

嚴重關切華為中興遭封殺 商務部斥美無理排斥中企

【本報訊】針對美國國會日前發表報告建議阻止華為和中興在美投資一事，中國商務部新聞發言人沈丹陽9日強調，該報告僅憑主觀猜忌和不實依據，對中國進行無端指控，中方對此表示嚴重關切和強烈反對。

據中新社北京九日消息：8日，美國國會眾議院情報委員會發表調查報告稱，中國華為技術有限公司和中興通訊股份有限公司對美國國家安全構成威脅，建議阻止這兩家企業在美開展投資貿易活動。沈丹陽就此表示，美國國會有關委員會的這份調查報告僅憑主觀猜忌和不實依據，就以國家安全為由，對中國進行無端指控，排斥中國企業在美開展正常經營和參與正當競爭，中方對此表示嚴重關切和強烈反對。

無交代「不當行為」細節

值得指出的是，美方報告中並未包括其所聲稱的有關華為存在不當行為的具體細節。該委員會辯稱，報告中有一個部分屬機密信息，為保護美國國家安全，該部分信息不能公開。這也成為被外界詬病的一個緣由。

沈丹陽表示，美國會此舉既有違美一貫倡導的自由市場規則，也不利於中美雙方企業相互開拓市場，擴大合作。

促美創造市場平等環境

沈丹陽稱，希望美國會摒棄歧視中國企業的做法，秉承開放、合作的原則，切實為兩國企業開展貿易投資活動創造公正、平等的市場環境，促進中美雙邊經貿合作順利發展。

針對美方指控，華為發言人於8日回應稱，美方對國家安全的擔憂是「毫無根據的」。同日，中興通訊在深圳否認了美方指責，聲明該企業「不會對美國市場造成任何安全威脅」，並敦促美相關機構和人員「擴大視野審視整個電信產業供應鏈」。

華為責美報告建基臆測

另一方面，華為9日就美國國會眾議院情報委員會調查報告發表聲明，強調這份歷時11個月完成的報告，仍然未能提供明確的資訊或者證據證明委員會的擔憂是合理的。聲明指出，在調查期間，華為全力配合委員會進行公開、透明的合作，最高管理層在華盛頓、香港和深圳多次面對面回覆了委員會的問題，委員會成員檢查了華為的研發、培訓、生產等區域，華為還提供了大量文件，包括過去十年的董事會、監事會的名單，從1987年成立以來每一年的銷售資料，以及持員工名單和持股數量、資金來源及財務運作等資料。即便如此，委員會的一切活動和努力似乎都指向一個既定的結果。

聲明又稱，儘管美國國會方面否認以國家安全為藉口進行政治博奕或貿易保護主義，但調查報告既沒有考慮華為在美國及全球良好的網絡安全紀錄，也對其提供的大量事實資訊視而不見。甚至早在委員會決定啟動調查前，委員會的高級成員就公開通過傳媒呼籲「美國商界在選擇華為設備上採取謹慎態度」。

聲明形容報告「充滿了傳聞和臆測的資訊，來證明這些根本不存在的指控……唯一目的，就是阻礙競爭、阻撓來自中國的資訊及通訊科技公司進入美國市場」。



- 1985年創立
- 中國最大通信設備製造業上市公司
- 中國最大本地無線供應商



- 1987年創立
- 全球最大電信網絡解決方案提供商
- 全球第二大電信基站設備供應商

淪美大選政治工具 中美經貿摩擦升溫

【本報訊】據中新社九日消息：中美近日在經貿領域的摩擦不斷，繼美國國會8日發布調查，以所謂「國家安全受威脅」為由，建議阻止華為和中興在美國的併購活動，美國商務部亦即將發布對華光伏產品的仲裁結果。有專家分析，這一切皆是美國政府為大選出的「拉票招數」，隨着大選臨近，中美經貿領域摩擦將日漸升溫。

中國社科院美國研究所研究員陶文釗表示，美國幾乎一定會在光伏產品問題上，採取不利於中方的

措施。中國社科院世界經濟與政治研究所美國經濟研究中心主任、研究員肖煉則分析，這其實就是為了大選，就是奧巴馬為了拉選票。

在美國正在進行的選戰中，就業與經濟無疑是最熱門話題。共和黨候選人羅姆尼指責奧巴馬對華軟弱，導致美國工人被中國「搶飯碗」。背負這一指責，奧巴馬政府對華政策趨於強硬並不出人意料。

