

中国贸易政策在世贸组织受到肯定

据新华社电 世界贸易组织第九次对中国贸易政策审议会议17日至19日在瑞士日内瓦举行。会议期间,中国贸易政策及其对全球多边贸易体制所作的贡献受到世贸组织秘书处和多个世贸组织成员的肯定。

世贸组织秘书处审议报告中指出,中国仍是全球经济增长的重要推动力,中国经济在新冠疫情后强劲复苏,进出口持续增长。中国中间产品贸易增速明显快于货物贸易整体增速,表明中国进一步融入国际供应链。

报告指出,过去几十年,中国推行市

场化改革,积极融入全球经济,人民生活水平大幅提高,并在消除极端贫困方面取得成功。

报告还指出,中国积极改善外商在华营商环境,进一步放宽外资准入限制。巴西代表团在审议会议上表示,中国的贸易数据表明,中国正进一步融入国际供应链,中国仍是全球经济增长的重要引擎。

尼泊尔代表团表示,中国是世贸组织负责的成员,为维护多边贸易体制发挥积极作用。感谢中国通过贸易援助继续支持技术援助和能力建设项目。

牙买加代表团表示,中国长期向发展中国家成员提供援助,积极兑现并确保多边贸易体制惠及全体成员的长期承诺;中国积极、务实地参与世贸组织的工作,在世贸组织改革以及有关渔业补贴、农业和争端解决机制的磋商等方面作出积极贡献。

南非代表团表示,中国倡导加强南南贸易,对促进非洲发展发挥积极作用。当前,全球面临多重挑战,中国对多边主义的支持显得愈发重要,中国是多边贸易体制负责的成员,“期待看到中国在世贸组织中发挥更多建设性领导作用”。

安哥拉代表团表示,安哥拉同中国一

样,反对以政治和国家安全战略为幌子采取单边保护主义,安哥拉密切关注中国提出的全球发展倡议、全球安全倡议和全球文明倡议等倡议,希望这些倡议有助于建立支持可持续发展的国际多边新秩序,为发展中成员提供更好机会。

贸易政策审议是与规则谈判、争端解决并列的世贸组织三大功能之一,成员之间相互就贸易政策提出问题、表达关注,是成员相互了解经贸政策走向和承诺执行情况的重要途径。按照审议规则,贸易额排名全球前四位的成员每两年接受一次审议。

上证科创板200指数将于8月20日发布

本报讯 上海证券交易所21日发布消息,为及时反映科创板上市证券的表现,为市场提供多维度投资标的和业绩基准,上交所和中证指数有限公司将于8月20日发布上证科创板200指数。

据介绍,上证科创板200指数从上交所科创板中选取市值偏小且流动性较好的200只证券作为样本,上证科创板200指数与上证科创板50成分指数、上证科创板100指数共同构成上证科创板规模指数系列,反映科创板市场不同市值规模上市公司证券的整体表现。

上海财经大学上海国际金融中心研究院研究员秦焕梅表示,上证科创板200指数与上证科创板50成分指数、上证科创板100指数形成差异化定位,进一步丰富了科创板指数品种体系,有助于完善科创板指数编制方法,也有利于健全“上海指数”体系。

科创板开市五周年之际,上交所频频宣布新指数:19日,上交所宣布,将于7月25日发布上证科创板医疗指数和上证科创板人工智能指数;14日,上交所宣布将于7月26日发布上证科创板芯片设计主题指数和上证科创板半导体材料设备主题指数,为市场提供更多科创板半导体产业投资标的。

在秦焕梅看来,上交所指数频频上新是提升中国在全球科技创新实力、地位和影响力的重要举措,丰富了国内外投资者指数投资的种类,带来了多元化的投资益处。(中新)

国产榴莲产业呈现提速发展趋势

据新华社电 从2019年种苗大规模试种成功,到如今相继挂果并开始上市,我国国产榴莲产业通过政策引导、技术赋能、国际合作等举措,正呈现提速发展趋势。这是记者21日从2024年中国—东盟榴莲产业研讨会上了解到的信息。

