

欧盟莫把“替代国”做法当“护身符”

应信守承诺 须如期终止

本报记者 邱海峰

早已成为欧盟保护伞

欧盟为何始终不愿放弃“替代国”做法？中国机电商会副秘书长孙广斌指出，如果不承认中国的市场经济地位，欧盟就可以充分利用“替代国”做法，在“反倾销”过程中衡量中国产品出口的成本时，选择一个第三方替代国的成本作为参照，比如拿美国的成本或者泰国的成本来衡量。

举一个简单的例子，假设中国生产一件A商品的成本是100元，欧盟和美国的是300元，当中国将A商品以每件200元的价格销售到欧盟时，欧盟若对中国采用“替代国”做法，就可以把美国作为第三国来计算，以300元作为参照的话，欧盟则可以认定中国是在对欧盟进行倾销，进而就可以采取反倾销措施。

针对“替代国”做法，业内人士指出，在“替代国”做法有失公允，它忽略了中国等发展中国家的劳动力成本及其他一些自然资源禀赋上的比较优势。同时，欧盟在选择第三国价格时完全可以根据自己定的规则选择对自己有利的价格作为参照，随意性、不确定性很强。

察哈尔学会研究员张敬伟表示，欧盟在与其第二大贸易伙伴——中国打交道的过程中，尝到了利用第三方市场作为“替代国”和中国进行贸易的好处，因而希望继续维持对华贸易的“法定”特权。

“事实上，‘替代国’做法已经成为

近来，欧洲议会坚持对中国使用“替代国”做法成为外界关注的焦点。日前，中国与全球化智库（CCG）主席龙永图在第二届中国与全球化圆桌论坛上表示，欧洲议会这一决议实际是实行保护主义，是在“逆全球化”潮流。相关专家指出，欧盟应该充分认识到，“替代国”做法不可能成为其经济的“救星”，而一旦欧盟不能在规定日期对中国弃用“替代国”做法，就是在违背遵守世贸组织规则的精神，也是在强化其贸易保护主义行为，最终的结果将是损人不利己。

欧盟进行贸易保护的一大工具，而中国也是因此遭受反倾销调查最多的国家。特别是欧盟的一些夕阳产业，由于缺乏国际竞争力，面对中国产品的进入，欧盟为了保护这些产业就开始采用“替代国”做法，维护相关利益集团的利益。”国家发改委对外经济研究所副研究员李大伟在接受本报记者采访时说。

国际贸易需按规则办事

为了本国利益而违背国际规则，是典型的自私自利。龙永图认为，最近欧洲议会投票宣布不支持给予中国市场经济地位，仍坚持对中国使用“替代国”做法。这是从欧盟的利益出发作出的决议，是“反全球化的”，欧盟在欧洲内部推行贸易保护主义，但不能把中国当做一个“靶子”。

欧盟应该清楚地认识到，遵守世贸组织规则是每一个成员的义务。中国商务部世贸司负责人指出，根据《中国加

入世贸组织议定书》第15条规定，世贸组织成员应于2016年12月11日终止对华反倾销的“替代国”做法，这是世贸组织各成员应遵守的国际条约义务，并不取决于任何成员的国内标准。

商务部新闻发言人沈丹阳曾明确表示，“市场经济地位”问题和《中国加入世贸组织议定书》第15条问题——即关于反倾销“替代国”做法是两个概念，无论美欧等成员是否承认中国的市场经济地位，都必须如期履行第15条义务、弃用“替代国”做法。

“欧盟一直标榜自己按照世贸规则办事，但在‘替代国’这一问题上，他们的做法显然违背了遵守规则的精神。而且，为了不遵守原来的协议，欧盟很可能正在采取一些技术上的小手段来阻碍规则的如期生效。”李大伟说，不管欧盟如何“动手脚”，“替代国”做法都应该被如期弃用。到时欧盟若依旧固执己见，中国应该采取必要的应对措施，及时申请仲裁，在世贸组

织内进行申诉。

贸易保护救不了欧洲

“欧洲议会坚持对中国采用‘替代国’的做法是典型的贸易保护主义行为，这是不利于全球贸易健康发展的。”李大伟认为，欧盟指望依靠贸易保护主义使其经济走出“泥潭”纯属异想天开，反倾销等贸易保护行为最终的结果只能是损害经济发展，这在学界及整个社会是有共识的。

对于欧盟对中国的钢铁、光伏产品的反倾销等贸易保护行为，英国广播公司（BBC）援引一些欧洲制造商的说法，称之为“危险的贸易保护主义”；美国《华尔街日报》则认为欧洲对华光伏产品发起的双反调查，并不能让欧洲光伏产业获得更多的市场生机。

