

欧盟反制美国关税“以拖待变”

7月中旬,美国在关税问题上再度对欧盟发难。面对美国施压,欧盟一面强调要采取措施维护自身利益,一面又声称谈判仍是优先选项。欧盟摇摆不定的态度,反映出其决策受到多方因素掣肘,也体现出试图“以拖待变”的绥靖心态。

当地时间7月12日,美国总统特朗普宣布,将从8月1日起对从欧盟、墨西哥进口的商品分别征收30%的关税。美方声称,欧盟的关税和非关税贸易壁垒导致美国出现对欧巨额贸易逆差,双方关系“远非互惠互利”。欧盟及其成员国领导人对此表示强烈不满。欧盟委员会主席冯德莱恩当天发表声明称,“欧盟将采取一切必要措施维护自身利益,包括在必要时对等反制”。欧盟委员会负责贸易和经济安全等事务的委员谢夫乔维奇14日表示,如果美欧贸易谈判失败,欧盟准备对价值720亿欧元(约合840亿美元)的美国进口商品征收额外反制关税。

尽管表现出些许强硬,但欧盟仍对与美国达成协议抱有较大期待。冯德莱恩在12日声明中就表示,欧盟始终寻求与美国通过谈判解决问题,仍准备在8月1日之前继续努力达成协议。13日,冯德莱恩进一步宣布欧盟将原定于7月14日生效的210亿欧元反制清单推迟至8月初实施,并强调“谈判仍是优先选项”。由于经济对美依存度高、内部分歧大以

面对美国关税施压,欧盟一面强调要采取措施维护自身利益,表现出些许强硬;一面又因经济对美依存度高、内部分歧大以及地缘政治等因素,声称谈判仍是优先选项。面对这些复杂因素,欧盟当前的“摇摆不定”可以视为基于现实的理性选择。不过欧盟“不战不和不守”的暧昧只会等来美国更加肆无忌惮的霸凌。

及地缘政治等因素影响,欧盟在美国关税胁迫面前依然摇摆不定。

首先,欧盟主要成员国在经济上对美国依赖较大。德国宏观经济政策研究所7月16日发布报告指出,若美方自8月1日起对欧盟商品征收30%的关税,德国2025年的经济增长或将停滞。法国的乳制品行业同样承压,年出口额3.5亿欧元的美国市场将存在崩塌风险。

其次,欧盟内部立场分歧制约了决策效率。德国基于经济利益考量,倾向于通过谈判化解争端。匈牙利、波兰等中东欧国家依赖美国能源进口,明确反对与美国对抗。希腊、葡萄牙等南欧国家则担心贸易战影响旅游业复苏。法国则强调战略自主重要性,法国总统马克龙呼吁采取更强硬的反制手段。这种分歧导致欧盟在反制美国关税问题上难以迅速达成统一意见。

此外,欧盟还面临安全与主权平衡等问题

的挑战。在军事安全领域,欧盟许多国家依赖北约框架下与美国的合作,部分成员国担忧贸易争端可能影响安全合作。这使欧盟在处理与美国的贸易争端时,不能仅从经济角度出发。

美国面对欧盟时可选项较多,也更加主动。经济层面以消除贸易逆差为由,实质要求欧盟在农业市场准入、数字监管等领域作出让步,并威胁若欧盟反制将追加同等关税。美方还采取针对性分化策略,例如,提出对农产品征收17%的关税方案,客观上放大了法国与德国的分歧。此外,美国政府频频对欧盟采取极限施压策略,形势的反复变化增加了欧盟的应对难度。

欧盟摇摆不定的拖延策略虽属无奈,但也有利有弊。一方面,拖延争取到的时间可用于协调内部立场,推进与加拿大、日本等国的反制协调,加速与印度等国的自贸谈判,以拓展市场多元化,并为关键产业争取豁免空间。另

一方面,如果8月1日前未能达成协议,欧盟推迟反制则可能导致错失最佳应对时机。据分析机构预测,若30%的关税落地,叠加现有税率,将使美国对欧实际关税水平升至26%,可能导致2026年底欧元区国内生产总值(GDP)收缩约1.2%。此外,政治层面也面临压力,近期德国民调显示,超七成民众支持对美采取强硬立场,过度妥协可能引发民众不满。