美亦資助綠色企業

陶文釗指出，事實是，綠色能

源領域的競爭近年來持續升溫，企業沒有政府資助，根本搞不起來，這一點美國亦概莫能外。

對華為、中興在美併購遇挫一事，清華大學中國與世界經濟研究中心研究員袁鋼明則直陳，這「是美國的老毛病」。他以剛剛訪問過的美國西部愛達荷州一中資工業園區項目被否為例指出，意識形態的分歧及對於新興國家迅猛發展的恐懼，在美國尚有很大市場，根本解決這一問題，還需假以時日，但此種恐懼心態亦從側面反映中國正迅速成長壯大。

中美貿易戰機會不大

有人擔心，當下美國咄咄逼人的「攻勢」，最終將「擦槍走火」，導致中美貿易戰，兩敗俱傷。對此，袁鋼明不以為然。他認為只要奧巴馬政府還在執政，兩國的貿易關係就仍會維持在正常範圍內。

輿論普遍認為，即便共和黨候選人勝出，其最終的對華政策也將歸於理性，這既是美國大選中慣有的現象，亦是兩國共贏的不二之選。

對於中國受影響的相關產業，深刻的反思亦不可缺。袁鋼明以光伏產業為例指出，數年來中國光伏產業的超規模發展，不僅造成了大量產能過剩，亦一度因同行間惡意競爭出現虧損出口的怪相，整個產業亟待調整。

華為中興料會據理力爭

【本報訊】中新社北京九日消息：獨立電信分析師付亮表示，北美是全球規模最大的電信市場，但中興和華為在國際化進程中，始終未敲開其電信網和企業網核心設備市場的大門，僅在手機、網卡等終端領域有所突破。

在過去的十餘年中，華為中興紛紛邁入世界設備商五強，並在亞太、非洲、南美取得驕人業績。在歐洲市場，也相繼突破德國、英國、法國、西班牙等國。2011年，華為成為設備商全球老二，海外銷售業績達到1384億人民幣，佔到全部收入的三分之二。

在美國市場，全球五大設備商中另外三家愛立信、阿爾卡特-朗訊、諾西都均佔有一席之地。如果中興、華為能夠打入美國市場的話，將會帶來利益格局的重大調整。美眾議院報告被認為意在阻止中興、華為進入美國市場。

付亮表示，如果要成為有影響力的設備商，就必須在北美市場有所斬獲。但此次美眾議院報告為華為和中興的全球戰略帶來陰影。

不過，據預計中興和華為不會放棄美國市場，並將為自己據理力爭。此次唱衰報告出爐後，遭遇了中興、華為迅速和強烈的回應。



▲華為美國高級副總裁朱進雲早前出席美國國會聽證會 資料圖片



▲美國大選迫近，民主、共和兩黨候選人奧巴馬（右）和羅姆尼紛紛借「對華強硬」作拉票手段 資料圖片

外交部設國際經濟司 維護國家發展利益經濟安全

【本報記者賈磊、實習記者葉世鏗北京九日電】中國外交部9日成立國際經濟司，國務委員戴秉國、外交部長楊潔篪等出席成立大會。楊潔篪表示，要通盤考慮對外政治關係與經濟合作，積極穩妥地推進經濟外交工作。據本報了解到，前駐荷蘭大使張軍擔任國際經濟司司長。



▲國際經濟司首任司長由中國前駐荷蘭大使張軍擔任 網絡圖片

戴秉國在成立大會上表示，經濟外交始終是中國總體外交的重要組成部分，在國家發展和外交全局中發揮着日益重要的作用。外交部要以此為契機，在更高水平、更深層次上推進經濟外交工作。

楊潔篪表示，外交部將經濟外交作為重要工作內容，始終堅持統籌兩個大局，着眼外交全局，加強戰略思維，通盤考慮對外政治關係與經濟合作，積極穩妥地推進經濟外交工作。成立國際經濟司的目的，主要是根據新形勢下加強經濟外交工作、服務國家科學發展的要求，從政治和外交角度更好地參與國際經濟合作和經濟治理，落實互利共贏的對外開放戰略，維護國家的發展利益和經濟安全，同時為推動世界經濟增長、實現各國共同發展作出更大的貢獻。

外交部發言人洪磊介紹，國際經濟司負責的工作主要包括中國領導人出席二十國集團、金磚國家、亞太經合組織、大湄公河次區域經濟合作機制等重大峰會的籌備及後續行動；會同國內有關部門，從政治和外交上協調、研究和參與聯合國及有關國際、區域合作框架內的經濟與發展合作及相關業務；研究全球經濟治理、國際經濟金融形勢及制度、規則建設、區域經濟合作有關問題。

有助協調處理經濟摩擦

中國國際問題研究所所長曲星接受本報電話採訪時表示，成立國際經濟司的大背景是經濟全球化，經濟在國際關係中的分量越來越重，經濟成為國際政治中許多重要會議的議題，成為全球治理一個很重要的內容。現在新出現的一些機制都跟經濟有關，經濟和政治已經密不可分，所以需要一個專門的機構來處理這些事務。