记者从会上获悉,当前我国国产榴莲主要种植区位于海南三亚、保亭、乐东等地。数据显示,2023年三亚约1400亩榴莲挂果,产量为50吨左右,成为首批规模化采收的国产榴莲。今年,海南全省榴莲种植面积发展到近4万亩,挂果面积约4000亩,预计产量将达到250吨。

海南于2019年在全国率先实现榴莲种规模化成功试种,并持续做大做强榴莲产业。2022年,海南出台行动方案将榴莲作为省级重点培育的全产业链之一,在

科研经费、人才引进、林地使用审批、气象信息等方面予以全方位支持,并加快推动拟定榴莲有关地方标准和品牌打造。

7月20日,海南省农业科学院与泰国、马来西亚、老挝、柬埔寨等国主要榴莲行业机构共同签署成立中国—东盟榴莲科技创新联盟,海南首单榴莲种植保险、首家国产榴莲专卖店也同日落地三亚。

海南省农业科学院党组书记刘作凯表示,目前除海南外,广东、广西、云南等地都在积极探索国产榴莲规模化种植。随着利好政策和消费市场推动,我国将探索建立具有自主知识产权的榴莲产业技术体系,并与东盟国家进一步深化榴莲经贸合作,协同实现产业优势互补和一体化发展。



7月20日,在海南省三亚市优级尖嘴榴莲园一号基地,网络主播在视频直播中介绍国产榴莲。(新华)

全国温室气体自愿减排交易市场 半年开户4500余家

本报讯 国家应对气候变化战略研究和国际合作中心首席科学家徐华清21日在武汉介绍,全国温室气体自愿减排交易市场正式启动半年来,已完成开户4500余家。

2024年中国碳市场大会当天在武汉召开,徐华清在大会分论坛上介绍了全国温室气体自愿减排交易市场实施进展。

国家应对气候变化战略研究和国际合作中心是全国温室气体自愿减排交易市场的注册登记机构。徐华清介绍,截至2024年7月15日,中国核证自愿减排量(CCER)累计成交量4.72亿吨二氧化碳当量,累计成交额70.92亿元。CCER市场价格从2020年的10元/吨左右,上涨至2024年7月的77.93元/吨。

据了解,全国温室气体自愿减排交易市场于2024年1月正式启动,是继全国碳排放权交易市场后,我国又一推动实现碳达峰、碳中和目标的政策工具。强制碳市场对重点排放单位排放行为进行严格管控,自愿碳市场鼓励全社会广泛参与,两个碳市场各有侧重、独立运行,又互补衔接、互联互通,共同构成中国碳市场体系。

徐华清透露,目前自愿减排交易市场新开户的项目业主,主要在并网海上风力发电、并网光伏发电、造林碳汇、红树林营造四大领域。下一步,将适时发布新方法论,持续扩大市场支持范围,期待有更多项目业主及其他市场主体参与市场活动。(中新)

国内市场严重“内卷” 餐饮“出海”是个好生意吗?

随着国内餐饮行业“内卷”不断加剧,海外市场正在成为国内品牌突围的方向。2023年以来,越来越多的餐饮、新茶饮、咖啡等连锁品牌开始了闯日韩、下南洋之路,海外市场对于国内餐饮品牌而言虽然是从零起步,但也意味着新机会。

近期,记者在走访调查中发现,虽然海外市场成本低、有增量机会,国内品牌也有自身模式优势,但同样也要面对供应链、法律法规、本土品牌竞争等挑战,国内餐饮品牌“出海”之路还在探索之中。

“内卷”推动 餐饮“出海”

从2023年开始,国内餐饮行业的多个赛道都出现了价格战的趋势,2024年更为明显。中国烹饪协会公布的数据显示,今年上半年全国餐饮市场呈现恢复态势,但与此同时,餐饮行业出现了收入增长利润却不增长的现象。中国烹饪协会分析称,价格战、同质化竞争和成本压力的不断加剧是造成目前餐饮行业“增收不增利”现象的几大因素。

