

# 主要产油国坚持减产保产能

本报驻利雅得记者 罗怀伟

## 外企微观察

今年以来，全球消费市场需求承压，电子消费品市场需求也呈下降趋势，多数电子产品品类的销售情况都不及预期，除智能手机外，电视市场的表现也十分低迷。

市场调研机构奥姆迪亚(Omdia)最新统计数据显示，今年前三季度全球电视销量为1.43亿台，同比下降4.4%；销售额为723.9亿美元，同比下降12.7%。从销售额看，三星电子的市场份额为30.2%，居全球第一，LG电子以17%的份额排名第二，TCL市场份额为9.3%，居全球第三。

从数据看，全球电视市场整体表现不佳。即使大部分品牌在过去3个季度中保持长时间的低价策略，并通过线上线下渠道实施了多种优惠方案，但仍没有获得消费者的认可和青睐。

今年全球电视销量下滑早在意料之中。受新冠肺炎疫情、全球经济放缓叠加通货膨胀等因素的影响，需求疲软以及衰退早已成为全球电视市场的高频词汇。据悉，三星和LG电子已经多次调低今年全球彩电市场的目标量。三星从今年年初制定4500万台目标量，修改到4000万台以内。而LG电子则从年初制定的2900万台左右的目标量调整为2700万台。这也预示着他们对今年电视市场整体需求的看法。

不过电视市场也并非一片黯淡，正在火热进行的2022年世界杯，可能成为影响全球电视销量的重要变量。与往年不同，今年的世界杯恰逢国内“双11”购物节以及欧美“黑色星期五”购物节，这使得电视机成为炙手可热的单品。调查显示，83%的巴西人已经将电视机放入“黑五”的购物愿望清单。因此，业内人士预计，全球电视销售量会因世界杯的到来在年底迎来小高峰。在当前全球电视销售额不断降低的情况下，未来几周能否恢复增长至关重要。

刘畅



视频报道请扫二维码

### 欧佩克+第33次部长级会议决定

自今年11月份起大幅减产  
在8月份产量基础上  
将月度产量日均下调200万桶

此次减产规模相当于全球  
日均石油需求的2%

### 欧佩克原油日均需求量

一季度	2868万桶
二季度	2843万桶
三季度	2838万桶

未来对欧佩克原油需求或将迎来大幅增长

### 欧佩克日均原油产量

一季度	2836万桶
二季度	2859万桶
三季度	2944万桶

的对欧石油供应合同，并考虑增加欧洲石油交付量。

另一方面，强调维持亚洲石油供应。沙特阿美近期已告知多家亚洲客户，称其将在11月份能源需求旺季之前收到全部合约量的原油。10月20日，中国国家能源局局长章建华与阿卜杜勒阿齐兹举行视频会见。双方认为，当前国际形势复杂多变，给石油市场带来很多不稳定因素，但石油长期可靠供应对于市场的

整体稳定至关重要，沙特将继续作为中国在原油领域最可靠的合作伙伴和供应方。

此外，主要产油国正积极提升产能，从根本上解决剩余产能短缺的问题。沙特阿美计划到2027年将产能增加至1300万桶/日，新增产能主要来自投资开发海上油田。阿布扎比国家石油公司计划将提升产能至500万桶/日的期限从2030年提前至2025年，若按时达标，计划到2030年将产能增至600万桶/日。伊拉克积极推动国际石油公司增加对其投资，预计2022年至2023年在能源领域投资170亿美元，计划到2027年底将产量提高到600万桶/日。

应对这些不确定性时要做到计划周密。一旦闲置产能耗尽，市场将遭受各种变量的冲击。

沙特阿美总裁兼首席执行官纳赛尔就闲置石油产能不足发出警告。他在上月举办的全球能源情报论坛上表示，当前全球闲置原油产能仅150万桶/日，缓冲作用有限，在能源需求大幅增长的情况下，石油市场或将面临价格快速上涨的情况。他强调，沙特阿美有能力在30天内达到1200万桶/日最大产能，但应避免达到产能上限。

