全球新年消费冷热不一

逢年过节，总离不开消费。节日消费已经成为刺激经济的重要方法，尤其在当前世界经济复苏缓慢的大背景下，为增加消费，提振消费者的信心至关重要。然而，在新年伊始的购物季，却呈现出不同的景象：有些地方消费火热，不断创下新高；有些地方热情不高，不断遇冷；还有些地方则借助外力，营造人气。这种消费的冷热不一，预示着在新的一年里，靠增加消费刺激经济并非易事

美国：消费意愿持续增强

本报纽约电 记者朱雍报道：2016年三季度美国经济增长速度大大超出预期，达到3.5%，消费者信心指数也创下自2001年8月份以来的新高，加上政府涨薪的预期和劳动力市场的持续改善，美国圣诞和新年假期消费火热。美国零售资讯公司公布的数据显示，2016年美国圣诞节销售额为6370亿美元，增幅4.9%，创下10年来最佳成绩。其中，电子产品、家居用品、美容用品和玩具是商品消费的主要推动力。

在旅游消费方面，美国汽车协会预测，此次圣诞和新年假期的出行旅客将突破1.5亿人次，打破美国有史以来的最高纪录。其中，超过90%的出行者选择自驾汽车外出度假，比去年同期的出行人数增加了1.4%。此外，乘飞机出行人数预计会增加0.7%，达到580万人次，与此相关的餐饮、住宿等消费也将同比增长。

美国汽车协会总裁兼首席执行官多尼在接受《经济日报》记者采访时称，收入的增加和低廉的汽油价格，使人们有更充裕的资金在假期消费。

受经济复苏缓慢及安全原因影响，法国人节日消费热情不高。图为巴黎一购物中心门口比较冷清。 本报记者 李鸿涛摄

韩国首尔明洞的商店纷纷开展打折优惠活动。 本报记者 白云飞摄

韩国：中国游客带来人气

本报首尔电 记者杨明 白云飞报道：在2017年新年之际，中国游客的身影在韩国主要商区随处可见。对于中国游客来说，赴韩旅游的重头戏就是购物，其中最受青睐的仍是明洞、东大门等传统商圈以及各大免税店。韩国各商家也不失时机地开展减价、现场退税以及赠送礼品等形式多样的优惠活动，很多店铺还专门安排店员在门口接待。整个新年期间，韩国各个商圈都是一片人头攒动、热闹非凡的景象。

由于价格和知名度等原因，大量中国游客将购物目标锁定在国际奢侈品牌以及雪花秀、悦诗风吟等进军中国市场较早的韩国名牌。但随着两国民间交往的增多，打入中国市场相对较晚的HERA、欧蕙等韩国名牌也越来越受到中国游客的喜爱。与此同时，东大门等购物区聚集了大量韩国本土小众品牌，吸引了很多中国年轻女游客来此淘货。

日本：福袋促销吸引消费

本报东京电 记者苏海河报道：新年长假是日本人最大的假期，也是日本家庭消费的重要节点。由于很多人要回老家与父母家人团聚，交通消费是一项重要支出，机票、火车票等需要早早预订，2016年12月30日、31日新干线的乘坐率达到150%。有些人喜欢举家旅游，到海边、温泉等旅游胜地看日出迎新年，也使很多旅游饭店一房难求。特别是近年来日本大力发展旅游经济，外国游客不断增多，2015年访日外国游客达1973.7万人次，初步统计2016年又增长近20%，日本政府计划到2020年实现4000万人次的接待目标。因此，日本本地消费者在节假日不得不面对客房不足的烦恼。

与此同时，很多百货公司、商店也紧盯新年商机，以卖“福袋”的方式大力促进消费。其中，有的福袋标明内含相机、电脑、手机等电子商品；也有的福袋不标注商品内容，卖的是喜庆与惊喜。价格只有商店标价的一半，甚至更便宜，等于打了一个大折扣。因此，元旦一大早商店尚未开门，很多店家门口就排起了长长的队伍等着“抢福”，讨头彩，很多顾客刚出商店大门就迫不及待地查看福袋的内容。

法国：购物热情不如往年

本报巴黎电 记者李鸿涛报道：圣诞节与新年元旦是法国人传统的休假、购物季，但2017年新年，受经济复苏缓慢及安全原因影响，法国人节日消费热情不高。在对巴黎比较大的几个购物中心采访中，不少商场负责人对记者表示，市场热情明显不如往年，有些商品的销售量甚至不到往年同期的一半。这其中有网络消费带来的冲击，更多的是人们对安全问题及经济问题的担忧。

据法国消费研究机构统计，2016年，法国平均每个家庭在节日期间花费559欧元，包括礼品、饮食、室内装饰及其他消费，低于英国和德国节日家庭平均消费的933欧元和710欧元。据法国零售业研究中心预测，法国2017年跨年节日消费将仅增长1.5%，达到670亿欧元，仅有略超半数的法国人表示要在节日期间保持或适当增加消费量。在消费结构上，服装、糖果及高科技产品最受青睐，其中儿童消费的占比较大，饮食类商品则排在节日消费预算的第二位。

