



中拉经贸“半年报”透出双边合作活力与潜力

进出口数据显示,今年上半年中国和拉美国家的经贸合作交出亮眼“答卷”。多国专家表示,新冠疫情下中拉经贸保持增长,体现出双方合作的蓬勃生机和巨大潜力。中国持续扩大对外开放,贸易结构不断优化,成为中拉双边贸易的稳定器,为稳住全球贸易“大盘”发挥重要作用。

中国海关总署本月公布的数据显示,今年上半年,中国与拉美和加勒比地区进出口总额约2030亿美元,同比增长45.6%。

巴西米纳斯吉拉斯州地区经济委员会主席塔尼亚·特谢拉认为,中国不仅有效推动国内经济发展,也拉动了包括拉美在内的国际市场,在国际贸易中发挥了积极作用。

根据中国海关总署数据,上半年中国和拉美最大经济体巴西的进出口总额同比增长42.8%。巴西-中国研究中心组建者、帕

拉纳联邦大学教授米安·卡斯特罗认为,中国经济上半年表现出色,给巴西外贸带来有利影响。

中国商务部美大司副司长彭涛说,近年来拉美企业积极参加中国国际进口博览会等活动,中拉贸易结构持续优化,贸易融通之路越来越宽广顺畅。

目前,拉美是中国对外投资的第二大目的地和国际产能合作的重要伙伴。根据中国商务部统计,今年1至5月,中国对拉美直接投资达103.8亿美元,同比增长40%。

在不断拓展的中拉各领域合作中,“一带一路”倡议吸引了大批拉美国家,成为中拉合作的重要平台,各方期待进一步加深合作。

智利前驻华大使、美国波士顿大学帕迪全球研究院教授贺乔治日前撰文表示,中国“一带一路”倡议契合拉丁美洲地区发展需

求,正通过基础设施和互联互通建设助力该地区提升竞争力。

哥伦比亚交通部长奥罗斯科日前参加第七届中国-拉美和加勒比国家基础设施合作论坛时,特别提到互联互通项目建设对哥伦比亚创造就业和减贫所起到的重要作用,并表示希望与中国进一步加强基础设施合作,深化各领域交流。

彭涛分析说,拉美和加勒比地区是中国最具增长潜力的承包工程市场,也是“一带一路”国际合作的重要参与方。基础设施建设对推动疫后经济绿色复苏、引领中拉务实合作进一步走深走实具有重要意义。在百年变局叠加世纪疫情的背景下,中拉经贸合作显示出强大的韧性与活力,进入发展快车道。

(据新华社)

欧盟批准克罗地亚等四国经济复苏计划

当地时间26日,欧盟理事会宣布,克罗地亚、塞浦路斯、立陶宛和斯洛文尼亚4个欧盟成员国的经济复苏计划正式获得批准。这四个欧盟成员国将与欧盟委员会签署拨款和贷款协

议,有望在近期获得预融资。至此,欧盟方面已正式批准16个成员国的经济复苏计划。

2020年7月,欧盟推出总规模逾1.8万亿欧元的经济复苏计划,包括2021年至2027年

约1.074万亿欧元的长期预算,以及7500亿欧元恢复基金,这是迄今为止欧盟规模最大的经济刺激方案。同年12月,欧盟领导人就落实复苏计划达成协议。

(据央视)

韩朝决定恢复双方通信联络线路

韩国总统府青瓦台27日说,韩朝双方决定自首尔时间27日上午10时起,恢复此前被中断的南北通信联络线路。

青瓦台国民沟通首席秘书朴洙贤当日对媒体表示,今年4月以来,韩朝领导人多次以交换书信的形式就改善南北关系进行沟通,双方同意首先恢复此前被中断的南北通信联络线路。此外,韩朝领导人还就早日恢复南北间互信,推动南北关系发展达成一致意见。

朴洙贤表示,韩国方面期待此次南北通信联络线路的恢复将对改善和发展韩朝关系起到积极推动作用。

据韩联社报道,这是韩朝间通信联络线路自去年6月9日因关系恶化被朝方切断后,双方时隔13个月重启通信联络线路。韩联社分析认为,通信联络线路的重启有望为双方正式恢复对话、改善关系提供契机。韩朝下一步将以何种方式继续沟通和互动将成为

外界关注焦点。

朝鲜中央通讯社27日发表公报说,根据韩朝两国首脑协议,双方决定从今天上午10时起恢复所有朝韩通信联络线路。公报说,当前,全民族盼望处于挫折和停滞状态的朝韩关系早日恢复。通信联络线路的恢复将为改善和发展朝韩关系起到积极作用。

