



■中國將對日產汽車部分產品加徵保證金。

香港文匯報訊(記者 莫豐齊 北京報道) 中日關於釣魚島的角力,已在經濟層面涉及到了具體的產品項目——進口汽車。中國海關總署與中國商務部19日同時發出公告,將對原產於日產(北美)汽車有限公司(Nissan North America, Inc)的部分汽車產品,徵收反傾銷稅保證金和反補貼稅保證金及相應的進口環節消費稅保證金和進口環節增值稅保證金。在商務部作出覆審裁決前,暫不徵收反傾銷稅和反補貼稅(雙反稅)。

中國制裁試刀 日產車加徵保證金

針對北美廠大排量整車 覆審「雙反稅」



■因在華銷售良好,日產汽車超越本田、豐田,居日本汽車廠商銷量之冠。

海關總署公告說,國務院關稅則委員會已決定,自2011年12月15日起,對原產於美國的部分進口汽車產品徵收反傾銷稅和反補貼稅,期限為2年。最近,日產(北美)汽車有限公司申請作為新出口商適用單獨的反傾銷和反補貼稅率,自2012年10月19日起,對申報進口原產於日產(北美)汽車有限公司的部分汽車產品,除徵收關稅、進口環節消費稅和進口環節增值稅外,還應按「其他美國公司」適用的反傾銷稅率(21.5%)和反補貼稅率(12.9%)徵收反傾銷稅保證金和反補貼稅保證金,及相應的進口環節消費稅保證金和進口環節增值稅保證金。

傾銷補貼 調查至明年中

中國商務部當天也公告,對原產於日產(北美)汽車有限公司的進口被調查車輛適用的反傾銷和反補貼措施進行新出口商覆審。9月3日,日產(北美)汽車有限公司向商務部提交了新出口商覆審申請。日產(北美)汽車有限公司表示,在原始案件調查期間未向中國出口被調查產品,與原始調查案件中其他美國被調查產品生產商不存在關聯關係,在原始案件採取措施後對中國大陸有實際出口,符合新出口商的條件,請求商務部立案進行覆審審查。本次調查覆審範圍為申請人的新出口商資格,對中國出口的被調查產品是否存在傾銷、補貼及幅度,將於2013年7月18日前結束。

被罰車型 在華銷量微小

據本報記者了解,「原產於日產(北美)汽車有限公司的部分汽車產品」所指對象是整車(日產的核心零部件主產於日本本土),而中國內地市場進口日產(北美)的整車,數量非常微小。日產(中國)投資有限公司關聯品牌項目總監沈莉昨天甚至告訴本報記者,中國目前「沒有」日產(北美)產的進口整車。

此外,中國汽車工業諮詢發展公司首席分析師賈新光昨天告訴本報記者,日產汽車本地化程度較深,如東風日產、鄭州日產等,進口車數量較少。據他了解,有少量英菲尼迪,是原產自日本的。至於日產(北美)的進口整車情況,他表示,不太清楚。商務部國際貿易經濟合作研究院研究員梅新育昨天告訴本報記者,日產(北美)整車數量「應該很少」。到目前為止,本報記者尚未得到日產(北美)汽車有限公司的直接回應。資料顯示,目前,日產美國工廠投產的主力車型,有埃斯特與新一代Altima。

日產汽車 中國市場下滑

日產汽車近年在中國市場持續發力,中國內地市場已超美國市場成為其全球最大的單一國別市場。2011年,日產在中國市場銷量達125萬輛,同比增長21.9%,市場佔有率近7%;2012年,日產提出了要佔

領中國市場10%的目標,也就是要超過180萬台的銷量。因在華銷售良好,日產汽車業績超過本田、豐田,首奪日本汽車廠商之冠。

但日產在中國的「牛市」因釣魚島問題的持續發酵而中斷。日產在華銷量今年首次出現下滑,7月同比跌2%。在今年9月的一次外交部例會,記者問及日產汽車銷量下降的問題時,外交部發言人洪磊回答說:「由於眾所周知的原因,當前中日關係發展受到嚴重干擾。要改變目前的狀況,日方必須立即停止損害中國領土主權的錯誤行為。」



■日產美國廠投產的主力車型Altima,可能最受加徵保證金影響。

專家解讀

制日倣美 有理有節

香港文匯報訊(記者 莫豐齊 北京報道)此次中國對日產(北美)汽車部分產品加徵保證金,內地分析人士認為,不排除有對日本有經濟制裁的意味,而選擇日產(北美)汽車部分產品這個目標,或是針對日本與美國的「一箭雙鵰」之舉。不過,亦有專家表示,中國對日中貿易的處理仍留餘地,至今仍未有跡象顯示中國對日本發動正式官方的貿易制裁。

中國汽車工業諮詢發展公司首席分析師賈新光說,此次出招措施,事先沒有明確徵兆,也還看不出非常明確的目的。但他個人感覺,此舉不排除對日本有經濟制裁的意味。而選擇日產(北美)汽車部分產品這個目標,似是對日本與美國的「一箭雙鵰」之舉。

中國若動真格 日本更難消受

而商務部國際貿易經濟合作研究院研究員梅新育則表示,即使是在當前中日關係的氛圍下,中國對日中貿易的處理仍留餘地,至今仍未有跡象顯示,中國會對日本發動正式的官方貿易制裁。如一旦實施官方制裁,對日本衝擊會有多大,不難想像。以9月份的數據為例,中國汽車市場上,主要國外品牌乘用車銷量與上月環比,日系下降29.5%,德系下降0.1%,美系、韓系、法系分別增長12.1%、15.3%和32%;與上年同期相比,日系下降40.8%,德系、美系、韓系、法系分別增長13.8%、15.1%、9.4%和9.2%。

