

商闻热点

量增价跌、性价比高

# 生产企业喜闻有色金属进口“涨”声

□ 本报记者 吴力

2020年,中国对有色金属等大宗商品的进口量持续大幅增加,量价齐升和量增价跌的行情相互交织,大量进口有色金属为企业原材料采购带来了更多选择,有助于企业降低生产成本。进入2021年,世界经济依旧面临诸多变数,中国企业应当如何研判市场,以更优的成本采购原材料?

## 多因素驱热金属进口

244万吨,这是中国2020年前11个月未锻造铝和铝制品的进口量,比上年同期增长了4倍,超过2009年全年232万吨的进口量。从单月数据来看,2020年11月份的进口量为18.9万吨,比上年同期增长了158.6%。

这只是观察2020年中国金属进口情况的一个侧面。除此之外,中国对铜、铁、镍等金属的进口数量也在大幅增长。海关总署日前发布的统计数据显示,2020年前11个月中国进口铁矿石10.73亿吨,增长10.9%;进口未锻轧铜及铜材617.4万吨,增长38.7%;进口钢材1885.9万吨,增长74.3%;钴原料进

口总量8.09万吨,同比增长1%。2020年11月中国进口精炼镍共1.29万吨,环比增长53%,同比增长80.38%。

在全球经济低迷之际,中国对金属等大宗商品进口量为何“涨”声不断?商务部研究院国际市场研究所副所长白明在接受国际商报记者采访时分析,金属进口量大增主要由三方面因素决定:一是中国疫情防控较好,经济稳步恢复,生产复苏对进口需求的拉动作用明显;二是中国对金属等大宗商品的进口依赖度较高;三是中国积极主动扩大进口,在通关便利化和降低进口关税等方面的措施落实成效显著,对满足进口需求起了较好的促进作用。

在价格方面,除了铁矿砂等少量产品进口量价齐升,其他金属产品进口量增价跌居多,有利于中国企业降低生产成本。海关总署发布的数据显示,2020年前11个月铁矿砂进口均价为每吨694.5元,比2019年同期上涨5.8%;未锻轧铜及铜材进口均价均为每吨4.43万元,下跌1.6%;钢材进口均价为每吨5688.7元,下跌29.4%。

分析人士认为,价格差也是带动中国金属进口大增的一个原因。以铝为例,中国以前较少大量进口铝,但受疫情冲击,国外铝价

下跌,使得上海铝价远高于伦敦铝价,为廉价的海外金属打开了所谓的套利窗口。记者查阅交易数据发现,伦敦铝期货价格2020年最高值出现在12月17日,报2096美元每吨,创2018年10月以来新高。上海铝价的最高点则出现在12月2日,为16925元每吨(按当日汇率折算为约2580美元每吨),单价比伦敦铝价高出484美元。

## 企业可适度增加库存

国际咨询机构惠誉预测,新冠病毒疫苗在逐步推广,在刺激政策的支持下,随着基础设施项目取得进展,中国的金属消费将保持强劲,矿商和金属生产商应该会看到更有利的定价环境,全球矿产和金属需求将大幅回升,几乎所有矿产和金属价格(铁矿石除外)均将走高。

白明分析,金属价格走势的变化将与疫情防控和复苏的步伐息息相关,这是中国企业在决策中需要充分考虑的因素。具体来说,中国经济在2020年实现初步复苏,2021年将进一步复苏,对金属等原材料的价格需求会进一步增加。日本和欧洲等国家和地区也将缓慢复苏,再加上欧美货币政策偏

宽松,这些因素都会对支撑金属产品价格上涨起到助推作用。

不过,2021年全球金属市场仍存变数。白明强调,2020年受疫情和经济复苏影响,金属市场的消费端等中下游受到的波及比较明显。2021年如果经济复苏步伐和疫情防控进展进一步形成反差,开采和加工等上游环节难免受到波及,上下游造成的联动效应对市场造成的影响尚未知。