中国社科院欧洲所研究员田德文表示，反倾销会给双方都带来伤害，欧盟的反倾销是要付出“代价”的：欧洲的消费者利益会受损，而且中国也会采取一些贸易反制措施，这样欧洲企业也可能受损，当然中国经济在这一过程中受到的损害可能会很大。整体来看，此事对中欧贸易而言都无好处。

对于欧盟对中国的钢铁、光伏产品的反倾销等贸易保护行为，英国广播公司（BBC）援引一些欧洲制造商的说法，称之为“危险的贸易保护主义”；美国《华尔街日报》则认为欧洲对华光伏产品发起的双反调查，并不能让欧洲光伏产业获得更多的市场生机。



中国跨境资金流出压力继续缓解

本报北京5月16日电（记者罗兰）国家外汇管理局新闻发言人今天表示，4月份我国跨境资金延续了第一季度流出压力逐步缓解的态势。今年以来，我国跨境资金流出压力逐步缓解，反映了内外部市场环境的变化。今后一段时间，我国经济仍会运行在合理区间，经济增速在世界范围内保持较高水平，从根本上有利于我国跨境资金流动总体趋稳。

统计显示，2016年4月份，银行结售汇逆差为247亿美元，环比收窄32%。1月至3月，银行结售汇逆差分别为544亿、339亿和364亿美元。4月份，非银行部门涉外收付款逆差89亿美元，环比下降66%；其中，外汇资金净流出20亿美元，环比减少67%。

据介绍，今年以来，银行结售汇逆差和涉外收付款逆差均呈下降态势。此外，外汇储备余额连续两个月出现回升，3、4月份分别增加103亿和71亿美元。具体来看，境内主体购汇意愿减弱，对外偿债节奏继续放缓。4月份，衡量购汇动机的售汇率，也就是客户从银行买汇与客户涉外外汇支出之比为75%，较一季度下降5个百分点。同期，海外代付、远期信用证等进口跨境融资余额下降13亿美元，较一季度月均降幅收窄88%。

企业个人结汇意愿上升，持有外汇的意愿下降。2016年4月份，衡量结汇意愿的结汇率，也就是客户向银行卖出外汇与客户涉外外汇收入之比为63%，较一季度上升4个百分点。同期，外汇存款余额增加9亿美元，较一季度月均增幅收窄93%。

中国对外投资持续增长

本报北京5月16日电（记者王珂）商务部合作司负责人今天在介绍1-4月我国对外投资合作情况时表示，1-4月，我国对外非金融类直接投资3914.5亿元人民币（折600.8亿美元），同比增长71.8%；对外承包工程新签合同额3840.2亿元人民币（折589.4亿美元），同比增长3.8%；4月末我在外各类劳务人员98.3万人。

据介绍，1-4月我国对外投资业务呈现以下特点：一是我企

业承揽的基础设施类工程项目增多。1-4月，我企业承揽的境外基础设施建设类项目2133个，较上年同期增加四成，新签合同额432.5亿美元，占同期我国对外承包工程新签合同额的73.4%。二是与“一带一路”相关国家投资合作快速增长。三是流向服务业的投资快速增长。1-4月，我对外投资流向第三产业的投资438.4亿美元，同比增长73.2%，占同期对外投资总额的73%。

新疆5年“奖补”牧民逾百亿元

据新华社乌鲁木齐5月16日电（记者关俏俏）作为喀拉峻村马队队长，曾经世代放牧的都拉提·克孜库力一家如今殷实多了。出租马匹、办牧家乐，还有退牧还草补助资金……过去5年间，新疆“奖补”牧民资金超过100亿元。

作为全国主要牧区之一，新疆拥有草原面积8.6亿亩。其中牧区有5.6亿亩，占草原面积的

65%，是新疆最大的陆地生态系统。由于气候变化、过度利用和人为破坏，新疆80%以上的草原退化，山区草原水涵养能力降低，水土流失加剧，导致自然灾害频发。记者从新疆发改委获悉，过去5年间，新疆实施草原禁牧补助、草畜平衡奖励、牧民生产资料补贴、牧草良种补贴，下达奖补资金101.84亿元，有27.5万户牧民从中受益。

建行携手甘肃向贫困“宣战”

本报兰州5月16日电（记者王俊岭）今天，甘肃省与中国建设银行就金融精准扶贫战略合作举行了签约仪式，并举办了“2016善融西部行——甘肃精准扶贫电商洽谈会”。

据了解，该合作旨在将建设银行善融商务平台引入甘肃农村，解决当地贫困地区、贫

困户农产品难卖、贱卖等问题，共同携手将精准扶贫、金融扶贫落到实处。中国建设银行副行长章更生在签约仪式上表示，开展精准扶贫战略合作就是要发挥建设银行的特色，通过金融创新，深入贯彻精准扶贫、精准脱贫的精神，助力甘肃打赢脱贫攻坚战。

