



佛山国际贸易



银河集团采购我市一批食材
贸促会率先带团出境抢订单



佛山首次英语短视频大赛引巨大“流量”
促成国际订单



云对接，显成效！2022“新征程”贸促
线上对接会（第四、五期）顺利举办

总第48期

2022年第4期



佛山市贸促会
China Council for the Promotion of International Trade Foshan Committee
佛山国际商会
Foshan Chamber of International Commerce



佛山国际贸易

2022 年第 4 期

每季度一期

(总第 48 期)

2023 年 1 月编印

编制单位：中国国际贸易促进委员会佛山市委员会

地址：佛山市禅城区卫国路 41 号 3 楼

电话：0757-82510532

邮箱：fscppit@163.com

贸促动态

- 银河集团采购我市一批食材 贸促会率先带团出境抢订单..... 1
- 佛山首次英语短视频大赛引巨大“流量” 促成国际订单..... 3
- 云对接，显成效！2022“新征程”贸促线上对接会（第四、五期）顺利举办..... 5
- 为企业排忧解难 我会接连成功调解多起涉外商事纠纷案件..... 7
- 强交流、谋合作、促发展！我会率队赴佛山国际商会会员单位调研交流..... 8
- 我会为企业出具首份网页认证事实性证明 助力企业赢得市场..... 12

地方及行业动态

- “新线下”经济的会展业重启准备好了吗？..... 13
- 外媒述评：全球电商泡沫即将破灭？..... 17

国内外经贸

- 俄机构调查：人民币在俄中小企业国际结算中超欧元..... 19
- 高通胀给美国“黑色星期五”蒙上阴影..... 21
- 美国科技巨头大幅裁员 科技行业本轮繁荣期或已结束..... 23

国际贸易预警信息

- 阿根廷对华家用电热水壶作出反倾销终裁..... 25
- 美欧盟对华瓷砖发起第二次反倾销日落复审调查..... 26
- 乌克兰终止对进口 PVC 型材保障措施调查..... 27
- 阿根廷对华陶瓷洁具作出反倾销初裁..... 28



银河集团采购我市一批食材 贸促会率先带团出境抢订单

2022年11月17日至19日，佛山市贸促会党组成员、副会长陈宏战率企业代表团赴澳门参加首届澳门厨房展。本届澳门厨房展，我会组织7家佛山企业，设置10个摊位，设立佛山食品、厨具产业专区进行集中展示，参展产品涵盖厨房家私、厨房用品、厨房家电、配料食材等多个类别。

本届澳门厨房展由澳门贸易投资促进局、澳门特别行政区政府旅游局、澳门特别行政区政府市政署等支持，澳门国旅会展集团有限公司主办，面积8000平方米，吸引近200家厨具及餐饮供应链企业参展，超过2000名业内资深人士亲临现场参观采购。



参加本次展会的佛山健叶进出口有限公司总经理叶桂柱

二 贸促动态

介绍，本次参展洽谈订单效果良好，公司出品的生态米、水果玉米在澳门备受欢迎，不少市民、采购商到场选购；希望通过澳门厨房展这个平台，可以帮助公司进一步增强与港澳市场的联系合作。据悉，参展期间，健叶进出口公司与银河集团、澳觅集团达成初步合作意向，银河集团拟订购一批食材并有建立长期合作意愿。佛山寰庆工贸有限公司与昇龙国际贸易行也在展会现场进行了签约，达成了合作。

佛山市贸促会党组成员、副会长陈宏战表示，本次澳门厨房展是两地企业加强贸易往来的平台，今后佛山市贸促会要推动佛山企业加强与澳门的经贸往来，发挥澳门与葡语国家密切联系的天然优势，搭建两地贸易合作网络，发掘多元化展贸渠道，提升佛山企业和产品国际影响力。

活动期间，我会还拜访了中国贸促会驻澳门代表处，就更好抢抓粤港澳大湾区建设的历史机遇，充分利用佛澳两地商贸平台，对接葡语系国家的优质资源，深化佛澳两地企业商协会的交流合作，吸引外商来佛、澳投资贸易等内容展开深入交流。

（信息来源：佛山市贸促会）

佛山首次英语短视频大赛引巨大“流量” 促成国际订单

为促进外贸稳定健康发展，为稳经济多作贡献，帮助企业运用新模式新渠道开拓国际市场，由佛山市贸促会、佛山国际商会主办的佛山首次英语短视频大赛——“佛山外贸的星辰大海”英语短视频大赛，完满落下帷幕。50个优秀英语视频作品从225个参赛作品中脱颖而出，获得各类奖项。

“佛山外贸的星辰大海”英语短视频大赛历时三个月，大赛组委会共收到来自二百余位参赛者发来的英语短视频作品225部，其中50部优秀英语视频作品获得各类奖项，在佛山市贸促会视频号上的播放量超过53万次。广州日报、佛山日报、佛山新闻网等媒体相继对大赛作了专题报道，还被中国贸促会机关刊物《中国贸易报》专题采访并刊登。

