

西方限价俄油短期难见实效

国际经济观察

在经历了三个月的酝酿之后，西方主要经济体上周宣布将对俄罗斯出口原油设置价格上限。此举遭致俄罗斯和乌克兰双方同时反对，在全球经济复苏前景暗淡背景下，西方对俄油限价的行动短期内难见实效。

12月2日，欧盟、七国集团(G7)和澳大利亚不约而同发声，称将对俄罗斯海运出口的原油设置每桶60美元的价格上限，若超过该价格上限，将禁止为俄原油运输提供保险、金融等服务，最快于12月5日生效。G7财政部长曾于9月2日发表联合声明，宣布同意对俄罗斯原油及相关产品设定价格上限，以“抑制全球能源价格的上涨，限制俄从石油出口中获得收入，进而限制俄在乌克兰采取军事行动的能力”。

西方对俄罗斯原油限价的行动颇具声势，却是左右不讨好。9月份至今，俄罗斯一直明确表示不会接受限价，强调俄方不会向任何准备对其采取限价措施的国家供应原油，无论对方开出什么价格，因为“（限价）这种做法是在干预市场机制”，并警告此举将危害欧盟能源安全。在12月2日声明发出后，乌克兰总统泽连斯基称，西方国家设定上述价格上限不足以对俄罗斯经济造成损害。

有分析指出，国际能源市场多年来一直是卖方垄断市场，西方此次对俄油的限价举措无意中开了先例，形成了某种国际石油买方垄断联盟的雏形。对俄油的限价行动是在美国协调组织下实施的，考虑到今年以来美国天然气在欧洲高价大卖，美国帮助自家石油企业夺取俄罗斯在全球特别是在欧洲市场份额的意图也十分明显。

欧佩克成员国与非欧佩克产油国组成的“欧佩克+”12月4日召开会议，同意不对当前产油政策作出调整，两大组织尚未对西方限价举措有较大反应。从全球经济走势和原油市场供需情况看，西方限价举措短期内恐怕难以产生预想的效果。

首先，多方看淡明年全球经济前景。经济合作与发展组织(OECD)11月下旬发布最新全球经济展望报告预计，未来一年全球经济增长将进一步放缓。国际货币基金组织(IMF)总裁格奥尔基耶娃12月1日表示，2023年全球经济增速降至2%以下的可能性正在增大。在这种背景下，全球石油需求预期持续下调。11月14日，石油输出国组织(欧佩克)在月报中预测，2023年全球石油需求将增加224万桶/日，这较此前预测下调了10万桶/日。经济前景暗淡、市场需求下调等因素，对原油价格将形成较大压力。

其次，目前限价价位对俄罗斯原油出口冲击有限。12月2日，纽约商品交易所2023年1月交货的轻质原油期货价格下跌1.24美元，收于每桶79.98美元，跌幅为1.53%；2023年2月交货的伦敦布伦特原油期货价格下跌1.31美元，收于每桶85.57美元，跌幅为1.51%。相关价位与限价价位相比差距不小。不过，今年以来俄罗斯一直在以折扣价出售其原油。限价位上实际上大大高于俄罗斯乌拉尔原油的价格。根据定价公司Argus Media的数据，乌拉尔原油在波罗的海普利莫尔斯克港价格近期在48美元左右震荡。此外，美西方就乌克兰危机对俄制裁至今，俄罗斯原油出口也出现了由西向东、由欧洲向亚洲的变化，特别是印度承接了相当一部分份额，这在一定程度上对冲了限价影响。

此外，对俄油限价牵制利益方过多，其协调难度不小。虽然美国对制裁俄罗斯十分上心，但是欧洲一直高度依赖俄罗斯原油，欧盟进口原油中约30%来自俄罗斯。今年因中断进口俄罗斯天然气，欧洲被美国盟友“狠宰一刀”，至今心存芥蒂。近期欧美贸易争端又起，如果限价举措迟迟无法见效，而欧洲能源危机继续升级，欧洲在对俄油限价一事上生出“二心”或是大概率事件。