拉萨举办科技活动周



5月16日，由拉萨市人民政府主办的拉萨市2016年科技活动周暨第一届青少年科技创新大赛启动仪式在拉萨北京实验中学举行。今年科技活动周的主题是“创新引领 共享发展”。图为学生在参加科普宣传活动。

新华社记者 刘东君摄

峡江：水蜜桃飘香



近年来，江西省峡江县积极调整种植业结构，引导农民因地制宜种植杨梅、水蜜桃、翠冠梨、井冈蜜柚等林果5万余亩，成为当地农民增收致富的主要渠道。图为峡江县金坪民族乡新民村果农正在分拣水蜜桃。

曾双全摄（人民视觉）

独特新业态 发酵成风口

“网红经济”倒逼产业变革

市场观察

“网红经济”日益发酵，成为资本市场“风口上的飞猪”。近期一些网红人纷纷到金融机构路演。有券商测算，随着网红吸粉能力的壮大，各种变现模式使得网红经济逐渐从电商平台扩张到视频直播、电子竞技等多个领域，或成为千亿产值的蓝海行业。

【力量究竟有多大】

网红经济的力量有多大？一家经营化妆品的互联网电商道出了直观感受：“原本我也没有意识到‘网红经济’是什么，直到去年下半年，网红店主们贡献了我们1亿元的销量。而我们半年的总销量也就四五亿元左右。”丽子美妆副总裁周易说。网红们实实在在地分担了这家互联网韩妆经销商超过1/4的销售蛋糕。

电商平台“蘑菇街”的签约红人敏恩在蘑菇街上进行“直播”，教粉丝如何化妆、如何搭配衣服，就能够吸引上千人同时在线，推荐的产品得到粉丝的疯狂推崇和购买。“品牌与网红合作带来的销量不

比天价找明星代言来得低。”敏恩表示，成为网络红人后，许多粉丝会问她衣服是哪买的，她就自己开了一家网店，日最高销量可达上千单。

蘑菇街及美丽说市场营销中心负责人范懿铭表示，单蘑菇街和美丽说两大女性时尚平台上就有2万名注册红人，能够匹配女性消费者对品牌信息获取、社交口碑和最终购买等一系列消费行为，形成垂直的营销闭环。

【如今更多靠内涵】

浩腾媒体中国区CEO汪慧玲认为，传统的营销中意见领袖是名人明星，而网红更为草根但拥有大量忠实粉丝，随着技术手段的进步，对于品牌的销量和影响可以得到大数据跟踪印证。许多厂商广告主都在适应这种变化并迅速作出反应。早期网红“靠脸吃饭”，依靠美妆护肤成为网红，依托淘宝微店等电商在网上售卖商品。如今则涌现出更多“内涵网红”，通过自己原创的写作或视频等内容提升影响力，最终接广告变现。

阿里CEO张勇曾在2016年互联网大会上表示，目前网红淘宝店数百家，粉丝数量达5000万。据国金证券测算，以网红雪梨的淘宝店铺为例，所售商品平均单价200元，年均购买4次，粉丝转化率25%。测算得出，仅网红淘宝电商市场规模就超百亿元。另外，papi酱等网红直接融资获

得风险投资和广告收入也不容小觑。

“如果说2015年是网红经济的元年，那么2016年网红经济的风口已经到来。今年以来，各大网红孵化器大受资本市场追捧。”国金证券分析师魏立表示，网红负责颜值担当，网红孵化器则负责其他所有环节，包括前期培养、粉丝运营等，如培育了网红“张大奕”的如涵科技已融资过亿元。

【形成商业新模式】

“网红经济正在倒逼产业变革尤其是纺织服装行业。”银华证券研究员马莉说，社交流量变现销量这一新商业模式正在逐步形成中，传统服装供应链体系无法满足新模式的需要并正在制约新模式的效率，这将倒逼产业变革。从供应商的角度来看，在大规模生产商品之前，网红可以通过向粉丝收集意见测试不同风格服装的市场反应。这将提升库存管理，并减少浪费。

不过业内人士也提醒，随着4月文化部将多家网络直播平台涉嫌提供宣扬淫秽、暴力、教唆犯罪、危害社会公德内容的互联网文化产品列入查处名单，网红经济也将带上“紧箍咒”。尽管网红经济正值风口，网红中的内容生产先头部队吸引资本纷纷出动，但同时需要适度掌控好风向，对风险进行前瞻性的把控。

（据新华社上海5月16日电 记者王原）