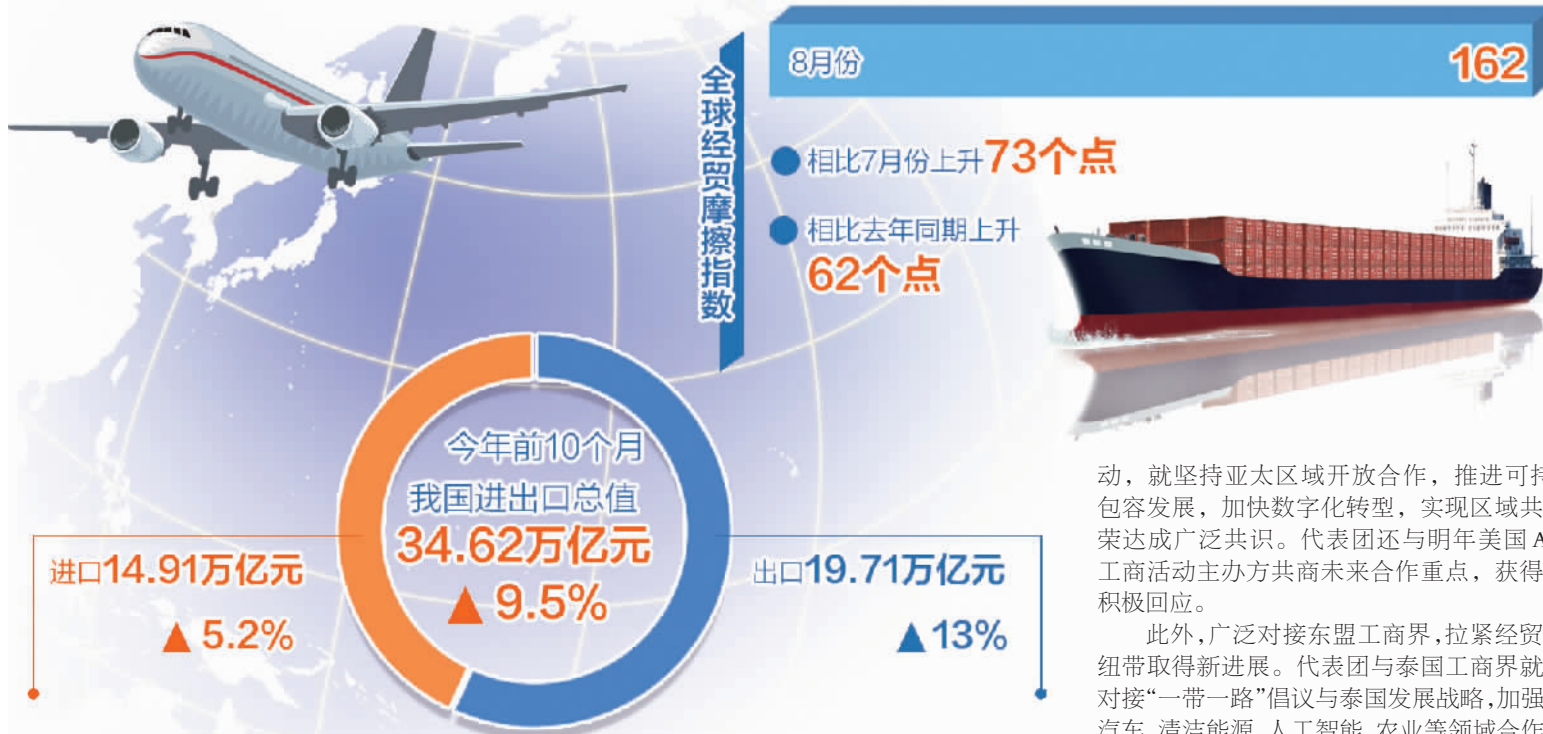
根据欧佩克11月份发布的月度报告，欧佩克目前已持续增产至产量高位，但石油需求则仍在增长预期。今年一季度至三季度欧佩克原油产量逐渐反超需求量，日均产量分别为2836万桶、2859万桶和2944万桶，需求量分别为2868万桶、2843万桶和2838万桶，差额分别为-32万桶、16万桶和106万桶。未来对欧佩克的原油需求或将迎来大幅增长，今年四季度和全年日均需求预计为2892万桶和2860万桶，而2023年日均需求预计将达到2926万桶。

