代的微信,其中一部分已经进入报价环节。”柯敏娟说。

为中国游客提供多样选择

有关数据显示,过去10年中国赴中东欧国家的旅游人数增长4倍,越来越多的中国游客正将中东欧国家作为旅游目的地。

米马拉博物馆、克拉科夫老城、圣萨瓦大教堂……在服务贸易展区特设的旅游板块,来自中东欧国家的旅游推介部门和旅游经营企业向中国观众推介各自国家的名胜古迹和

一季度小微企业经营和现金流状况改善明显

□ 本报记者 李子晨

经过2022年四季度疫情防控措施的优化调整,疫情相关扰动因素集中出清。2023年一季度,小微企业实际经营情况达到2021年一季度以来的最好状态。

5月18日,北京大学光华管理学院、北京大学企业大数据研究中心、北京大学中国社会调查研究中心、蚂蚁集团研究院和网商银行小微观察站共同发布的《中国小微企业经营者调查2023年一季度报告暨2023年二季度中国小微企业经营者信心指数报告》显示,随着春节后市场需求增加,消费复苏的暖流涌动,小微企业逐步走向正常。2023年一季度小微企业经营者的实际经营表现指数为40.1%,达到过去十个季度以来的最高值。

同时,2023年一季度小微企业净利润率也扭转了近两年的持续走低趋势,达到1.2%。小微企业现金流维持状况环比、同比均有所好转,平均为2.6个月,现金无法维持的比例收缩约5个百分点,从上个季

度的16.0%降至为11.1%。此外,仅37.6%的小微企业者仍经历某种程度的关门和停业。这一比例比2022年第三、四季度的45.9%和61.7%大幅下降8.3和24.1个百分点。

“小微企业占中国市场主体90%,其经营情况,就是经济复苏的‘温度计’与‘晴雨表’。当前,小微企业不论是信心还是实际经营都稳步向好,让2023年开了个好头。”北京大学光华管理学院应用经济学系教授、调研报告课题组负责人张晓波介绍,小微企业经营者对2023年第二季度的经营信心指数提升显著,信心指数上升至50.3%,是自2021年第四季度之后首次回升至荣枯线以上。从分项指标来看,小微企业经营者对市场需求、营业收入和雇员规模的预期均为积极正向,特别是对前两者的信心稳在乐观区域。

不过,这项集聚11000多名各行各业小微企业经营者的调研显示,当前市场需求不足、经营成本高企是小微企业压力主要来源。一季

度,小微企业者中感受到成本压力的占比为43.9%,比上个季度上升5.8个百分点;感受到市场需求疲软和市场竞争所带来压力的小微企业经营者的比例更明显增加,从上个季度的38.9%上升至46.9%。

就经营成本压力来看,一季度,租金成本和原材料成本压力仍然是小微企业者成本压力的主要来源,占比分别为53.9%和42.9%,且比上个季度均有所攀升。此外,营销成本上升至本调查开始(2020年第三季度)以来的最高值,一定程度反映出市场复苏后竞争的加剧。

自2020年以来,各级政府为促进复产复工、助力小微企业者纾困解难采取了多项措施。2023年第一季度,小微企业者反映的各类扶持政策总体覆盖率为43.8%。与上一季度相比,小微企业者对各类政策支持的诉求强度均有所上升。其中,小微企业者对税收支持(50.7%)与成本减免(46.7%)两类政策诉求上升幅度最大,或与小微企业者面临的成本压力增大有关。

“我们能看到,小微企业经营者的至暗时刻已经过去,呈现复苏趋势。但实际经营表现仍有待改善,营收未恢复到去年同期水平,市场需求不足是最重要的制约因素。小微企业大部分分布在服务业,期待提振内需消费等方面的政策相继发挥作用。”张晓波说。