专门为大型连锁企业发布线上商品信息的法国伯尼亚公司负责人巴哈亚·拉扎里斯表示，法国人越来越倾向于购买节日期间的打折商品，这种现象特别明显。有越来越多的法国人会在对比商家网络发布的商品价格和电商打折信息后再选购商品。

此外，由于德国发生卡车恐袭事件，法国因而加强了节日期间的反恐力度。法国内政部又增加了3000名军警维持治安，尤其是在商场、集市、教堂等公共场所，同时在全法各地派遣36000名法国宪兵，以加强节日期间的安保。在巴黎十五区的一家大型购物中心内，一名受访民众对记者表示，德国发生的事件令人愤怒，尽管法国加强了安保措施，但节日期间我还是选择多与家人在家中团聚，尽量避免去人流密集的地方。该购物中心负责红酒的导购员也对记者表示，当前，受经济和安全问题影响，节日市场不像往年那样火热，民众消费也比较平均，节日消费日趋理性与节省。各类商品中，仅有法国人节日必备品如红酒、鹅肝等商品的销量与往年同期持平，其他商品销量一般。

东京一家电器商店的福袋柜台，顾客在选购福袋。 本报记者 苏海河摄

印尼：吃中餐已成为时尚

本报雅加达电 记者田原报道：逢年过节，酷爱热闹的印尼人最喜欢去的地方就是商场，全家老少一起上阵，买东西、看电影、逛超市，再就是到中餐馆饱餐一顿。

说起印尼的中餐馆，风味上由于历史上受到来自福建和广东华人群体的影响，通常以粤菜或闽菜为主，川菜也有一定市场但还不普遍。这里的中餐馆一般就地取材，并结合了印尼菜的一些做法，特别是香料方面用了不少丁香、月桂、青柠等东南亚特产。值得一提的是，鼎泰丰、帝王鸭、小肥羊、海底捞等在中国颇有名气的餐饮品牌，这两年也陆续前来开拓印尼市场，虽然网点还不多，价格也比国内大约贵50%，但仍深受广大印尼消费者尤其是白领阶层的欢迎。

南非中国经贸协会认为

中企加快融入南非经济

本报比勒陀利亚电 记者蔡淳报道：南非中国经贸协会日前发布的《2015—2016年度中国企业在南非发展的报告》认为，作为非洲门户和非洲最发达经济体的南非正日益成为中国企业“走出去”的重要目的地。2015年中非合作论坛约翰内斯堡峰会鼓励和支持中企赴非投资兴业，为中南两国投资与经贸合作迎来了新契机。报告认为，中资企业在南非快速发展，和南非经济一起共发展、同进步，为南非经济社会发展作出了重要贡献。

报告指出，中南双向投资经贸规模不断扩大。在投资领域，截至2015年年底，中国累计对南非投资约130亿美元。目前，在南非的中资企业逾300家，其中大中型企业约140家。在双边贸易领域，2015年中南贸易额达460亿美元，其中中国对南非产品出口结构进一步改善，例如光学、照相及医疗设备增长26.5%，铁道机车设备出口额扩大2倍等。

报告指出，中南产能合作呈现喜人局面。目前，中国中车已在南非设立电力机车组装工厂，机车产品已陆续交付使用；冀东发展集团南非曼巴水泥项目提前6个月竣工并投产，日产水泥达3000吨。中企对南非投资多元化趋势日益明显，已从传统的采矿业延伸至家电、汽车、建材、光伏等行业。例如，海信南非工厂所产电视产品市场占有率已经位居南非第一。北汽集团南非公司2016年8月正式开工，建成投产后将形成13亿美元年销售收入，占南非汽车业年产销量的10%，带动当地就业1.5万人。

报告认为，在南非投资经营的中资企业不仅产生了巨大经济价值，更通过积极履行社会责任，创造了良好的社会效益。一方面，中资企业为当地提供了数以万计的就业岗位。面对市场萎缩、准入门槛高等不利因素，中资企业坚持不撤资、不裁员、不减薪，这对于失业率长期居高不下的南非而言至关重要。据不完全统计，截至2015年年底，在南非的中资企业员工超过2.6万人，本地员工数量约2.4万人，员工本地化率超过九成；另一方面，中资企业热心支持当地教育、医疗卫生和社会公益事业。其中，中兴通讯为南非当地孤儿院等捐献设备财务，资助当地重大社会活动；中国银行约翰内斯堡分行捐助南非宋庆龄基金会以援建开普敦巴普莫莱勒孤儿院“中国馆”，这些行动在当地赢得了广泛认同和高度赞誉。

短讯

伦敦市长淡化脱欧影响安抚人心

据新华社北京1月2日电 自去年6月英国公投决定脱欧以来，其进程与影响一直受到密切关注。英国伦敦市长萨迪克汗日前表示，欢迎欧盟国家公民留在伦敦，并表示脱欧不会对此有影响。