为此,白明建议生产企业既要控成本又要防风险。短期来说,要增强对市场的预判,控制生产成本,在价格合适的阶段适度增加原材料库存,避免因行情变动而转身投入金融炒作。长远来看,采矿或矿产品加工等领域的企业可在国外资源价格偏低时进入,通过并购等合作方式持有,从而为国内生产提供更多元、更稳定的资源。

实际上,中国已有不少企业开始增加储备。格力电器相关人士在回答投资者提问时表示,公司在原材料价格相对低位时会储备库存,并通过期货市场套期保值对冲原材料价格波动影响。

地方看点

## 累计实现销售额135.2亿元 2020北京消费季圆满收官

据新华社电 自2020年6月启动的北京消费季圆满收官。1月5日,记者从北京市商务局了解到,北京消费季累计发放餐饮购物消费券、智能产品消费券和餐饮外卖消费券3900万张,涉及京东、小米、国美、美团、饿了么等多家平台,实现销售额135.2亿元。

记者了解到,在严格落实疫情防控措施前提下,按照“政府搭台、企业唱戏、全民参与”模式,北京消费季以首都丰富的商旅文体资源为依托,围绕“京彩”“京券”“京品”“京韵”“京味”等板块,覆盖餐饮、购物、文化、旅游、休闲、娱乐、教育、体育、健身、出行等领域,累计开展千余项线上线下促消费活动。

据介绍,为了培育消费新场景,满足消费新需求。北京消费季期间,实施夜京城2.0行动计划,每周末在前门、国贸等地标、商圈和特色街区持续点亮夜京城。为了推动直播带货模式发展,北京举办首届北京网络直播大赛,吸引300余家企业参与,企业参赛短视频、直播间累计观看量、曝光量总计超过3620万次。同时,在大宗商品消费、细分群体精准消费等方面,北京也接连举办多场活动。

北京市商务局有关负责人表示,2021年,北京将以文商旅体教促消费活动为核心,不断创新优质服务资源供给,发挥首都平台和窗口优势,吸引国内外知名品牌首发。同时,通过系列促消费活动,不断提升“京品”品牌影响力和文旅服务消费能级,挖掘体育服务消费潜力,扩大教育服务消费规模,培育健康服务消费市场,满足多层次、多样化、个性化消费需求。

## 多地向国际消费中心城市进发

(上接1版)

苏宁金融研究院高级研究员付一夫在接受国际商报记者采访时表示,当前中国建设国际消费中心城市可谓正当其时。在构建以国内大循环为主体、国内国际双循环相互促进的新发展格局的背景下,促消费、扩内需的重要性进一步提升,中国迫切需要以国际消费中心城市为新的平台和载体加快消费升级及新动能培育。“这不仅有助于形成强大的国内市场,辐射带动周边地区乃至全国经济社会的高质量发展,还能提升城市在国际上的综合竞争力。”

付一夫分析,从多地发布的支持举措看,从优化商品服务供给到以科技支撑加快业态模式创新和升级消费体验均有涉及,正在全方位建设国际消费中心城市,加快推动消费提档升级。“可以预见的是,随着国际消费中心城市建设进入快车道,消费市场提质扩容可期,将为中国经济高质量发展提供有力支撑。”

## 多点发力激活城市活力

国际消费中心城市到底应该建设成什么样?在付一夫看来,国际消费中心城市可以界定为:在全球化大势下可有效满足本土及境外居民生活性消费,既包括个人消费,也包括安保、教育等公共服务消费,同时还具有较强的全球消费资源配置能力和消费创新引领能力,通过消费集聚人才,推动以人力资本和知识资本为核心投入的生产性服务业发展。一语以概之:消费成为城市发展的集聚向心力和核心驱动力。