为避免减产进一步加剧能源危机，欧佩克产油国正采取切实措施应对能源需求增长。

一方面，助力缓解欧洲能源危机。沙特本年度大幅提升对欧石油出口。9月份，沙特对欧洲原油流量达95万桶/日，较去年同期的49万桶/日增加近一倍。阿卜杜勒阿齐兹表示，欧洲国家正在经历消除能源供应链和供应系统瓶颈的阶段，沙特正在与德国、波兰等欧洲国家接触，寻求解决其能源需求的方法。阿联酋5月份通过油轮向荷兰出口100万桶石油，这是2020年以来阿联酋首次向欧洲出口石油；9月份与德国达成能源供应协议，阿布扎比国家石油公司明年起将每月向德方交付25万吨柴油。伊拉克国营石油推销公司负责人阿拉·亚希里6月份表示，伊拉克有60万桶/日

# 全球经贸摩擦仍处较高位

本报记者 朱琳



“今年8月份的全球经贸摩擦指数为162，处于高位，相比7月份上升73个点，相比上年同期上升62个点，这表明全球经贸摩擦冲突仍处于较高水平。”在11月29日中国贸促会例行发布会上，中国国际商会秘书长孙晓介绍。

孙晓指出，分国家(地区)来看，印度、巴西、阿根廷、印度尼西亚、美国是引发全球经贸摩擦冲突的主要国家。从分项措施来看，其他限制性措施指数在五类措施指数中居于首位，随后依次是进出口关税措施指数、技术性贸易措施指数、进出口限制措施指数和贸易救济措施指数。其他限制性措施包括与贸易有关的知识产权措施、投资措施、补贴措施等。从措施涉及的领域来看，主要涉及钢铁及钢铁制品、车辆及其零部件、机械器具及其零件、电机电气设备及其零件、精密仪器及设备、塑料及其制品等。

孙晓表示，当前新冠肺炎疫情反复延宕，地缘政治局势紧张，世界经济脆弱性更加突出。在这一大背景下，我国外贸企业面临外需走弱、成本上升、风险加大等多重挑战，订单不足的问题尤为突出。进入四季度，外贸进出

口进一步承压。

不过，孙晓强调，尽管国内外环境复杂性不确定性超出预期，但我国外贸稳中提质的发展趋势没有改变。今年前10个月，我国外贸总体稳中有进，进出口总额、出口总额、进口总额均创历史新高。中国贸促会将发挥自身优势，用好各方资源，集贸促系统之力，全力以赴做好稳外贸各项工作，通过帮助企业抢订单拓市场、优化贸易投资促进服务、帮助企业防范风险挑战等举措，为落实好稳经济一揽子政策和接续措施，巩固经济回稳向上基础作出积极贡献。

亚太经合组织(APEC)工商领导人峰会日前在泰国举行，中国贸促会率中国企业代表团赴曼谷参会，孙晓介绍，代表团积极宣介党的二十大精神，表明中国坚持对外开放，推动构建开放型世界经济，将以中国式现代化全面推进中华民族伟大复兴，不断以中国新发展为世界提供新机遇，构建人类命运共同体。亚太工商界人士普遍对中国的大国担当表示赞赏，对中国机遇由衷期盼。

中国企业代表团还与亚太工商界积极互

动，就坚持亚太区域开放合作，推进可持续、包容发展，加快数字化转型，实现区域共同繁荣达成广泛共识。代表团还与明年美国APEC工商活动主办方共商未来合作重点，获得美方积极回应。