在应对美国单边关税措施的过程中,欧盟既需维护核心经济利益,又需平衡内部成员国的不同诉求,同时还要确保战略自主权不受侵蚀。面对这些复杂因素,欧盟当前策略可以视为基于现实的理性选择。不过要看到,欧盟多年来面对美国施压屡次放低姿态,但付出的政治经济代价并不小。欧盟“不战不和不守”的暧昧只会等来美国更加肆无忌惮的霸凌。



“世界市长对话·青岛”活动举办——

友城携手共谋文旅新发展

本报记者 刘 成 张 虎 崔 浩

7月19日至20日,以“精彩文旅 友城共享”为主题的“世界市长对话·青岛”活动在山东青岛举办。正值青岛国际友城交流月,来自柬埔寨、德国、日本、尼日利亚、韩国、白俄罗斯等多个国家的城市代表齐聚一堂,共商友城文旅领域合作发展新机遇。

海洋旅游各有特色

为将海洋资源优势转化为文旅发展优势,海洋城市各展所长,在发展海洋旅游方面形成特色。

青岛市市长任刚表示,青岛海岸线总长800公里,串联起49个海湾,形成了自然风光与人文风情交相辉映的美丽廊道,并开发了“海上看青岛”新产品,共有15条线路,游客可乘坐邮轮或游艇欣赏这座城市。目前,青岛正加快海岛旅游开发步伐,让更多游客乘船走上海岛、住在海岛,感受海岛文化。同时,青岛海洋科技资源十分丰富,每年接待研学游客超过400万人次。“下一步,我们不仅要开发更多旅游新产品、新业态,还要把服务作为青岛发展旅游最重要、最基础的工作,增强游客来青岛旅游的获得感。”任刚说。

希腊比雷埃夫斯市市长莫拉里斯表示,2024年,比雷埃夫斯市通过比雷埃夫斯港接待了170万人次邮轮旅客,母港旅客人数突破100万人次,并有1500万人次旅客通过比雷埃夫斯港前往希腊数百座岛屿。比雷埃夫斯市凭借深厚的历史底蕴、丰富的文化内涵、诱人的美食以及热情洋溢的民众,正从单纯的中转之地逐渐蜕变为真正的旅游目的地。

柬埔寨西哈努克省近年来发展迅速,这里不仅有经济特区、深水港、国际机场、高速公路、美丽的海滩和岛屿,同时还在努力打造独具特色的海洋休闲度假产品。西哈努克省副省长索非认为,海洋旅游是全球经济发展最快且最具活力的一个领域。西哈努克海岸线绵延440多公里,拥有10多个原始自然岛屿。以高龙岛为例,仅去年就吸引近30万名游客。2023年,全新的西哈努克旅游港正式启用,可同时停靠20艘观光船。目前,将其升级为现代化邮轮码头的计划正稳步推进,陆路和空中基础设施也在不断完善。“未来,我们将重点加强邮轮旅游、生态岛屿开发、社区与文化等方面发展。诚邀广大投资者、开发商与国际合作伙伴参与各类项目建设,共建智慧、绿色、包容和惠及各方的海洋旅游未来。”索非说。

产城融合相得益彰

城市是经济社会发展和居民生产生活的重要载体。如何在城市特别是在老城区的保护与开发之间寻求平衡、推动文旅融合发展,已成为全球城市共同关注的课题。

近年来,白俄罗斯与中国在文化领域的合作越来越密切,两国文化交流的方式也不断推陈出新,交流内容越来越丰富。白俄罗斯明斯克市执行委员会主席库哈列夫表示,白俄罗斯近年来积极开展基础设施建设,各家酒店正在开发“友好中国”项目,旨在为中国游客提供更加舒适的住宿环境。白中两国文化和旅游的合作前景是为中国游客组织一个综合性旅游路线以及组织跨地区旅游,包括历史文化古



图为“世界市长对话·青岛”活动现场。(资料图片)

迹、非物质文化遗产以及国家公园等,这将有助于增加游客流量,并拉近两国人民之间的人文联系。“开展文化和旅游领域的国际合作是加强国家间联系、相互理解和文化对话的关键因素。未来,我们应当扩大此类合作,不仅能促进经济增长,还将加强各国人民之间的友谊和包容,这是现代社会稳定和谐发展的重要基础。”库哈列夫说。

“拉各斯州是尼日利亚的文化中心,也是非洲的文化重地。拉各斯州在滨水地区建造了水上住宅,可以促进房地产开发、基础设施建设以及酒店和旅游业的投资等。当前,各个国家和地区共同面临着城市化、气候变化、文化演变以及创新等各类挑战,未来的进步取决于城市之间的合作,只有通过合作才能架起经济之桥、旅游之桥、信任之桥、健康之桥。”尼日利亚拉各斯州州务卿萨鲁—亨迪因说,“拉各斯期待与各城市开展绿色经济、可持续文化和旅游、创意产业、青年赋能以及数字化等方面的合作。”