连俊

中东欧经济复苏动能削减

陈思杨



透视欧洲能源危机

俄乌冲突发生之后，美西方对俄罗斯能源采取了严厉制裁，导致俄罗斯能源对欧流量大幅削减，而随后北溪2号管道的废止和北溪1号管道的爆炸，进一步限制了俄罗斯天然气供应，直接导致欧盟天然气价格飙升且大幅波动，严重影响家庭消费和工业供电，能源危机愈演愈烈。随着欧盟储气量的上升，11月以来天然气价格明显回落，但仍然高于同期价格数倍。国际能源署预测，能源危机将持续到2023年。覆巢之下无完卵。能源危机也对中东欧国家造成了较大影响，并削弱其经济复苏动能。

能源进口依存度高

中东欧国家对于包括天然气、原油、固体燃料等几乎所有主要能源均有较高的进口依赖，这也加大了能源供应波动对于经济的冲击，使其经济复苏进程受阻。近年来，虽然在欧盟的气候政策引导下，中东欧国家能源来源逐渐趋于多元，但依然需要依靠进口来弥补缺口，而俄罗斯仍是其初级能源商品(天然气、原油和硬煤)的主要供应国。制裁实施前，俄罗斯天然气占中欧和东欧国家天然气消耗量的近一半，塞尔维亚等与俄关系密切的国家天然气供应更是几乎100%依赖俄罗斯；原油方面，欧盟整体的进口依存度都很高，制裁前主要来自俄罗斯(29%)、美国(9%)、挪威(8%)、沙特阿拉伯和英国(均为7%)、哈萨克斯坦和尼日利亚(均为6%)，占欧盟原油来源的四分之三。欧盟整体煤炭的

日元贬值和高物价推升日企破产风险

本报记者 陈益彤

近日，日本信用调查机构帝国数据银行公布了10月份日本因日元贬值破产和“高物价破产”企业情况。数据显示，10月份，日本因日元贬值而破产的企业达到7家，与上月持平，本年度以来共21家，创5年来新高。因物价高企而破产的企业达41家，超过了9月份的35家，连续4个月刷新纪录。

“日元贬值破产”是指由于日元贬值引发进口成本上升等直接或间接原因导致企业破产。“高物价破产”是指在原油、燃料、原材料等价格上涨的背景下，企业无法顺利转嫁成本从而无法维持收益最终破产。今年以来，在美联储激进加息背景下，日本坚定维持宽松货币政策，导致日元贬值之势难止。加之乌克兰危机背景下，日本加紧对俄罗斯制裁，在能源领域遭到反噬，造成进口渠道受限，引发能源短缺，大型电力、煤气公司均上调能源价格，食品原材料等价格暴涨，严重打击了日本企业的正常运转。

帝国数据银行数据显示，从行业来看，2022年因日元贬值破产的21家企业中，与食品相关(制造、批发、零售)有6家，居首位。其次为纤维业，共5家。此外还涉及机械器具、家具、建筑等行业。从负债规模来看，六成以上的破产企业负债不足5亿日元。10月份高物价破产企业中受燃料价格上涨和食品价格上涨影响的行业较多。其中制造业居首位，共12家。其次为零售业、运输通信业、建筑业和批发业。

日元贬值、物价高企已经成为压倒日本中小企业的“最后一根稻草”。事实上，日本中小企业因受新冠肺炎疫情影响，本就苦苦支撑，即便勉强维持，也已经“大伤元气”。对于企业来说，应对高物价的关键，在于将部分成本转嫁到销售价格和服务费用上。然而实际情况是，在物价持续上涨的情况下，部分企业担心得不到交易方的理解或造成顾客流失，并未能



图为日本东京银座商业街。

(视觉中国)

将上涨成本转嫁给消费者。在帝国数据银行进行的每月“企业价格转嫁动向问卷调查”中，有70.6%的企业“或多或少地转嫁”了成本上升的部分，然而也有18.1%的企业“完全没有实现上涨成本转嫁”。