付一夫认为,这意味着国际消费中心城市不再仅仅是“美食购物城”,而是囊括了国际大都市、中心城市、消费城市等多个维度的内涵。因此,未来各地打造国际消费中心城市需要充分结合当前消费升级和全球消费发展的新趋势,勇于探索,从多个方面持续综合发力。“如进一步提升城市能级与扩大开放,打造具有全球影响力和美誉度的标志性商圈,聚集全球高端消费资源,营造多行业融合互动的消费生态,完善高效便捷的消费环境,健全法律法规,促进公平竞争和消费者权益保护,提供优质公共服务,吸引优质人才,增强创新能力等。”付一夫说。

“打造国际消费中心城市建设,相关城市还需在智能化建设、绿色化发展和精细化管理方面下功夫。”刘向东表示,具体到微观层面需要因地制宜提升消费的便利性,特别是在消费环境建设上下功夫,促进各种消费业态发展,完善线上线下相结合的消费模式,着力开发具有吸引力和影响力的消费场景和据点,切实提升消费档次和层次。

## “分手”协议达成

# 英欧近忧虽解远虑仍存

□ 本报记者 李宁

2021年1月1日零时,英国与欧洲联盟开始执行英欧未来关系协议。根据协议,从2021年开始,双方商品贸易将继续享受零关税、零配额待遇,避免了大规模贸易成本增加。分析人士认为,对于受到新冠肺炎疫情冲击的英、欧经济而言这无疑是个利好消息,但双方经贸关系仍将面临调整和困扰。

## 影响尚待观察

2020年12月24日,经过多轮激烈紧张谈判,英国与欧盟终于就包括贸易在内的一系列合作关系达成协议。英国议会12月30日通过了英欧未来关系法案,为英国与欧盟达成的未来关系协议2021年生效铺平道路,但该协议仍

未得到欧洲议会的正式批准,目前只是“临时执行”。欧盟采取变通程序,要求各成员国先行批准于2021年1月1日-2月28日临时执行该协议,同时提请欧洲议会明年初开会审议该协议。

对于英国与欧盟经过艰难谈判于最后时刻达成协议,商务部研究院世界经济研究所副所长陆燕在接受国际商报记者采访时评价道:“自英国公投决定脱离欧盟以来,英国与欧盟如何维持双方的后续关系一直充满不确定性。协议的达成暂时结束了这种不确定性,英国避免了‘硬脱欧’,同时也避免了与欧盟今后的合作陷入混乱和造成冲击。”

在陆燕看来,协议的达成成为英国与欧盟今后的贸易与合作奠定了基础。根据这份协议,未来双方贸易将继续实施免关税、免配额,但同时贸易商将面临一系列边境检查,英欧间的人员自由流动将结束,也会减少彼此的服务贸

易。尽管协议的达成对英欧经贸的影响还有待观察,但毫无疑问,双方的经贸关系将进入新的历史阶段。

不过,这并不意味着英欧经贸关系自此便可高枕无忧。分析人士普遍认为,尽管英国与欧盟就今后贸易安排达成协议,但双方经贸关系仍面临调整和困扰。即使有双边合作关系护航,英欧之间的贸易流畅度仍不可与英国留在欧盟单一市场相提并论。同时,在跨国就业领域,英国与欧盟公民到对方国家找工作都会增加难度。此外,目前达成的协议对一些矛盾采取了延后解决的方式,也将带来不确定性。

## 能否挽救英欧经济

2020年,疫情严重冲击欧洲经济,当下欧洲地区疫情形势依然严峻。欧盟委员会2020年11月初发布的经济预测显示,欧盟和欧元区经济2020年预计将分别萎缩7.4%和7.8%,而受疫情冲击最

严重的西班牙、意大利、法国2020年经济预计将分别萎缩12.4%、9.9%和9.4%。

英欧达成协议是否会各自经济带来更多复苏希望?