“我在青岛会想起雷根斯堡。这两座城市把老城保护写进了自己的基因。”目前就读于青岛大学的德国留学生寒星明表示。

德国雷根斯堡市市长施瓦茨费舍尔分享了雷根斯堡市在活化历史城区方面的经验。她表示,雷根斯堡有100多座受保护的独立遗迹,当地城市规划指南提出通过一体化的城市发展,促进老城区复兴。雷根斯堡老城区主要为居住区,兼具一定的商业及工作功能,也可提供休闲场所,当地居民始终努力保持历史街区的吸引力。在她看来,文化活动以及跨区域的遗产管理有助于进一步提升城市宜居性,因为不同的活动可以为大家提供不同的文旅服务,而老城区是文旅活动的中心地带,文化部门会负责相关的活动规划及协调。

任刚介绍,青岛老城区占地面积28平方公里,近年来,老城区实施了一系列保护工程,取得了良好效果。一是留住老街坊,引入新居民。积极推进环境提升,包括对1万多户居民住房进行改造,增加了2600多个停车设施,同时增加了教育、医疗等公共服务设施,建设了一批青年公寓。二是修缮老建筑,赋予新功能。对1800多处历史建筑进行改造提升,赋予它们商业办公、艺术工作室或酒店、咖啡馆等新功能。三是传承老字号、发展新业态。通过扶持政策,把青岛70多个老字号引入老城区继续发展,为老城区赋予新的商业活力,也带来了更多客流。“去年到老城区旅游的游客接近9000万人次,下一步,我们要更加注重新城市内涵式发展,充分学习和借鉴世界其他城市经验,吸引更多游客来青岛,感受青岛的历史文化和生活方式。”任刚说。

人文交流互学互鉴

人文交流是增进国家相互信任、拉近彼此距离的重要纽带。推动文旅产业走向国际化是大势所趋。如何打开每个城市的“国际会客厅”,让更多游客走进城市、了解城市?参会代表也对此表达了看法。

日本下关市副市长岛崎敏幸表示,为提升外国游客的满意度,下关强化接待服务体系,比如在地铁或轮渡码头,强化入境游客旅游问询处功能,培养多语种的导游,增加外文导览,在景点或车站周边配置翻译或观光导游,还会提供一些旅游信息,包括如何乘坐交通工具、如何寻找美食店等。“下关在历史、文化、自然方面拥有丰富的资源,我们希望与青岛互学互鉴,成为更好、更美的观光地。”岛崎敏幸说。

“达尼丁市将苏格兰传统与本土毛利文

7月19日至20日

“世界市长对话·青岛”活动

在山东青岛举办

主题为“精彩文旅 友城共享”

来自柬埔寨、德国、日本、尼日利亚、韩国、白俄罗斯等多个国家的城市代表齐聚一堂

共商友城文旅领域合作发展新机遇

化和现代蓬勃活力巧妙地结合在一起。当地对毛利文化遗产的深切尊重,体现在艺术、语言、建筑以及本土毛利部落的长期持续协作中,让原住民的智慧和传统能够继续为社区注入活力。”新西兰达尼丁市政府首席执行官桑迪·格雷厄姆说,“达尼丁色彩斑斓、风格独特的街头艺术小径,展出了许多本地和国际艺术家创作的作品。我们把它们和历史街景结合在一起,希望通过这种方式,让大家更好地体验世界级的画廊和博物馆。”

国际友好城市之间开展对话交流,可以增进了解,加深友谊,促进合作与发展。截至目前,青岛国际友城已拓展至54个国家95个城市,遍布五大洲。任刚表示,在国与国的交流中,友城和城市的合作起着承上启下的作用。友城之间特色越鲜明,差异性越大,合作的空间和机会就越多。政府之间要加强互访,也要为民间企业和各类商会、协会的交往搭建好平台,发挥好民间和各类主体的作用。

国家统计局数据显示



近日,韩国美妆巨头爱茉莉太平洋宣布关闭旗下品牌悦诗风吟的天猫海外旗舰店,本土化渠道正常运营。对于此次调整,爱茉莉太平洋表示,这是品牌为进一步整合资源、构建更高效销售渠道采取的举措,旨在为消费者提供更优质的服务和互动体验。

