



风从上海来

2018 首届中国国际进口博览会特刊

站在40年这个特殊的历史节点上回望,中国所取得的令世界瞩目的成就,与“开放”不可分割。在改革的初始阶段,最有效的手段就是“开放”,开放能够“解放思想”,开放能够“正视差距”,开放更能够“迎头赶上”。正是在开放之风下,中国的改革破除旧思想桎梏、冲破旧制度藩篱,释放了中国这个体量庞大的国家与民族经济、社会发展的动力与活力。改革的第40个年头,深化改革是为当前要务,进一步扩大开放,恰又能为深化改革助推、护航。

初冬的上海,仍有秋意,中国以一次进口博览的盛会,向世界昭示中国在开放的道路上一往无前的决心。我们也相信,中国开放的大门,一经打开,就永不会再关上。

中国争取进口商品国际话语权

本报记者 索寒雪 上海报道

在2018 首届中国国际进口博览会上,大批海外商家蜂拥而至,中国需求让参展商感到兴奋。中国虽然是众多商品的全球最大买家,但

外商首肯“中国价格”

其实,如果仅建立期货交易所,而没有真实的买卖双方进行交易,其价格也不具备说服力。

“前几天大连商品交易所的代表到我们这里进行商谈。”世界大型农产品供应商嘉吉中国区总裁刘军向《中国经营报》记者透露,“我们非常支持大连商品交易所的工作,参与到大商所交易之中。”

1993年2月28日,大连商品交易所宣布成立。1993年9月24日,大连商品交易所推出大豆、玉米、小麦、豆粕、绿豆、红小豆、大米七个品种的远期合约交易。

通常期货交易中的价格是定价现货交易价格的基础,因此一直以来,芝加哥期货价格被用来制定农产品现货和中远期价格。中国作为石油和大豆等大宗商品最大的进口国,却经常使用海外交易所的定价,因此,大连商品交易所推出大豆、铁矿石和棉花等期货后,一直希望交易主体有大卖家的身影,也代表了商品价格的真实价值。

“任何一个大的交割场所都需要有一些比较规范、有规模的企业帮它一起把市场的流动性带起来,嘉吉可能发挥了这个作用。嘉吉在全世界存在了153年,吃过很多

是,中国需求难以获得“中国价格”,一直是进口大宗商品领域的难题。

《中国经营报》记者获悉,中国多个机构已经开始为“中国价格”话语权做政策铺垫,目前,已经有海外卖家认可中国的定价机制。

苦头,当然也积累了很多经验,也见过世界其他地区的市场是如何从无到有发展起来的。”刘军表示。

“现在,很多企业在大连商品交易所就可以实现套期保值,价格发现。”刘军透露。

其实,如果仅建立期货交易所,而没有真实的买卖双方进行交易,其价格也不具备说服力。

大型生产企业参与交割,被认为是交易所的压舱石。嘉吉已经在近期参与了大豆、铁矿石、棉花等多种商品的期货交易。据了解,嘉吉是最早入驻大连商品交易所的外资企业之一。

记者采访了几家压榨企业和贸易商,发现大家普遍在大连商品交易所进行套期保值。

“中国现在在做的事情其实就是美国、欧洲大概五十年前、一百年前做的,嘉吉和大连商品交易所合作,共同培育这个市场,市场培育成熟以后,对大家公平。就像大家一起搞一条商业街一样,不是一个、两个商户的事,只有大家跟管委会一起参与,流动性才好,最后大家才能共同受益。”

大宗商品价格回归中国市场

在大宗商品领域,对另外一种商品——原油,中国也在逐渐显现出话语权。

“有的商品价格,中国企业有话语权,有的商品价格,中国企业没有话语权,比如铁矿石。”澳大利亚中澳商业产业园人士向记者表示,“铁矿石企业因为垄断就非常强势。”

目前,铁矿石交易普遍采取普氏的价格指数,从2011年开始,中国钢铁工业协会就开始制定中国的价格指数,但是铁矿石贸易商对此并不“买单。”

但是,随后普氏和TSI(环球钢铁集团制作的铁矿石价格指数)进行了一个整合——普氏收购了掌握着TSI的环球钢铁集团,原先的两个国际中立第三方价格制定者,现在变成了一个,定价能力进一步集中。