英国政府预算责任办公室预计,在达成协议的情况下,英国经济15年内将比留在欧盟萎缩4%。据报道,英国财政大臣苏纳克一个月前表示,今年英国经济或将萎缩11.3%。苏纳克预计到2022年第四季度英国经济产出能恢复到疫前水平,但经济“伤疤”恐将持续存在。

“就经济而言,去年秋冬新一波疫情导致英国和欧盟国家不得不重新收紧防控措施,经济活动持续受到影响,短期增长前景恶化。此刻双方达成协议将在很大程度上消除各方忧虑,英欧关系形成了一个可预期的框架。这有助于提振市场信心,为经济恢复提供良好环境。”陆燕说。

## 决战决胜 脱贫攻坚

# 一位脱贫户的电商“生意经”

□ 冯维健

冬日的北风寒气逼人。在河北省武邑县韩庄镇黄村,村民黄爱建披着棉服,歪着脑袋,肩膀夹着手机,与客户沟通着订单信息。他用右手指挥工人装卸花架,左边,一只空空荡荡的袖筒随风摆动。

黄爱建是武邑县土生土长的农民。20年前,黄爱建不幸患上骨癌,整个左臂被截肢,成了残疾人,种地和打工都受到影响,不仅断了收入来源,还要支付高额的医药费,家里债台高筑。2014年,他被识别为建档立卡贫困户,这之后他整天垂头丧气,说啥也提不起精神。

就在那一年,武邑县全力推进电商产业扶贫全覆盖,政府投资建设了农村电子商务公共服务中心和电商孵化中心,开办了武邑县电商培训学院,为农村电商创业企业和贫困人员提供免费培训和政策支持。正当黄爱建一

筹莫展时,驻村工作队了解到他家的情况,先后十几次上门与他谈心。

“你还年轻,掌握新事物的能力强。现在网购这么火,你虽然不能从事重体力劳动,但可以试试利用网络脱贫致富啊。”在一次谈话中,驻村工作队队长焦永喜的一番话点醒了黄爱建。从那时起,他第一次接触到“电商”“网购”等新名词,也成了武邑县电商培训学院的第一批学员。

开办电商,没有本金怎么办?为此,驻村工作队积极与地方银行联系,帮助黄爱建选择适合电商经营的信贷产品,解决了创业初期的资金周转难题。武邑县韩庄镇人大主席闫广川向他详细介绍了网络资费、网销额度奖励等方面的优惠政策,帮助他申请了3万元的产业扶贫资金贷款。

经过前期调查,黄爱建发现,武邑县做榆木加工仿古家具的企业很多,他所在的韩庄镇又被称为“花架之乡”。近几年,周围很多木器加工厂受

传统销售模式所限出现了产品销路窄、销量小的问题。此时,面向这些木器厂提供仿古家具的电商服务,空间一定很大。

经过一段时间的准备,黄爱建熟悉了网店流程,接下来就是筹备开店事宜。从注册账号、网店装修,到产品拍摄、学习交易管理,2016年,黄爱建的淘宝店顺利开业,主要销售榆木仿古供桌、花架、琴桌、餐桌椅等10多个系列产品。

为了支持黄爱建创业,焦永喜到衡水市开会时都随身带着宣传册帮着宣传,还在微信朋友圈帮忙打广告,扩大网店的影响力。黄爱建自主创业的事迹受到了一些民营企业的关注,当地好几家木器厂主动让他赊销产品。

开业至今,网店销售量一直稳步提高,去年销售交易总额达到20多万元,月均成交50余单,行情好的时候月销售额就能达到四五万元。黄爱建不仅还清了债,还摘掉了贫困户

的“帽子”,成了远近闻名的致富能手。

2017年,黄爱建进一步扩大业务范围,并以自己的名字注册成立了爱建木器厂。为满足客户的多样需求,他的经营范围从网店销售扩展到仿古家具的个性化定制,不仅提高了产品的销量,还带动更多贫困户加入其中与他一起脱贫致富。

现在,与黄爱建经常联系的客户超过1500人,这几年他的微信好友增加了600多人。如今,黄爱建的网店成了木器行业的“网红店”,他的生活和精神面貌焕然一新。去年,他翻盖了4间房子,购置了电动三轮车,还添置了冰箱、空调等家用电器,生活发生了翻天覆地的变化。

面对未来,黄爱建充满信心:“贫穷从来压不垮奋斗者的梦想,残疾也不可能!”