此外，广泛对接东盟工商界，拉紧经贸合作纽带取得新进展。代表团与泰国工商界就有效对接“一带一路”倡议与泰国发展战略，加强电动汽车、清洁能源、人工智能、农业等领域合作达成诸多共识。与新加坡工商联合会一致认为，今后应在《区域全面经济伙伴关系协定》(RCEP)推广实施、商事法律服务、推进“陆海新通道”等领域开展深入合作。

在促进外贸方面，孙晓介绍，今年1月份至10月份，全国贸促系统累计签发原产地证书、ATA单证册、商事证明书等各类证书441.11万份，同比增长4.56%。其中，全国贸促系统非优惠原产地证书签发金额共计2942.85亿美元，同比增长17.74%；签证份数共计284.14万份，同比增长5.03%。全国贸促系统优惠原产地证书签发金额共计505.69亿美元，同比增长32.79%；签证份数共计111.97万份，同比增长25.94%。

孙晓表示，从签证金额排名看，排名前五的贸易协定为中国—韩国、中国—东盟、中国—澳大利亚、RCEP和亚太贸易协定，合计占签证总金额的90.50%。其中，RCEP证书签发金额共计56.55亿美元，签证份数共计12.56万份。从区域分布看，江苏、浙江、广东、山东、四川等省份排名靠前，合计占优惠原产地证书签发金额的70.23%。

## 达索拓展中国市场

### 跨国公司在中国

系统的12个品牌在中国都有很大发挥空间。”

吴俊杰表示，中国市场规模非常大，也具有多样性，这就需要达索系统充分进行本土化，才能更好地适应中国市场特点。

“中国市场从北到南都不一样，客户的购买习惯、信息化接受程度有很大差异。所以，本报视需要思考如何确保能够抓到区域差异化特征，以量身定制的方式帮助客户实现数字化转型。因此，我们不能用一种战略对待整个中国市场，必须根据客观情况调整市场战略。达索系统把中国市场划分为6个区，因为这6个区都有自己的本地特点，我们需要对当地市场有充分理解。为此，我们也招募了很多本地合作伙伴，加强本地化运营。”吴俊杰说。

吴俊杰还表示，中国客户与过去相比，对数字化转型的接受度有了大幅提高。“10年前，很多企业还处于‘可以不用就不用、可以不用就少用’的层面上。我们收到的订单，不少都是客户先买一套软件试试。现在，中国企业对数字化转型普遍积极主动，订单都是产品服务一条龙。此外，中国客户与我们讨论的内容也越来越广泛深入。”

吴俊杰表示，中国是达索系统最重要的全球市场之一。

“2020年，达索系统把亚太地区总部从东京迁到上海，体现了我们对中国市场的重视。除美国之外，中国是达索系统唯一一个布局全部12个行业的国家。SOLIDWORKS是达索系统的12个品牌之一，单单这一个品牌的软件在华销售量已经超越了中国。”吴俊杰说，“从营商环境角度看，中国非常适合达索系统进行长期、持

近日，全球知名工业软件提供商达索系统宣布，其3D设计与工程应用产品组合SOLIDWORKS将推出最新版本——SOLIDWORKS2023。SOLIDWORKS2023更新了用户驱动的全新增强功能，重点关注以下三个方面：提高工作智能化程度，在设计大型装配体和出工程图时减少人为工作量，并能够处理更复杂的电气布线场景；提高工作效率，更高效地处理材料明细表，提高搜索和保存装配体的性能，并更快地设计大型装配体；协同工作，通过简化用户界面、减少延迟等，帮助团队更高效地共享和管理数据。

达索系统SOLIDWORKS大中华区销售副总裁吴俊杰介绍，目前达索系统的业务主要围绕工业制造、生命科学以及基础设施三个领域，并通过12个品牌布局在12个行业中。

吴俊杰表示，中国是达索系统最重要的全球市场之一。

“2020年，达索系统把亚太地区总部从东京迁到上海，体现了我们对中国市场的重视。除美国之外，中国是达索系统唯一一个布局全部12个行业的国家。SOLIDWORKS是达索系统的12