此外，为了进一步扩大传播效果，提升佛山的知名度和影响力，佛山市贸促会已将职场组和学生组的一等奖视频投放到佛山地铁二号线进行展播，共展播了13天，播送量超32万次。同时，佛山市贸促会将获奖作品陆续上传至“佛山通”APP平台的专栏进行推广。下一步，佛山市贸促会还计划将企业优秀视频投放在GOOGLE、TikTok、YouTube等海外平台上面进行展播，通过国际渠道扩大短视频大赛的影响力，“以赛促贸”，使企业从中获得更多实效，更好开拓海外市场。

本次大赛覆盖范围广，170多位职场参赛者既有来自本地的优势产业，如，瓷砖、家具、卫浴、门窗、家电、医疗器械

二 贸促动态

企业等行业企业，还有来自广州、深圳、粤西的企业和 10 所省内外大专院校的学生，甚至有来自德国、意大利、西班牙、加拿大、泰国、马来西亚、伊朗、黎巴嫩、也门、摩洛哥等 10 个国家的商务人士、设计师等参赛。视频作品既有企业董事长亲自披挂上阵，也有初出茅庐的外贸业务员小试锋芒，各人提供的英语视频作品都极具国际化元素。

参赛者热情高涨，对本次活动给予高度评价。家具龙头企业之一——联邦家私递交了 5 段视频作品，从不同的角度和切入点，讲述美好的人居故事。联邦家私出口销售中心负责人表示：

“这次比赛是一个十分难得的机遇。在外贸如此复杂的形势下，作为企业十分需要各种形式的“走出去”。所以我们一见到贸促会的消息发布，马上组织动员大会，发动业务员学习小视频的制作技巧，从零基础到拍摄和制作完成的过程中，我们学到了很多，在这个流量主流的年代，再不与时俱进就落伍了！”

陶瓷机械制造商一鼎科技有限公司参赛者霍经理说：“我很开心有全球各地和全国各个城市的人给我的视频点赞，由于真人出镜，我还因此获得一些订单。谢谢给我们这个机会开辟抢订单的新形式，展示公司品牌影响力！”

大赛评委、佛山新闻网总监郑晓菊说：贸促会精心发动、组织本次大赛，可以引导更多企业建立对海外视频营销手段和方法的认知和体验，为大家与时俱进、以新方法开拓海外市场做好准备。

（信息来源：佛山市贸促会）

云对接，显成效！2022“新征程”贸促线上对接会（第四、五期）顺利举办

为促进我市外贸高质量发展，支持企业利用外贸新工具、新渠道拓市场稳订单，佛山市贸促会、佛山国际商会于11月1-3日和11月5-16日期间主办了2022第四、第五期“新征程”贸促线上对接会，对接会分别由世展和新展联合展览（广州）有限公司及义乌市博裕会展服务有限公司承办，洽谈期间气氛活跃，取得了积极的成效。

两次对接会共邀请了31家佛山外贸企业和46家东南亚地区、东欧、中欧地区的境外采购商参与，我市企业主要来自小家电、电子消费产品、家具、不锈钢制品等领域。境外采购商与企业通过线上连线的形式，开展了182场的配对洽谈。

参与对接活动的企业代表纷纷表示，云洽谈对接会通过视频会议的方式开展，整个流程十分便利、迅速，交流顺畅、成效显著。佛山万睿科技有限公司是一家集设计、研发和生产的精致小家电制造商，公司产品一直受日韩、欧美客户青睐。公司总经理梁青琴参加完本次对接会后表示，线上对接会是一个很好的平台，尤其现在他们意向开拓东南亚和中东的跨境电商客户，这种形式的对接会是一个很好的助力。万睿科技的产品和价格定位都相对高端，对于以往追求物美价廉的东南亚市场确实难以拓展。特别受疫情影响，对于企业“走出去”确实形成较大的阻碍，难以用传统渠道拓展客源，他们也留意到东南

■ 贸促动态

亚一些客商在逐步追求产品的品质和品牌，提升自身公司的定位，这对于万睿科技是一个很好的机遇，这次的线上对接会也有很好的机会接触到合适的客商开展配对，是一次很好的资源对接，有利于他们后续深挖东南亚市场潜力。

佛山市扬升经贸有限公司是一家拥有超过 20 年金属家居用品生产和销售经验的外贸公司，该公司对接代表 Sandy 参加完本次对接会后谈到，他们十分珍惜这次机会，对接会帮助他们匹配到了对公司产品感兴趣的客户，在洽谈过程中与客户交换了邮箱，很快就收到了客户要求推送产品目录的邮件，期待通过持续地洽谈达成进一步合作。新业态新模式是外贸发展的有生力量，新技术新工具将赋能外贸企业发展壮大，帮助企业新的渠道中拓市场、稳订单。“希望未来有更多的机会参加这类型的对接会，对接到更多地区的客户。后续我司也会持续加强线上推广，用好外贸新工具，拿下更多订单。” Sandy 分享到。