伴随着“内卷”的加剧,越来越多的餐饮、茶饮品牌把目光放到了“不太卷”的海外市场上。

在近日举行的咖门2024研发者大会上,冰雪时光的创始人江华北在做开场白时表示,今年国内餐饮市场非常“内卷”,大家都感受到同行在加大降价促销的力度,因此“出海”发展目前是个很热的话题。

记者发现,目前已有不少国内餐饮品牌选择了“走出去”发展,比如在韩国首尔街头,已经时不时能看见中国餐饮和茶饮品牌的身影,特别是在弘大夜市等热门景点,杨国福麻辣烫、蜜雪冰城、茶百道等中国品牌门店已经成为其中一景。

新茶饮也是本轮餐饮“出海”的主力军。作为首个进军海外市场的中国新茶饮品牌,喜茶于2018年在新加坡成功开设了首家海外分店,并通过直营和加盟两种模式加速海外布局,目前已经在英国、澳大利亚、加拿大、美国、韩国等多个市场开设了门店;而门店数量为茶饮行业第一的蜜雪冰城,截至目前在海外的门店数已经达到约4000家;2023年12月,奈雪的茶在泰国曼谷开出直营门店。

除了头部品牌,一些中小茶饮品牌也更加看重“出海”的机会。比如冰雪时光从2018年开始筹划“出海”,到2023年开出首店,目前已经在9个国家开设600多家门店;而另一家新茶饮品牌柠柠也在9个国家开设了68家门店。

海外赚钱也不容易

虽然国内餐饮品牌的海外发展之路已经迈出了第一步,但也发现海外市场有机遇也有挑战。

冰雪时光首先进入的是印度尼西亚市场,江华北表示,印尼的生意没有国内这样卷,当地房租水平不高,人工成本也远低于国内,但门店的营业额却普遍高于国内门店水平,生意最好的门店开业90天左右就能回本。

海底捞的海外业务主体特海国际相关人士告诉记者,东南亚地区(门店)整体表现较好,主要体现在各项成本相对欧美国家较低。记者还从一位接近海底捞的业内人士了解到,海底捞海外门店的回本周期一般为2年—4年。

虽然生意前景可观,不过在江华北看来,海外开店和国内的开店逻辑完全不同,面临着方方面面的挑战,“出海”者需要做大量的提前准备。

其中一大挑战就是供应链。江华北表示,东南亚有包括泰国、印尼、马来西亚、越南等在内的十多个国家,不同的国家需要不同的认证要求,特别是部分国家对于清真认证有非常严格的规定,

要在当地做生意,必须完成相应的认证。

据介绍,部分国家的认证过程复杂而严格,并不仅仅是委托一家机构开具一纸证明,当地管理部门会委托国际认可的专业机构,到中国进行审厂,手续烦琐,周期很长,费用较高。此外,部分国家的认证条件也有较大差异,比如泰国要求所有食品原料都在泰国生产。因此想要“出海”的茶饮、咖啡品牌最好有自己的工厂,依靠外部供应商通过烦琐多样、不同要求、耗资费时的认证挑战很大。

此外,部分国家的物流运输业发展不算太快,冷链物流普及率不高,部分市场还存在分布在不同岛屿上的情况,企业要面临的供应链上的挑战。

业内人士表示,在整个“出海”过程中,打造海外供应链是首要难点,甚至相当于在海外再造一家新公司。

霸王茶姬创始人、董事长张俊杰曾公开表示,“出海”不是一家企业自己的事,而应该是全产业链在一起、走出去,才能真正实现全球化。“任何一个单一

的经营单元,无论是品牌方、渠道方、供应方的单一‘出海’,都无法实现协同效应。品牌‘出海’应该是供应链、物流、装修、设计、乳制品等所有生态公司、全产业链的‘出海’。”

另一方面,如何满足海外市场消费者的需求也是中国餐饮品牌“出海”的难点之一。“真正的国际化是本土消费者成为你的用户,如果全是中国人用户,那是假的国际化。”茶百道韩国市场负责人王欢近日在接受记者采访时表示。