蚂蚁集团研究院院长李振华表示,在疫情防控措施优化调整、政策支持、市场需求逐渐恢复的情况下,中国的小微企业具有非常强的弹性和韧性。同时,对于小微企业者,数字化是一个重要变量。《报告》显示,有线上销售的小微企业者在今年一季度仍然延续了自2022年一季度以来的上升趋势,从上个季度的49.9%上升到52.6%,与2022年一季度相比上升10.7个百分点。当前,五成以上小微企业者在不断尝试新的运营方式、拓展新的市场来实现增长。对此,平台企业应该给予他们更多的支持和关注。

湖北省商务厅:“走出去”“引进来”多形式开展主题教育专题读书班

(上接1版)

全体党员干部纷纷表示,把专家“请进来”的学习方式,为大家以商务所能服务湖北所需,在努力建设全国构建新发展格局先行区跑好商务这一棒提供了思维支撑和思路支持。

湖北省商务厅电商处党支部刘默表示,他认真研读了党的二十大报告、党章和《习近平著作选读(第一、二卷)》等学习书目,在下一步工作中,将用以学感恩奋进的态度,以干践行忠诚的行动,推动电子商务高质量发展服务先行区建设。

湖北省商务厅驻十堰市方滩村工作队队长李继业表示,湖北十堰方滩村农民从土房子搬进了楼房,乡村山路变成了沥青路,人均收入去年达到1.5万余元,村民的精神面貌焕然一新,让他深刻认识到“两个确立”当之无愧是党的十八大以来最重要的政治成果,必须坚定不移做到“两个维护”,始终如一做到忠诚核心、拥戴核心、维护核心、捍卫核心。

湖北省商务厅相关负责人表示,这是一次贯穿主题教育全过程的学习,将组织全体党员干部深入开展学习贯彻习近平新时代中国特色社会主义思想主题教育,深入开展调查研究,把理论学、调查研究、推动发展、检视整改等贯通起来,有机融合、一体推进,着力解决商务发展难题,推动主题教育取得实实在在的成效。

下一步,湖北省商务厅将围绕事关商务高质量发展的战略、破解复杂难题、新时代新情况的前瞻性、重大工作项目的跟踪,确定“贯彻落实党中央决策部署和习近平总书记对商务工作重要指示批示精神”“服务建设全国构建新发展格局先行区”等十个方面进行调研,促进党员干部转变工作作风、密切联系群众、提高履职本领、强化责任担当。

(熊辉罗 邓宗源 陈兰江)

新能源汽车电池企业对欧投资强势崛起

□ 本报记者 何芬兰

近日,惠州亿纬锂能股份有限公司发布公告称,其全资孙公司与卖方签订合同,向卖方购买其位于匈牙利德布勒森西北工业区的土地,用于生产圆柱形动力电池。去年8月,宁德时代宣布在匈牙利建设动力电池工厂,规划产能为100GWh,投资金额73.4亿欧元,该项目将为欧洲的汽车制造商生产电芯及模组产品。这是继德国工厂后,宁德时代在欧洲建设的第二座工厂。2021年,远景动力与法国雷诺达成全面战略合作,雷诺将向远景提供5年40GWh至120GWh动力电池订单。远景动力在法国杜埃的超级电池工厂将成为法国第一家数字化、绿色的动力电池工厂,到2030年实现年产能24GWh并具备实现40GWh的扩容潜力……近年来,中国电池生产企业对欧投资动作频频。

全球咨询机构毕马威集团和独立研究机构MERICS日前联合发布的《2022年中国对欧洲直接投资(FDI)报告》指出,欧洲已成为中国电动汽车全球扩张的关键部分,电池投资成为中国在欧洲投资的支柱。新能源汽车电池企业投资欧洲强势崛起,并带动上下游产业将海外投资目光聚焦欧洲市场。