（信息来源：佛山市贸促会）

为企业排忧解难 我会接连成功调解 多起涉外商事纠纷案件

为贯彻落实习近平总书记在贸促会建会 70 周年大会上的重要讲话精神，2022 年，我会联合佛山市禅城区人民法院、佛山市禅城区司法局成立了全省首个区级涉外涉港澳台商事纠纷诉调对接工作室（以下简称“工作室”），“工作室”自成立以来，已成功调解多起案件，受到企业高度认可和赞扬。

为进一步调研企业需求，精准服务企业，11 月 7 日上午，佛山市贸促会党组成员、副会长陈宏战，佛山市贸促会商事法律部负责人刘泽团与禅城法院民二庭庭长张必成、立案庭副庭长陈碧芳、立案庭法官张小敏一同走访企业，了解企业经营情况，向企业宣介佛山打造一流营商环境的相关举措，重点介绍了“工作室”机制。企业负责人对佛山营商环境给予了高度评价，对“工作室”诉调对接联动机制给予了充分肯定，指出他们服务的客户中不少企业存在涉外商事纠纷情况，非常高兴佛山企业又多一个实用的解决经贸纠纷的途径，以后企业有涉外商事纠纷，一定找“工作室”帮忙。

交流中，禅城法院民二庭张必成庭长谈到，涉外涉港澳台商事纠纷如果走诉讼程序，与国内民商事审判相比具有诸多特殊之处，不仅在程序以及实体法的适用方面相对复杂，且需要花费不少的律师费用，加之疫情的影响，使得送达、取证都需要更长的时间，加重了企业的负担。“工作室”的成立，就是实实在在为企业减负的有效途径。

■ 贸促动态

我会陈宏战副会长谈到，商事调解之所以受企业欢迎，主要有以下几个优点：

1. 节省费用

相较于一般的涉诉案件，我会“工作室”拥有免费法律专项咨询服务热线，随时接听涉外商事法律咨询，安排专业律师，根据具体咨询情况，提出最节约、最便捷的解决指导方式。

2. 高效便捷

我会“工作室”各成员与禅城区法院保持密切沟通和协调，拥有良好的诉调对接工作氛围。能帮助企业快速解决纠纷。

3. 非对抗性

我会“工作室”采取诉前调解的措施，有效化解涉外涉港澳台商事纠纷，推进诉源治理、拓展多元解纷机制，避免产生不必要的冲突、争执，有利于维护双方的和谐关系。

在如今全球一体化时代，主要经济体之间的贸易摩擦加剧，全球经济贸易运行的不确定性增加，我会将坚持不懈落实办好民生实事，为企业排忧解难，让企业安心生产，放心经营，助力佛山营造更加公平透明的营商环境。

如您需要咨询因疫情导致的国际贸易法律问题，或在国际商事法律方面遇到困难，请拨打佛山市贸促会、佛山国际商会涉外商事法律免费服务热线：0757-82211568，我会涉外商事法律服务志愿团专业律师团队将竭诚为您服务。

咨询时间：每工作日上午 9:00-11:30、下午 14:00-17:00。

（信息来源：佛山市贸促会）

强交流、谋合作、促发展！我会率队赴 佛山国际商会会员单位调研交流

为深入学习贯彻党的二十大精神，织密服务企业网，推动外贸高质量发展，服务好更高水平、更深层次的对外开放。10月25日下午，佛山市贸促会党组成员、副会长陈宏战，卢军舰，带领佛山国际商会会员企业以及五区进出口企业、商协会代表等20人到佛山国际商会副会长企业——广东新安怀电子商务有限公司开展调研交流活动，了解行业发展动态，促进多方资源的交流合作。

在新安怀，一行人受到了佛山国际商会副会长、广东新安怀电子商务有限公司董事长梁锡钧的热情接待，一同参观了“E丝绸之路外贸综合服务平台”项目大厅等场所。参观结束后，组织了座谈交流。

在交流会上，广东新安怀电子商务有限公司副总经理李剑峰向企业介绍了新安怀的企业发展历史，以及新安怀倾力打造的“E丝绸之路外贸综合服务平台”项目。据介绍，“E丝绸之路”可为企业提供包括智能报价还盘、谈判，智能单证管理，可视化出口交货、结算汇率，在线运价查询、订舱等一系列智能化外贸系统工具，令企业“足不出户”办理出口所需的所有手续，功能几乎涵盖“从接单到货物下船”整个过程，让繁琐的外贸业务从此变得简单。目前平台已进驻上千家企业，80%以上的客户来自佛山市，阳晨厨具、南华仪器、菱王电梯等一众本地名优企业都是新安怀的客户。

■ 贸促动态

“E 丝绸之路推出后短短三年内，新安怀的出口总额实现了 2 倍的增长，我们也因此以进出口总额近 2 亿美元入围 2012 年中国对外贸易民营 500 强企业。”梁锡钧董事长在交流会上说道。他认为，从电商崛起到全球疫情爆发，旧的贸易模式愈发“失灵”，跨境电商是外贸未来的“新赛道”，大数据是外贸未来的“新石油”，希望各外贸企业勇于用新业态、新模式打破旧的国际贸易方式，不论通过自主研发或是借助“E 丝绸之路”等平台的方式，尽快主动“触电”，转变发展思路、创新盈利模式，站在新的风口把佛山制造更好推向全球。