(据新华社)

澳大利亚2020年旅游业收入锐减51%

澳大利亚旅游局最新发布的报告指出,受疫情影响,2020年澳旅游业国际游客减少760万人次,境内过夜游客减少4500万人次,一日游人数减少8400万人

次,总损失近800亿澳元(1澳元约合4.8元人民币),旅游业收入比上一年锐减51%。

2018年至2019年,澳大利亚旅游业

产值占国内生产总值的3.1%,超过农业和信息通信业,旅游从业者超过66.5万人。

(据《人民日报》)



美国新冠病例数持续激增

美国国家过敏症和传染病研究所所长安东尼·福奇25日表示,美国新冠确诊病例数正不断激增,尤其是未接种疫苗者当中的感染病例迅速增多,美国正沿着“错误方向”发展。据美国有线电视新闻网报道,当前疫情模型数据显示,如果疫苗接种率不能提高,美国面临的最坏情况将是每日新增新冠死亡病例4000例。

图为7月26日,行人从美国纽约一家药店的新冠检测广告牌旁走过。(据新华社)

东京奥运会赞助商“进退维谷”

据《日本经济新闻》7月24日报道,在以无观众形式开幕的东京奥运会上,赞助企业不见踪影。受新冠疫情影响,大规模的聚集活动相继取消。在舆论针对举办奥运会的利弊至今仍存分歧的背景下,丰田社长丰田章男等众多企业首脑缺席了开幕式。在宣传企业良好形象这一目的落空的情况下,各家赞助企业正在苦苦思考应如何兼顾支援体育和宣传自身企业。

宣布出席奥运会开幕式的日本国内赞助商掌门人有担任东京奥组委名誉会长的佳能社长御手洗富士夫和担任奥组委副会长的松下会长津贺一宏。但最高等级赞助商丰田、松下、普利司通的社长等人均放弃出席。

日本国内有18家企业是奥运会最高等级赞助商或次一级的金牌合作伙伴,其经营者几乎全部缺席。

本届奥运会的比赛大部分为无观众,公开观赛活动也相继取消。普通人直接接触奥运会的机会锐减。作为赞助商的企业力争在会场向消费者宣传自身的愿望落空。

报道称,在东京体育场周边由奥组委设置的活动中,美国宝洁公司旗下品牌SK-II和瑞士手表企业欧米茄等曾计划推出展位。但奥组委表示要限制人员流动,于7月15日叫停开展区。原定参展的赞助企业公关负责人表示:“虽然感到遗憾,但为了兼顾防疫和奥运会举行,也没有办法。”

报道指出,与此前奥运会相比,很多赞助企业减少了活动。松下在2012年伦敦奥运会和2016年里约热内卢奥运会时均在会场附近开设展馆,向普通游客开放,当时展示了比赛的三维影像和最新款显示屏。但此次仅改造了东京一处展厅,进行奥运相关展示。

丰田取消了日本国内的奥运相关电视广告。作为最高等级赞助商,丰田为本届奥运会提供纯电动汽车等。但丰田的高管表示,这“正在变成各种情况并未得到理解的奥运会”,并担忧自身形象受损。

报道还称,赞助商向本届奥运会投入了巨额资金。在奥组委的7210亿日元(约合65亿美元)总收入中,日本国内赞助商的赞助占到逾3700亿日元。但由于没有观众,经济效益有限。在网上,对赞助商的赞助活动持否定态度的声音时有出现。赞助商大张旗鼓的宣传活动可能适得其反。

在对策有限的情况下,各家赞助商转向网上寻找出路。亚瑟士将在8月上旬乒乓球女子团体半决赛时,在网上召集300名奥运相关商品购买者举办活动,利用在线会议系统,与其他观赛者一同观看比赛,营造氛围。丰田将在官方网站上连续发布介绍代表选手的视频。

有分析认为,赞助商将瞄准宣传自身对运动员的支持和声援,以缓解针对奥运会运作的批评。

松下社长楠见雄规7月上旬表示,“我们的赞助对象不仅是东京奥运会”,展现出着眼于北京冬奥会等赛事、以长期战略加以应对的态度。在受到很多制约的东京奥运会上如何兼顾对运动员的支援和自身的宣传活动?对企业来说,这将成为备受考验的17天。

(据参考消息网)