日企加緊「脫華入東盟」

香港文匯報訊 據日本《朝日新聞》網站報道,日本豐田汽車公司10月17日確定了年內在中國持續減產的方針。豐田汽車公司已向零部件製造商提出了在華最大的天津工廠十一二月的生產計劃,計劃比2011年同期削減將近2成。日本汽車銷售受到中日關係的惡化影響,這種不景氣現象或將長期顯現。

製造業轉移越南緬甸

針對中國近兩個月的反日浪潮,日本國內主張「脫中國化」、進軍東盟國家的呼聲漸漲。日本大和證券綜合研究所分析師熊谷亮丸聲稱,「比中國人工費低

廉的國家現在有很多,中國作為『世界工廠』的角色已經結束了。加速向中國以外的生產據點轉移已經是不爭的事實。」

截至今年1月,進入越南的日本企業有1,542家,其中製造業企業數量居首,為725家。

日本《產經新聞》在近日報道,日本五大建設公司之一的大林組預計於年內向緬甸派駐員工,清水建設也在時隔13年後重新進軍緬甸。2010年退出緬甸市場的鈴木汽車公司在討論重新開設新工廠,本田汽車公司也已取得了緬甸第一大城市仰光設立事務所的許可。日本大型服裝企業三陽商會於本月12日明確,今

年內將增加在緬甸的服裝生產量。

日本正在逐漸擺脫對中國稀土資源的依賴。在日本汽車和家電製造中被廣泛使用的稀土,從前大部分依賴從中國進口,目前從中國進口稀土已降至其全部進口量的一半左右。

向大馬等國購買稀土

據日本媒體報道,自中國漁船和日本海上保安廳的巡視船發生衝突以來,中國已經停止向日本出口稀土。

日本正在加緊與馬來西亞談判,向其購買長期依賴從中國進口的稀土。此外,日本政府和企業還在加緊與哈薩克斯坦和北美洲各國合作確保稀土資源的供給。

廣交會日商急減三成



■第112屆廣交會一期閉幕,到會日商減少近三成。新華社

香港文匯報訊(記者 古寧 廣州報道)第112屆廣交會一期19日閉幕。來自廣交會的統計數據顯示,截至18日,本屆廣交會到會採購商總數為93,529人,與上屆同期105,616人相比,下降約11.4%。其中,日本採購商到會1,423人,與上屆2,015人相比,下降了29.4%。

總體客商下降一成

本屆廣交會會前,廣交會新聞發言人劉建軍就曾稱,在當前全球經濟背景下,居於前期的摸底,本屆廣交會到會採購商與上屆基本持平。而受中日釣魚島爭端影響,112屆

廣交會日本採購商到會人數會比上屆或有所下滑。而廣交會一期第四日(一期共五天)的數據來看,總到會客商下降一成多,而日商則下降了三成。而在本屆廣交會一期期間,部分出口企業也向記者反映,展會期間難見歐美日客商蹤影,感嘆明年日子估計不好過。

廣交會一期(總共三期)以機電、五金、化工等產品為主,多屆廣交會上機電產品的成交額佔到一期成交額的八成左右,約佔廣交會單屆總成交額五成。中國機電商會發佈是數據稱,截至18日晚,機電產品與歐洲市場成交額降幅逾兩成,但與新興市場成交表現相對較好。其中,與歐洲市場成交下降23.1%,與美洲成交下降7.5%。此外,與安哥拉、馬來西亞和烏克蘭等國成交則增幅較大。

自主品牌逆勢增長

業界人士表示,在國際經濟不景的背景下,廣交會一期採購商到會情況和成交額均不樂觀,但參展企業成交情況出現分化,部分擁有核心技術、自主品牌以及創新產品的企業實現逆勢增長。機電商會的統計數據顯示,空調器、數碼相機和電子遊戲機成交增長超過25%,電視機、激光視盤機等都有小幅增長。電工器材也是成交亮點,變壓器、低壓電器、通斷電路保護裝置等增速超過50%。



■9月赴日旅遊的中國遊客減少一成。

遊日中國客上月減一成

香港文匯報訊 據共同社報道,日本政府觀光局最新統計結果顯示,9月赴日旅遊的中國遊客人數為12.35萬人,與東日本大地震前的2010年9月相比減少了10.1%(約1.4萬人)。今年6至8月的赴日中國遊客數量與前年同期相比均有兩位數增長,但因釣魚島問題導致中日關係惡化,9月的中國旅客人數急劇減少。

據日本政府觀光局稱,中國遊客減少的主要原因是反日遊行愈演愈烈的9月中旬赴日團隊陸續被取消。如果中國遊客長期持續減少,可能會對大力發展旅遊業的政府方針造成影響。

中國個人遊客的減少較平緩,9月赴日個人遊客數僅次於2010年9月的峰值。



日液晶電視銷售減40%

■日本生產的液晶電視機在華銷量跌四成。

香港文匯報訊 據日本共同社報道,夏普公司19日發佈消息稱,對中國兩大家電銷售巨頭進行的調查結果顯示,10月上半月日本產液晶電視的在華銷售額比去年同期約減少了40%。

受國慶長假等因素影響,10月上半月原本是中國消費者購買慾高漲的時期。鑒於中國及韓國產液晶電視的銷售額與去年同期相比持平或有所增加,日本產品的滯銷被認為是受到了釣魚島問題的影響。