随后，现场各企业、商协会代表分别与梁锡钧董事长交流互动，发表了各自对外贸新业态、新模式的观点看法，比如佛山国际商会副会长、广东智拓进出口有限公司董事长梁智峰和佛山迈拓卫浴有限公司总经理邵先瑞等将自身多年来的外贸从业经历和对外贸新业态新模式的体会与梁锡钧董事长进行了交流；佛山通融媒科技有限公司总经理宋秀辉也结合自身公司业务探讨了与新安怀在外贸信息平台上进行深入合作的设想。大家在会上畅所欲言，气氛热烈。

交流会最后，陈宏战副会长表示，党的二十大报告中强调“开辟发展新领域新赛道，不断塑造发展新动能新优势”。希望通过此次调研交流活动，各企业、商协会能有所启发、学以致用，将从新安怀企业和梁锡钧董事长身上吸取到的先进经验和做法，结合自身实际，转化为积极融入国内国际双循环相互促进的新发展格局的强劲动能，开拓更为广阔的国际市场。

佛山市贸促会、佛山国际商会今年以来，在帮助企业境外

■ 贸促动态

拓客、参展览展、资源对接、涉外法律服务、商事纠纷调解等方面做了一些行之有效的工作，如：设立全省首个进驻园区的涉外商事纠纷诉调对接工作室并成功调解了多起案件；举办“佛山外贸的星辰大海”英语短视频大赛引导企业拥抱外贸新业态、善用外贸新工具，收到 200 余位参赛者的 225 部作品，获得中国贸促会机关刊物《中国贸易报》专题报道；推出惠企促贸“春雨行动”促成 2500 余家外贸企业免费参保政策性出口信用保单，在外贸企业中覆盖率近 38%；打造“国际商事二十二条军规”品牌节目聚焦热点为企业普法，受众超 300 万人次，被中国贸促会收录在内参《贸促工作参考》上全国推广；举办“新征程”线上对接会为过百家我市企业云端开拓国际市场；今年来为企业办理原产地证及优惠原产地证等出证量达 66902 份；在 5 区持续举办“国际商事大讲堂”外贸培训活动提升外贸企业、从业者技能和知识水平；主办 2022 佛山潭洲陶瓷展等本地优质会展；组织企业赴外省参加上海进口博览会、厦门跨境电商展等国内知名会展活动，利用优质会展资源为企业搭建国际经贸合作展销平台等等。

佛山市贸促会、佛山国际商会今后也将继续为广大外贸企业做好服务，拓展贸促工作覆盖面、增强服务创新力度，织密服务企业网、扩大国际朋友圈，携手企业共同为佛山国际贸易高质量发展和中国式现代化发展贡献坚实的贸促力量。

（信息来源：佛山市贸促会）

我会为企业出具首份网页认证事实性证明 助力企业赢得市场

随着电子信息技术的迅猛发展，在大数据时代浪潮中进出口企业尽情享受互联网技术带来的各种便捷服务，尤其是新冠疫情期间，事实性证明已成为各进出口企业需求度越来越高的商事认证途径之一。而在所有的事实性商事证明中，网页认证占据了相当大的比重。随着国内电子化飞速发展，一些传统的商业文件已经实现网络无纸化查询，但是境外客户还是希望收到纸质的认证文件，网页认证就成为一个满足客户需要的重要形式。

9月30日，佛山市贸促会为我市南海区一外向型企业出具网页认证事实性证明，为企业出口货物到伊朗提供了真实性进行认证。我会通过国家企业信用信息公示查询确认，为企业成功出具了事实性证明书，促使了贸易便利化。

近年来，市贸促会持续推出商事证明书特色服务，包括自由销售证书、商品品牌证明书、不可抗力证明等，维护企业信誉，为企业拓展海外市场、产品获得当地注册或市场销售提供帮助。在实际贸易操作中有效发挥商事证明书的作用，真正体现商事证明的价值，提高商事证明的公信力。

（信息来源：佛山市贸促会）

“新线下”经济的会展业重启 准备好了吗？

对于全球会展人来说，过去三年注定是不平凡的三年。在新冠肺炎疫情防控下，会展活动被迫延期、再延期直至取消，外贸企业受旅行政策限制无法参加境外的国际性展会。在各国不同防控政策下，形成了“2020年全球会展看中国、2021年全球会展等中国、2022年全球会展盼中国”的局面。当然，这里指线下实体会展活动。线上会展也称虚拟会展（Virtual Event）或双线会展（Hybrid Event），反而在疫情逼迫下得以提速。

对于全球市场翘首以盼的中国会展业来说，即将到来的2023年充满些许未知。后疫情时代线下会展活动将有哪些变化？会展业界该如何应对？笔者围绕上述问题就近期一些思考在此与业界分享。