据报道，目前伦敦人中大约有100万其他欧盟国家的公民，他们分布在保健、建筑、金融等各行各业。萨迪克汗表示，这些人员为伦敦的繁荣成功作出了贡献，因此，他们将一直在伦敦受到欢迎。萨迪克汗还表示，关键是要能够持续吸引人才，与欧盟单一市场保持联系十分重要。

支持英国退出欧盟的大多数英国民众的核心诉求就是要求政府限制来自欧盟的移民。而欧盟方面已多次表示，英国要想继续保留进入欧盟单一市场的资格，就必须允许欧盟国家公民自由进出英国。

巴西期待吸引更多中国游客

据新华社里约热内卢1月1日电 据巴西旅游部最新统计，目前已有316家巴西旅行社获得接待中国游客的资质。

巴西旅游部长马科斯·贝尔特朗日前表示，巴西希望通过提高服务质量，吸引更多的中国游客。

巴西旅游部规定，当地旅行社要想获得接待中国游客的资质，必须在旅游部注册，了解巴西旅游部和中国国家旅游局签署的谅解备忘录条款，并承诺承担相关责任，以便能够更加顺利地帮助中国游客办理所需手续。

巴西国家旅游协会主席维尼修斯·鲁梅尔兹表示，每个国家的文化习俗不同，保护游客安全非常重要。有资质和能力的旅行社了解中国游客的喜好，也会让中国游客更好地了解巴西。

“美丽中国”宣传片亮相加拿大多伦多

这是1月1日在加拿大多伦多市中心的邓达斯广场拍摄的“美丽中国——2017丝绸之路旅游年”主题宣传广告牌。从2016年12月26日起，由中国国家旅游局推出、以“美丽中国——2017丝绸之路旅游年”为主题的大型旅游宣传广告在加拿大多伦多市中心邓达斯广场亮相，向人们展示中国美丽而丰富的旅游资源。整个活动将持续5周。 （新华社发）

澜湄产能合作驶入快车道

徐惠喜

世经述评

湄公河国家是中国与“一带一路”沿线国家开展国际产能合作的重点。推进中国与湄公河国家的产能合作，有助于实现地区可持续发展和共同繁荣，实现从“共饮一江水”到“命运共同体”的华丽升级。

产能合作互利双赢。对于中国来说，湄公河地区是中国塑造和谐周边、打造与周边国家命运共同体条件最好的区域。对柬埔寨、老挝、缅甸、泰国、越南等湄公河国家而言，发展经济是民心所向，是政府施政重点，更是整个地区的主旋律。当前，世界经济复苏乏力，全球贸易持续低迷，以孤立主义、保护主义为代表的“逆全球化”思潮抬头。湄公河各国期盼加强对华经贸合作，承接中国的优质产能，提升工业化和城镇化水平。对世界经济而言，湄公河国家推进国际产能合作有助于树立发展中国家推进全球化、区域化的典范，在更广大的范围内产生影响和示范效应。

双方合作已有相当根基。湄公河国家总体来说工业化和城镇化水平相对较低，对外资外贸依赖较大。长期以来，中国与湄公河5国一直保持密切的经贸合作关系，国际产能合作已具有一定的基础。随着中国—东盟自贸区和大湄公河次区域经济合作的深入开展，中国逐渐发展成为湄公河国家重要的经济合作伙伴，产能合作的成果日益丰硕。截至目前，中国对湄公河5国累计投资总额达到488亿美元，是缅甸、柬埔寨、老挝的第一大外资来源国。

“澜湄机制”提速产能合作。2016年启动的“澜湄合作”是澜沧江—湄公河流域合作的新机制、新实践和新平台，具有多方面的重要意义。就次区域层面而言，“澜湄合作”机制的正式启动标志着澜沧江—湄公河流域国家的合作进入到了一个6国自主全面深化发展新阶段，为该区域合作的全面拓展和深化带来更强劲的动力和更丰富的内涵，促进区域内各国的共同繁荣、共同发展。中国与湄公河5国共同发表的《澜沧江—湄公河国家产能合作联合声明》，明确将产能合作作为湄公河区域合作的优先发展方向。双方一致同意依据相关国家法律框架和发展实际，依托交通互联互通和产业集聚区平台，优先推进产能合作。这显示了澜湄6国通过开展产能合作，实现可持续发展和共同繁荣的强烈愿望，也意味着中国与湄公河国家的产能合作步入了发展新阶段。

最近，中国与湄公河5国的产能合作不断取得新进展。例如，中国与柬埔寨今年签署备忘录，决定在基础设施、加工制造、工程机械、电力建材和通信等领域开展更多合作。老挝决定将其“八五”规划与中国的“十三五”规划对接，推动“一带一路”建设与该国的“变陆锁国为陆联国”战略对接，欢迎中国向其提供能源制造、农业等领域的先进技术。中国与湄公河国家的产能合作正在驶入快车道。

本版编辑 李红光