悦诗风吟2012年进入中国后,凭借“韩流”效应和高性价比策略迅速崛起,2016年业绩顶峰时期,中国市场门店数量一度超过800家。除了线下门店迅猛扩张,悦诗风吟也积极布局线上渠道。但近年来,受中国本土美妆品牌崛起及消费者偏好变化冲击,该品牌的市场份额持续下滑,线下门店全部关闭,仅保留线上销售渠道。除悦诗风吟外,爱茉莉太平洋旗下的多个品牌如兰芝、雪花秀等产品销售均不乐观。2024年,爱茉莉太平洋大中华区销售收入下滑27%,成为该集团全球市场中表现最差的区域。

从内部因素看,韩系美妆品牌在华销售遇冷,自身产品力不足是重要原因。部分品牌被爆出重金属超标等质量问题,加上产品销售长期依赖营销,创新与研发投入不足,无法满足中国消费者对品质的需求。

从外部环境看,中国化妆品消费市场结构已经发生重大变化。国家统计局数据显示,2024年化妆品类零售总额为4357亿元,其中,国货品牌以55%的市场份额首次实现对国际品牌的超越,成为中国化妆品消费的主导力量,并首次出现营收超百亿元的国货美妆上市企业。不少国货美妆品牌凭借精准的市场定位和创新的营销策略,在年轻消费群体中受到欢迎,并在功能性护肤品等细分领域实现突破。这些品牌不仅在产品研发上紧跟本土需求,更通过社交媒体营销和直播带货等新渠道建立口碑、引导消费者认知,实现了对传统美妆巨头的弯道超车。

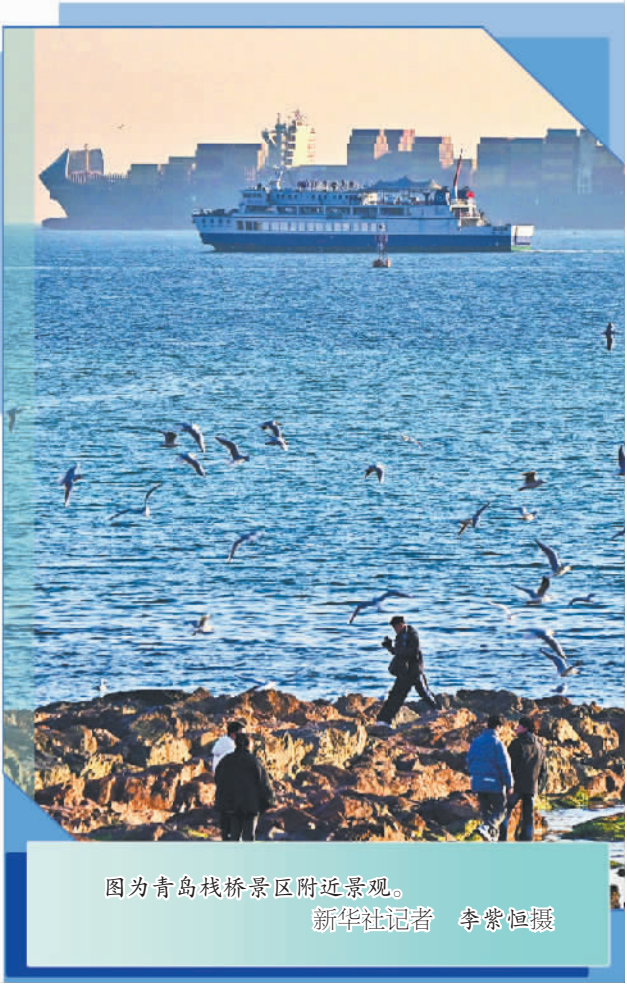
业内人士认为,面对中国本土品牌的崛起,国际美妆品牌急需加速本土化进程,加大研发投入,生产契合中国消费者需求的产品。当下中国美妆市场呈现多元化发展趋势,年轻消费群体愿意为功效和情绪价值买单,注重品质与安全性,个性化、定制化产品也受到欢迎。此外,国际美妆品牌还应通过数字化运营提升服务体验,结合社交平台打造沉浸式消费场景,并进一步优化价格体系,平衡品质与价格,如此才有望重新赢得市场。

周明阳



视频报道请扫二维码

本版编辑 刘畅 美编 倪梦婷



图为青岛栈桥景区附近景观。

新华社记者 李紫恒摄