首先，后疫情时代，线下会展活动能否快速恢复。本质上说，展会的目的是为参展商、采购商搭建面对面连接的平台。以中国工博会为例，每年2600余家参展商、19万人次的观众，假设平均每家展商可以见到2%的观众，5天的线下会展活动就创造了近1000万次的连接，这还不包括同期的线下活动。展会创造的人与人连接效率是线上展或者单对单的线下活动所无法比拟的，比其他形式的广告更精准。

那么，后疫情时代的线下会展活动能否回到2019年以前

二 地方及行业动态

的水平呢？据全球活动行业战略咨询公司 AMRinternational 在最新一期的 Globex2022（全球展览市场：评估和 2024 年展望）预测，“预计中国的展览市场 2024 年将恢复至 29 亿美元（疫情前 92%的水平）。”笔者认为，明年国内展览市场恢复情况取决于明年上半年感染奥密克戎病毒第一、第二波高峰过后，线下会展活动具体举办情况。线下会展活动恢复有三个不可忽视的重要因素：一是展会所处行业受影响程度。经济总体下滑导致居民可支配收入下降，消费首先受到冲击，这将给餐饮、宠物、消费电子类等产业会展造成负面影响；二是奥密克戎病毒传染性变化。如果病毒的高传染性继续保持甚至更高，对展会这类面对面活动的冲击还将持续；三是旅行成本变化。随着市场活动逐步恢复，餐饮、酒店、交通等行业的涨价在所难免，短期内旅行成本提高使本就收入下滑的行业雪上加霜，这将给专业观众组织工作带来不小的难度。

综合以上因素，笔者判断，2023 年下半年开始，线下会展活动将逐步恢复，但相对于具有明显地域性、专业化的中小型展会，大型综合性展会和消费类 B2C 展会的恢复会更慢。后疫情时代，会展业更应该考虑组织符合举办地及周边地区行业需求，精准聚焦某一专业领域的中小型 B2B 经贸性质的展会。

其次，后疫情时代，线上会展是否持续。信息化如何运用到会展活动中，是一个由来已久的话题。特别是随着近几年移动互联网的发展，通过各类手机应用宣传推广展会已成常态。经历三年的疫情，因线下会展活动延期或取消而被迫搬到线上

■ 地方及行业动态

举办，线上赋能线下会展活动已成国内会展业的“新常态”。自2020年疫情发生开始，广交会、中国品牌日活动、世界人工智能大会、服贸会等政府主导型会展活动以及更多的B2B、B2C经贸展会相继在线上举办，如中国工博会线下展两年未能举办，但线上平台却从未停止展示活动，在线直播、线上展也获得不错反馈。再看境外展览公司，早在2020年，AMRinternational就做出预测，会展主办方数字化收入将从之前的2%提升至25%。2022年9月1日，IEG（意大利展览集团）对外宣称其数字化业务的销售额已超过100万欧元。可见，无论是国内还是国外，会展从业者都认为会展活动在线化已成趋势。

现阶段，虽然线上展还不能完全取代线下面对面交流的体验，但疫情带来的旅行和社交习惯的改变，将促使会展活动的参展商、观众、媒体等利益相关者参与会展活动的方式发生相应改变。线上展满足了这部分群体的需求，将成为线下会展活动组织者的重要补充。因此，线上会展将给国内会展业带来以下几个变化：一是具有一定经济实力的会展行业头部组织方将配备独立的线上展团队，专门研发和运营在线类服务平台；二是一批会展科技企业将持续提供线上展的整体解决方案，为中小会展主办方服务；三是一些本就具有线上流量的互联网大厂将利用自身的技术优势从线上走向线下，不排除在线下举办消费类展会甚至B2B经贸类展会的可能，这场“搅局”也许在所难免。

二 地方及行业动态

最后，后疫情时代，线下展将发生哪些变化。疫情客观上催生出新的机遇，一些行业将面临重新洗牌。疫情引起人们行为的变化，满足后疫情时代消费者和生产者痛点的各类线下生产和服务，笔者称之为“新线下”经济就此产生。线下展组织方应抓住这次难得的弯道超车的机会，利用变化提升组织能力和水平，将战略重点放在提升线下展的服务体验上。

对于以促进面对面交流为目的的线下展，要更高效地促成买家卖家的撮合，让参展商通过线下展找到需要的人，让专业观众避免无序无效访问，快速有效达成参观目的，是“新线下”经济会展活动举办的核心要素。关于线下展如何实现进一步提质增效，要看会展主办方的数字化转型是否更深入和有效。

在“新线下”经济下，会展主办方要使线上展积累的数据“活起来”，在线下展开展前依靠大数据分析技术尽可能掌握每一位观众、每一家参展商的个体需求，并提供个性化服务，让线下会展活动体验更好、线上服务更高效。展会现场可通过智能采集系统，更全面地采集参展者、参观者的线下活动轨迹，通过大数据技术分析用户的在线习惯，继而得出个体特征。由智能分析系统计算出用户喜好，将促成会展主办方根据数据分析结果柔性化地提供全年服务，并成为中长期内会展主办方可持续发展的关键因素。