曲星強調，國際經濟司對於以後中國同其他國家進行經濟上的溝通，包括協調處理國際經濟糾紛和摩擦肯定會發生很大的作用。

資料顯示，擔任國際經濟司司長的張軍，1960年8月出生於吉林省，先後在外交部國際司、辦公廳、常駐聯合國代表團等部門任職，曾擔任外交部國際司處長、參贊、副司長，2004年至2008年任唐家璇國務委員辦公室主任，2008年至今年7月任駐荷蘭王國大使。

中國長假成世界「黃金周」

【本報訊】據新華社九日消息：中國剛剛過完「雙節」長假期。隨着愈來愈多內地客到外國掃貨，這幾天對歐美一些零售商和奢侈品牌而言，可謂人財兩旺。可以說，「黃金周」這個富有中國特色的概念，已經成功「走出去」。

事實上，各個名店林立的城市均為中國「黃金周」做足準備功夫。法國巴黎春天百貨專門為中國消費者推出了「黃金周」促銷期，還設有專門的華人退稅區。在巴黎著名的老佛爺百貨商店，化妝品除了常規的銷售區域，還另外闢出一個專區給中國消費者，並且聘用了大量懂中文的銷售人員。

「這幾天，南非約翰內斯堡大大小小的鑽

石店中，隨處都見到中國人的身影。11人的旅行團，在不到1小時內消費逾10萬元。」剛剛從南非歸來的隨團導遊李娜說。

催生新名詞「北京鎊」

由於中國顧客超強的消費能力，英國媒體更基於「英鎊」的概念創造了一個新名詞「北京鎊」，稱「北京鎊」所消費的Burberry、LV、Gucci等大牌奢侈品預計將會佔整個奢侈品行業銷售額的三分之一。

上海中旅國際旅行社出境部領隊馬莉今年國慶節帶團出遊美國，遊客都是在國內已做好功課，拿着長長的購物單，每到一處就瘋狂掃貨，原計劃安排的購物時間總是不夠用，一般每個遊客消費金額在四、五萬元左右。

名店聘請中文服務員

「三、四年前，美國大多數奢侈品店還沒有會講中文的服務員，如今各家店都有專門針對中國客人的導購員。商店還為中國遊客發放

優惠券，很多地方掛着歡迎使用銀聯卡的招牌，有的商店老外門童還會講中文。」馬莉說。

中國銀聯最新公布的數據亦顯示，在過去八天「超級黃金周」，中國銀聯持卡人境外交易額同比增長33%；除了歐美、東南亞等中國遊客較密集的境外遊目的地交易量增長明顯，在黎巴嫩、希臘、冰島、約旦等國家和地區，銀聯卡交易額均呈數倍增長。

國家旅遊局的報告顯示，2011年中國出境旅遊人數為7025萬人次，同比增長22%，而2012年這一數字有望達到7700萬人次；2011年中國遊客出境旅遊花費為690億美元，預計今年將達到800億美元。

國際退稅機構環球藍聯的數據表明：2011年，中國大陸遊客貢獻了歐洲奢侈品銷售額的一半；中國消費者到歐洲、新加坡及香港旅遊購物，平均每次花費1.1萬歐元。

境外遊擴及二三線城市

對外經貿大學奢侈品研究中心研究員曾月說：「中國遊客海外消費主要集中在皮具、手表、化妝品、配飾等，價格相對可以接受，大部分消費者並不是傳統意義上的富人，而是因為對未來經濟和收入持續上升的樂觀預期而加入這種「輕奢侈」消費。這種消費人群在西方原本也有，但近年來因為經濟低迷而萎縮。」

「以前主要是沿海城市的居民出遊和消費能力比較突出，這兩年內地城市到境外旅遊的人也越來越多，尤其是二三線城市。」上海中旅國際旅行社出境旅遊中心總經理邵偉華說，隨着中國居民收入的增加，中國人消費能力越來越強，中國「購買力」已經成為各國都不能忽視的重要經濟驅動力。

復旦大學經濟學院教授孫立堅表示，中國人在境外消費的規模效應對當地經濟的拉動作用，越來越被各國政府和學界肯定。美國有些學者統計測算，中國五個富人在美國的消費就能解決美國一個就業崗位。

中國旅客境外遊概況

消費
2011年:690億美元
2012年(預計):800億美元
銀聯卡交易額:+33%(與去年「十一」黃金周比)
佔歐洲奢侈品銷售額:50%(2011年)
人次
2011年:7025萬(比2010年+22%)
2012年(預計):7700萬(比2011年+10%)



▲中國遊客在外國大手消費，令「十一」黃金周概念成功「外銷」。圖為中國遊客在巴黎老佛爺百貨商店 網絡圖片