普氏曾多次向记者讲解其定价机制,但是记者发现,其价格询

问的港口在中国较少。

博弈数年后,今年9月,中国钢铁工业协会再使用杀手锏,铁矿石自2018年开始使用“混合指数定价”,即共同参考国内外价格指数,对不采用混合指数定价的可以拒签合同。

在大宗商品领域,对另外一种商品——原油,中国也在逐渐

显现出话语权。

2018年,上海期货交易所原油期货交易平台的建成,有助于形成反映中国及亚太地区石油市场供求关系的基准价格体系。中石油董事长王宜林表示:“以整体价值最大化为原则参与期货交易和价格的形成,从而不断提升我们在国际油气市场上的话语权。”

“很多国外企业都在主动和我们谈合作,在天然气价格方面,我们是有话语权的。”他进一步向《中国经营报》记者补充道,“谁便宜,我们买谁的。”

在中国国际进口博览会“义新欧”沿线国家进口商品采购会上,金华(义乌)温州总商会谢清满向《中国经营报》记者表示,现在我们去法国采购,要和多家工厂谈判,我们必须要有价格话语权,能接受我们的价格才能够合作。

此外,商务部还发布了“陆上丝路指数”的第一期指数,该指数能够及时地展示“义新欧”线路的贸易发展情况及变化趋势,由浙江商务厅和义乌商务局编制并定期发布。该指数也将对价格和商业活跃程度形成影响。



首届中国国际进口博览会,向全世界发出扩大开放和共建开放型世界经济的声音。本报资料室/图

消费升级促进进口

中国巨大的消费需求的确为国外商品带来了无限商机,而大宗商品价格发现机制的变化也更为市场所关注。

中国的购买能力,任何一个国家和企业都不能小觑。中国消费升级的需求,被外资企业认为是经济发展新的动力。

刘军回忆:“我有一年去西雅图,在一个海产品市场,一个美国老人跟卖鱼的抱怨,‘你的东西为什么这么贵?我现在都吃不起了。’有人开玩笑地告诉她,‘你快点买吧,你不买,这些龙虾、牡蛎、扇贝都卖到中国去了。’中国的人

口基数比较大,有十几亿人。过去大家收入比较低,现在可支配收入增加了,对于美好生活的需求也增加了。”

比如中国缺少牧场,中国奶业和牛肉都需要进口,恒农牧业通过寻找国际合作伙伴,建设新西兰医药级婴幼儿配方奶粉制造工厂,最后实现在新西兰等地采购牛奶,并达成30亿采购协议。

中国巨大的消费需求的确为

国外商品带来了无限商机,而大宗商品价格发现机制的变化也更为市场所关注。

佳能集团副总裁小泽秀树向记者表示:“多年来,中国依靠投资及出口推动中国经济高速发展。但是,在个人消费领域的发展略显迟缓。中国个人消费品总额占全年GDP的40%~50%。相比美国、日本个人消费品总额占全年GDP70%左右,中国的个

人消费领域还有很大增长空间。尽管目前中国GDP增速会有所下降,但并不影响中国个人消费市场的上升。换句话说,通过扩大内需,推动个人消费市场增长,可以实现中国经济结构转型升级,保证中国经济发展继续保持平稳态势。对于外资企业来说也是一件好事,我们愿意积极地推动中国政府实现经济结构转型的目标。”

2019年

—— 经营成就价值 ——

中国经营报

CHINA BUSINESS JOURNAL

大收订开启

《中国经营报》是由中国社会科学院主管,中国社会科学院工业经济研究所主办的一份商业财经类周报,全年49期,彩色印刷,每周一出刊。1985年创刊以来,已形成《中国经营报》及旗下杂志、网站、官方微博和微信公众号打造的多渠道、矩阵式资讯传播平台,准确、及时、深入地向读者提供国内外重大财经信息及解读。其中官方微博粉丝2400多万,官方微信粉丝50多万。《中国经营报》以客观报道、公共视野、专业精神影响着中国经济和企业的发展,已成为中国财经资讯重要的生产者 and 提供者之一。

广告

中国经营报 CHINA BUSINESS JOURNAL

2019

客观报道

公共视野

专业精神

订阅价格: 240元/年
 邮局订: 11185
 邮发代号: 1-76
 报社订: 微信扫码
 读者服务电话: 010-88890120