（信息来源：中国贸易报）

外媒述评：全球电商泡沫即将破灭？

今专家分析指出，凭借在线销售成为新冠大流行赢家的大型科技公司如今在行业的全面转型中发出危险信号。

电商行业曾是新冠大流行的大赢家：世界上大部分人被限制在家里，但在线销售却从未停止，其收入成倍增加。但如今在美联储不断加息、全球通货膨胀、企业和商业模式不断更新以及全球大型科技公司遭遇严重危机的大背景下，像电子商务这样一个曾经风光无限的行业也出现了危险信号。

据阿根廷布宜诺斯艾利斯经济新闻网 11 月 7 日报道，很多分析家现在都将目光投向电商行业，甚至谈到了可能存在网络泡沫，正如上世纪 90 年代末的金融泡沫。

西班牙电子商务专家劳雷亚诺·图连索·埃斯特万表示：“我们正面临着第二次电子商务危机。”

图连索·埃斯特万说：“我们将进入电子商务的第三个阶段，毫无疑问的是该行业将继续增长，但会出现新的观念和新的参与者，这些新元素将彻底改变一切。未来在于混合生态系统：电子商务+实体店。”

图连索·埃斯特万得出上述结论的依据是，世界上几乎 60% 的网上销售商品和服务都来自五家企业：亚马逊、阿里巴巴、京东、拼多多和亿贝。他还提到了电子商务平台肖皮菲公司，该公司致力于帮助大批零售商以极其简单的方式建立网站和系统以进行网上销售。

二 地方及行业动态

他说，上述所有企业的零售业务都在亏损，只能通过其他业务来加以弥补。然而，所有的传统零售商正在通过模仿电商来对抗电商，甚至没有考虑到自己是在对抗那些早就意识到其主要业务不在零售业，而在于与之相关的一切周边领域的电商企业。

他还指出，电商行业巨头正在损失市场价值。例如，亚马逊在 2020 年初的价值将近 1 万亿美元，而今其市值约为 9280 亿美元，比大流行开始时少了大约 10%。在过去的 6 个月里，杰夫·贝索斯创立的这家电商巨头的纯零售业务仅增长了 0.9%，是公司成立以来连续 6 个月内的最低值，而美国境外的销售额更是下降了 9%。

图连索·埃斯特万表示，亚马逊云服务 AWS 的收入比所有国际市场的在线销售收入总和还要多。在过去 6 个月中，在销售额勉强增长 0.9% 的情况下，在订单履行和运输方面的支出增长速度为 10%，为此已经花费了超过 400 亿美元。今年亚马逊首次在一年内举行两次会员日。

图连索·埃斯特万表示，在很短的时间内，全球电子商务蒸发掉了近 2 万亿美元市场价值。电商巨头的价值比大流行之前要低得多，而这在大多数拥有大量实体店的大型零售商身上从未发生过。

（信息来源：参考消息网）

俄机构调查：人民币在俄中小企业国际结算中超欧元

据俄罗斯 PSB 机构最新调查表明，中国的人民币在俄中小企业的外汇结算中超过欧元。这一趋势也在俄其他大型银行得到证实。俄媒称，人民币在俄企业中的受欢迎程度证实了企业正转向新的市场，特别是中国。

俄罗斯《消息报》12月26日报道，俄金融机构 PSB 进行的一项调查显示，今年5月至10月，只有15%的俄中小企业使用外汇，其他企业只用卢布结算。在以外币结算的企业中，34%的企业更喜欢用美元，31%的企业喜欢用人民币，28%的企业喜欢用欧元。报道称，人民币之所以如此受欢迎，是因为俄罗斯与亚洲的贸易额不断增长，同时，与美元和欧元相比，人民币支付风险更低。

《消息报》称，根据12月份对俄罗斯银行进行的调查，在西方制裁的背景下，今年第二至第三季度俄罗斯市场上以“有风险”货币结算的比例下降：美元从52%下降到34%，欧元从35%下降到19%。卢布（32.4%）在俄罗斯出口结算中的份额几乎达到美元水平，人民币的份额则接近欧元。人民币在俄交易所交易量中的份额从3月份的3%上升到11月份的33%。

人民币在俄企业国际结算中越来越受欢迎的趋势也得到了其他主要信贷机构的证实。俄罗斯 Point 银行分析师称，在2022年，42%的俄罗斯企业选择使用人民币，企业用人民币支

二 国内外经贸

付的频率比 2020 年高出 5 倍，比 2021 年高出近 3 倍。俄罗斯 Tinkoff 银行新闻处称，一年前，俄企业跨境交易的主要货币是美元，人民币支付比例徘徊在 10% 左右。自今年年初以来，人民币结算比例已升至 65%，并且还在继续上升。根据俄罗斯外贸银行的数据，今年第三季度使用人民币的俄中小企业客户数量与第二季度相比增长 9 倍，结算额增长 25 倍。同时，俄 Anderida 金融公司创始人阿列克谢·塔拉波夫斯基也表示，在俄罗斯“人民币化”还有很长的一段路要走。中国的银行并不总能很快为俄罗斯交易对象开立账户。但如果目前的情况持续下去，到 2023 年，人民币在俄罗斯企业的国际商业结算中的份额将升至 35%—40%，创下纪录。