柠柠创始人谢灿武也表示,虽然海外茶饮市场竞争程度远低于国内,但品牌不能“落地”也是能否成活的关键。在海外拓展的过程中,他发现海外市场更大的、能够持续消费的群体依然是本地人,很多华人的生活方式也已经入乡随俗,因此如果不了解本地市场,只想做华人的生意,市场热度会快速降温。

据了解,东南亚市场不同的国家饮食习惯也有较大的差异,这也对“出海”茶饮品牌的市场洞察和研发能力提出了更高的要求。

知识产权仍是挑战

值得注意的是,知识产权也是国内餐饮品牌“出海”的一大难题。

2023年年底,瑞幸咖啡就遭遇了一场泰国商标维权风波。自2021年以来,国内陆续有网友发出照片,称瑞幸咖啡在泰国开店,随后瑞幸咖啡也在2022年8月9日发声辟谣,称前者为仿冒门店。在社交媒体照片上,记者看到仿冒门店使用了瑞幸的英文名称,并将LOGO的鹿头转向另一侧。

瑞幸咖啡2021年在泰国起诉了多个被告方,原因是2021年7月29日,瑞幸咖啡中国公司向泰国知识产权局提出“瑞幸咖啡”商标注册申请,并计划在泰国开展业务,但发现多个相关商标已被抢注,瑞幸咖啡起诉要求撤销其商标注册,并要求相关方停止使用上述商标。2022年11月24日,泰国法院公布一审

判决,判瑞幸咖啡中国公司胜诉,但据报道2023年12月的二审瑞幸咖啡被判败诉。

谢灿武也表示,2019年公司在筹划“出海”时也发现同样的问题,有代理机构抢注自己公司的商标,最终只能更换了新的标识才得以注册,因此只有把知识产权工作做在前面,才能规避风险。

记者了解到,一般国内餐饮企业和海外加盟商签订的加盟合同中通常包含保密条款和非竞争条款,限制加盟商在一定期限内和地理区域内使用品牌资源或开展竞争业务。其次,商标和版权等知识产权法律提供了保护,禁止未经授权使用品牌标识和商业秘密。但即使有这么多制约,企业仍面临着加盟商可能会开出山寨门店的风险。(一财)

银行黄金积存业务 受关注

业内人士:并非稳赚不赔 存在一定交易成本

本报讯 近期,国际金价震荡上涨,银行黄金积存业务再度受到关注。部分银行客户经理表示,近期来咨询黄金积存业务的客户有所增多。记者注意到,部分银行推出黄金积存交易有礼优惠活动,还有银行新增积存金挂单交易功能。

近期多家银行加大对黄金积存业务的推广力度,部分银行还推出优惠活动。“最近金价上涨,来银行咨询黄金积存业务的客户变多了,也有一些客户来咨询买金条。”某国有大行理财经理向记者表示。

黄金积存是指投资者在银行开立相应的账户后,可以通过主动积存、定期积存的方式购入一定重量或金额的黄金产品,到期后的积存金可以卖出或者兑换为实物金。根据多家银行的公告,投资者可以按重量或者按金额进行黄金积存,最低1克起购,0.01克递增,多家银行将起购金额设置为600元,门槛相对较低。

业内人士表示,和其他黄金投资方式相比,黄金积存具有门槛低、交易灵活、可长期定投等多种优势。但同时,积存金并非稳赚不赔,黄金积存业务存在一定交易成本。

记者注意到,部分银行在为投资者办理黄金积存的申购、赎回业务时需要收取一定的手续费。比如,银行按照持有期限的不同设置不同的赎回费,持有期限越短,赎回费相对较高,持有满一年可免收赎回费。

此外,作为一种投资产品,黄金积存的交易价格也受黄金交易价格影响,会出现一定波动,并非稳赚不赔。业内人士表示,黄金作为贵金属投资品的一种,具备一定的保值增值属性,但其价格受多种因素影响,波动较大,具有一定的投资风险。投资者需考虑个人风险承受能力和个人投资理念、量力而为,谨慎投资。(中证)