驱动中企对欧绿地投资

走出去智库(CGGT)观察到,虽然欧盟成员

国以及英国政府近年来加大了对中国投资的限制力度,中企在欧洲的并购和收购活动有所减少,但在电动车电池工厂等项目的推动下,2022年中国对欧洲的绿地投资增长53%至45亿欧元,自2008年以来首次超过并购。

报告称,中国电池工厂投资已成为中国对欧直接投资的主要推动力。绿地交易是中国在全球范围内为其充满活力且国内领先的电动汽车行业,获取关键投入和全球市场份额的努力的体现。“绿地投资的增加主要由几个大型项目推动,而这些项目几乎完全集中在汽车行业,包括宁德时代、远景动力等中国电池巨头企业在英、法、德、匈牙利投资建设电池工厂”。

从2016年到2022年,已宣布的中国在电动汽车价值链中的FDI从2016年的6.05亿美元激增40倍以上,到2022年超过240亿美元。而过去5年,电动汽车行业的交易占中国宣布的全球对外直接投资的19%,仅在2022年就占中国对外直接投资总额的58%。

“中国企业对欧洲这个仅次于中国的全球第二大电动汽车市场产生兴趣不足为奇。”报告分析指出,欧洲拥有相对较好的充电基础设施和慷慨的政府采购补贴,这些补贴是在更广泛的绿色议程中制定的,旨在使道路交通脱碳。此外,与日本或韩国等其他主要汽车中心不同,欧洲几乎没有自己的大型电池公司,该行业对来自中国的投资仍然非常开放。

这为宁德时代新能源科技股份有限公司(CATL)或蜂巢能源科技有限公司(SVOLT)等全球领先的中国电池企业创造了重要的投资机会。自2018年以来,中国电池企业已宣布在欧洲投资175亿美元。到2030年,他们欧洲工厂的预期产量可能约占欧洲大陆电池总产能的20%。到目前为止,这些投资中最大的投资集中在电池模块和电池组的生产方面,例如宁德时代在匈牙利的100GWh工厂,建成后将成为欧洲最大的工厂。

带动全产业链赴欧投资

2022年,中伟新材料股份有限公司和芬兰矿业集团宣布计划建立一家合资企业,建设用于制造锂离子电池的前驱正极活性材料工厂;Semcorp在匈牙利的1.84亿欧元工厂将生产锂离子电池隔膜;在德国,无锡先导智能设备有限公司在赢得大众汽车新萨茨吉特电池厂提供设备的重大合同后几个月,又收购了破产的专业机械公司OntecAutomation……电池产业的上游企业也在积极寻求投资欧洲的机会。

同时,电池产业出海欧洲亦为其下游产业“走出去”奠定了坚实基础。2022年,中国向欧盟27国出口37.1万辆电动汽车,价值83亿欧元,比2020年增长了360%。报告预测,如果中

国电动汽车制造商的努力取得成功,他们可能会开始在欧洲投资生产。例如,吉利旗下的沃尔沃宣布在斯洛伐克建立近60年来第一个新欧洲制造基地,该工厂将只生产电动汽车。而比亚迪作为中国最大的电动汽车制造商和第二大电池生产商,也在寻找欧洲制造基地。

报告分析称,在欧洲生产而不是出口到欧洲,将有助于中国电动汽车制造商节省关税和运输成本,更重要的是,有利于降低日益增加的政策壁垒。2022年10月,Stellantis首席执行官CarlosTavares呼吁欧盟提高对中国制造汽车的关税。

此外,由于美国《通胀削减法案》(IRA)将电动汽车税收抵免与不含来自相关实体(包括中国)的矿物或组件的电池联系起来,IRA叫停了计划在北美投资的中国公司。例如,在南卡罗来纳州、肯塔基州以及墨西哥考察选址后,宁德时代推迟了开设新电池工厂的计划。

由此,中国企业更多将目光转移至欧洲市场,从而使中国电池制造商与欧洲联系更为紧密。欧洲在未来几年可能会获得更多中国电动汽车的投资。