俄罗斯 vesti 电视台 23 日称，在美欧的制裁冻结俄罗斯一半的外汇储备（约 3000 亿美元）后，俄罗斯停止干预外汇市场。但根据俄罗斯一项预算规则，在俄油气价格高于预算的情况下，允许财政部购买外汇储备。如果明年俄油气出口预算收入超过 2023 年预算中规定的 8 万亿卢布，俄罗斯央行将代表财政部开始在莫斯科交易所购买人民币。此外，由于石油禁运和价格上限限制了俄罗斯传统出口路线，俄罗斯对人民币的需求在 2023 年或将进一步增加。

（信息来源：环球时报）

高通胀给美国“黑色星期五”蒙上阴影

“选购假日礼物的挑战越来越大，因为所有商品都涨价了！”美国北卡罗来纳州居民玛丽·莱夫勒的感慨代表了不少工薪阶层的心声。居高不下的通胀和不断飙升的利率，给今年美国“黑色星期五”购物日蒙上阴影。

“黑色星期五”是美国长达一个多月假日购物季的开始。这一天，美国各大商家集中打折促销，吸引消费者选购价廉又心仪的商品。11月25日是今年的“黑色星期五”。记者当天在弗吉尼亚州一家奥特莱斯商城发现，与以往美国人任性“买买买”的场景不同，折扣力度稍微小一点的店铺门可罗雀。

25岁拉美裔小伙埃尔南德斯告诉记者，今年大多数收入都花在了吃饭和汽油上，“要不是逛的这几家店折扣在50%以上，我可真舍不得买”。

美国消费者越来越精打细算，一方面由于薪资缩水、负债攀升，另一方面来自通胀高企带来的物价压力。穆迪分析公司公布的数据显示，美国家庭10月在相同商品和服务上的开销相比去年同期增加433美元，但今年前10个月，剔除通胀因素后的平均时薪缩水了2.8%。美国劳工部11月早些时候公布的数据显示，10月美国消费者价格指数(CPI)环比增长0.4%，同比增长7.7%。

支出增大、收入减少，令美国消费者购买力大幅下降。在这种背景下，美国家庭债务总额今年第三季度暴涨3510亿美

二 国内外经贸

元，是 2007 年以来最大增幅。

密歇根大学日前发布的调查数据显示，11 月美国消费者信心指数环比下降 5.2%，同比下降 15.7%。

美国全国广播公司近期一项调查显示，67%的受访者表示因为通胀难以买到心仪之物，69%则担心经济衰退会限制消费能力。调查还显示，通胀对低收入者的负面影响更为显著。

在美国消费者中，工作年限短、财富积累少的年轻人日子尤其难过。全国广播公司的调查显示，18 岁至 34 岁的年轻人中，73%担心通胀导致他们无法买到想要的物品。主要面向年轻消费者的时尚服装品牌美国鹰牌服饰公司首席执行官杰伊·朔滕施泰因也表示，通胀对年轻人影响更显著，公司不得不拿出相比以往更大的促销力度，才能吸引到消费者。

消费者日子不好过，商家也倍感压力。从数据来看，不少机构预测今年假日购物季销售额同比将有小幅上升。但如果将通胀率考虑在内，实际销售额或不及去年水平。

沃尔玛、塔吉特、亚马逊等零售商纷纷表示，食品和汽油价格上涨令家庭预算“吃紧”，导致玩具、家具和小家电销量不及以往。不少零售商下调了对今年假日购物季的销售预期。

梅西百货首席执行官杰夫·金尼特发现，10 月底以来，顾客普遍“只逛不买”。沃尔玛首席财务官约翰·雷尼指出，由于储蓄减少，很多低收入美国人连生活必需品都负担不起，更不会购买非必要商品。

（信息来源：新华网）

美国科技巨头大幅裁员 科技行业本轮繁荣期或已结束

新冠疫情之下，全球在线行业迅猛发展，过去两年对美国高科技企业而言更是难得的机遇期。不过，这种情况不可能无限期持续下去。据美国媒体报道，多家大型科技企业已经大幅裁员。这就传递出一个信号，即过去十年的繁荣时期或许已经结束。

当前，随着美国企业挣扎着应对经济增长放缓、成本上升、利率提高和高通胀，成千上万名员工失业了。

坐落在加州硅谷的恒信创投（Kenson Ventures）的创始人兼董事长方瑞贤（Kenneth Fong）表示：“裁员并不奇怪。原因很简单，2021年股市大涨，而2022年这些公司市值大跌……由于股市大跌，那些高科技企业不得不裁员。”