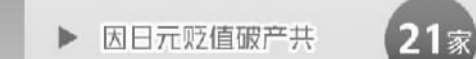
日本政府积极投入但效果并不明显。今年以来，日本政府曾专门召开会议，就维持进口小麦出售价格、控制燃料价格等提出对策，还通过每年两次的“价格协商促进月”介入成本转嫁工作。日本中小企业厅也拿出了强势跟进转包中小企业成本交涉、转嫁的调查指导方案。但从实际效果看并没能阻止住企业破产的趋势。日本央行数据显示，今年10月份由于进口商品价格

持续飙升叠加日元大幅贬值，日本企业物价指数上涨至117.5，创下新高，这已是连续第20个月同比上涨。日本首相岸田文雄在10月份称：“本月内将制定综合经济对策，无论如何也要在物价上涨的情况下，保护国民生活和生产经营活动。”然而在日元贬值、成本高企的背景下，这笔耗资39万亿日元的大型“综合经济对策”，对于解决目前日本的物价上涨能否起到立竿见影的效果还未可知。此前日本央行多次强势实施“汇率干预”措施，然而分析认为，此举并不能根治日本宽松货币政策与美联储紧缩货币政策间的“结构性矛盾”，缺乏可持续性，见效时间短，长期实施还可能反噬日元价值。

帝国数据银行数据显示



2022年至今



日本央行数据显示



帝国数据银行此前对约1.1万家中小企业开展的问卷调查显示，超过六成的企业反映，日元贬值对公司业绩有负面影响。另一份问卷调查显示，约八成企业“切实感受到日元急剧贬值带来的运营成本上升”。

今年以来，美联储激进加息的“大棒”已打得日本难以招架。11月30日，美联储主席鲍威尔发表讲话称，12月份的货币政策会议可能会放慢加息步伐，但重申恢复价格稳定还有很长的路要走。分析认为，如果输入型通胀、日元贬值情况仍然没有明显改善，因日元贬值而破产的企业数和不断刷新纪录的高物价破产企业数，今后恐将继续增加。

为满足中东欧买家的贸易诉求，增进中国与中东欧国家间的贸易合作，2022年中国—中东欧国家国际贸易数字展览会近日在“飞展”平台举行，中国—中东欧商家云端相会。

我国与中东欧国家传统友谊深厚，合作历史悠久。中东欧国家正面临经济结构调整和基础设施升级，对中国产品需求巨大，尤其是在机械、汽配、五金机电等行业具有很强的合作潜力。本届展会以中国企业为主体，以中东欧地区国家卖家需求为核心，利用数字展览平台为企业提供在线洽谈机会和精准配对服务，吸引了800余家企业参展，超过8000家采购商在线参观对接。展会还设立国家成就和形象展示区，中国品牌企业及服务贸易展示区，新疆棉花及纺织企业馆，机械设备、汽配、五金机电、建材、食品、防疫物资等行业展区。

根据中国和中东欧国家在数字经济、电子商务、健康产业、智能制造、绿色经济等领域的合作需求，结合中东欧地区用户特点及习惯、时差、文化、交易方式和行业特点，展会期间开展了6场“贸易周直播对接活动”。从11月28日开始，机械设备、汽车配件、五金机电、建筑建材、食品、防疫物资等六场对接活动陆续成功举办，每场活动都精选9家国内供应商通过视频、PPT、样品展示等多种方式介绍了各自的优势产品，吸引来自中东欧和国内的近百家企业参与活动，与会观众认真观展并积极提问，意向买家与推介商进入“一对一洽谈间”进行深度沟通，近万人通过“飞展”平台观展直播。

本届展会在线举办10天，由中国贸促会主办，中国国际商会、中国贸促会信息中心、西麦克国际展览有限公司联合承办，旨在创新合作模式，帮助双方企业积极挖掘新的贸易增长点，助力中国和中东欧国家经贸合作。展会综合采用图文视频、3D、VR等形式，多维呈现“云展览”，并依托“名片交换、观众邀约、线上互动、大数据智能匹配、视频对接会议”等线上功能，满足不同行业观众的观展需求。

本报记者 朱琳