同样值得一提的是，对于广大科技企业而言，网络广告是主要收入来源。然而，随着经济陷入困境，许多公司削减了这项预算。根据裁员追踪机构Layoffs.fyi的统计，本月以来，72家美国企业的3.5万多名科技从业人士失业了。

更加糟糕的是，美国这股“失业潮”远未结束。风险投资公司Haystack合伙人塞米尔·沙阿近日告诉美国《华盛顿邮报》，未来几个月，旧金山湾区可能有2.5万至5万名科技从业人员失业。

二 国内外经贸

这并不是危言耸听。社交媒体平台脸书的母公司“元”公司本月宣布裁员 1.1 万人，约占员工总数的 13%。首席执行官扎克伯格将裁员归咎于疫情期间的过度招聘。

杜克大学经济学教授康纳尔·福伦坎普分析指出，许多企业正在进行裁员，以纠正正在疫情中犯下的错误。

美国技术巨头亚马逊公司也开始裁员，不过暂未宣布具体人数。美国《纽约时报》和《华尔街日报》报道称，预计裁员人数约为 1 万人，约占亚马逊员工总数的 3%。该公司就裁员一事解释称，受“不寻常、不确定的宏观经济环境”所迫，不得不优先考虑对客户最重要的事项。

如今，一些在疫情暴发后快速发展的公司面临着收入下滑的窘境。PP Foresight 分析师保罗·佩斯卡托说，对于许多大型科技公司来说，这是一个收入非常令人失望的季度，没有企业可以幸免。

（信息来源：中国日报网）

阿根廷对华家用电热水壶作出反倾销终裁

2023年1月5日，阿根廷经济部发布2023年第4号公告，对原产于中国的家用电热水壶（西班牙语：Jarras o pavas electrotérmicas, de uso doméstico）作出反倾销终裁，决定对涉案产品设定12.46美元/件的最低出口离岸限价(FOB)，对申报价格低于最低出口离岸限价的涉案产品征收其差额作为反倾销税，措施自公告发布之日起生效，有效期为5年。涉案产品的南共市海关编码为8516.79.90。

2022年3月9日，阿根廷原生产发展部发布2022年第148号公告，对原产于中国的家用电热水壶启动反倾销调查。2022年10月28日，阿根廷经济部发布2022年第760号公告，对该案作出初裁，初步裁定以设定12.46美元/件最低出口离岸限价的形式对涉案产品实施反倾销措施，有效期为4个月。

（信息来源：阿根廷官方公报）

欧盟对华瓷砖发起第二次反倾销日落复审调查

2022年11月22日，欧盟委员会发布公告称，对原产于中国的瓷砖（Ceramic Tiles）发起第二次反倾销日落复审调查。涉案产品欧盟CN(Combined Nomenclature)编码为6907 21 00、6907 22 00、6907 23 00、6907 30 00和6907 40 00。本案倾销调查期为2021年7月1日~2022年6月30日，损害调查期为2019年1月1日至调查期结束。

2010年6月19日，欧盟委员会对原产于中国的瓷砖进行反倾销调查。2011年9月15日，欧盟委员会对原产于中国的瓷砖作出反倾销肯定性终裁。2016年9月13日，欧盟委员对原产于中国的瓷砖发起第一次反倾销日落复审调查。2017年11月23日，欧盟委员会发对原产于中国的瓷砖作出第一次反倾销日落复审终裁。

（信息来源：欧盟委员会官网）

乌克兰终止对进口 PVC 型材保障措施调查

2022 年 11 月 5 日，乌克兰跨部门国际贸易委员会发布公告，依据 2022 年 11 月 2 日第 SP-537/2022/441-01 号决议，对进口 PVC 型材作出保障措施否定性终裁，决定终止该案保障措施调查，不实施保障措施。涉案产品为制作门、窗或窗台带/不带密封条的 PVC 型材，涉及乌克兰税号 3916 20 00 90 和 3925 90 80 00 项下的产品。公告自发布之日起生效。

2021 年 9 月 1 日，乌克兰跨部门国际贸易委员会发布公告，应乌克兰国内企业申请，依据 2021 年 8 月 27 日第 SP-504/2021/4411-03 号决议，对进口 PVC 型材启动保障措施调查。

(信息来源：乌克兰政府网)

阿根廷对华陶瓷洁具作出反倾销初裁

2022年9月30日，阿根廷经济部贸易秘书处发布2022年第24号公告，对原产于中国的陶瓷洁具（西班牙语：Artículos sanitarios de cerámica: inodoros, depósitos o cisternas, lavatorios, columnas (pedestales) y bidés）作出反倾销初裁，决定继续反倾销调查，暂不征收临时反倾销税。公告自发布之日起生效。涉案产品的南共市海关编码为6910.10.00和6910.90.00。

2022年4月28日，阿根廷前生产发展部发布2022年第246号公告，应阿根廷企业FERRUM S.A. DE CERÁMICA Y METALURGIA申请，对原产于中国的陶瓷洁具启动反倾销调查。

（信息来源：阿根廷官方公报）