



منشور اخلاق حرفه‌ای روزنامه‌نگاری در روزنامه منبع معدن تجارت www.smtnews.ir/about.html	
صاحب امتیاز: موسسه فرهنگی و مطبوعاتی « منبع معدن »	
مدیرمسئول: عاطفه خسروی	
سازمان آگهی‌ها: ۸۸۱۰۵۲۸۸ - ۰۹۱۹۱۲۵۱۴۰۶	
ایمیل آگهی‌ها: ads.smtnews@gmail.com	
تلفن: ۸۲۱۹۰ (داخلی -۱۰۸)	
توزیع و سازمان شهرستان‌ها: ۸۸۱۰۵۲۸۸	
تهران، خیابان قائم مقام فر اهانی - کوچه آزادگان شماره ۲۶ - کدپستی ۱۵۸۶۷۲۳۸۱۱	
روابط عمومی: pr@smtnews.ir	
چاپخانه: صمیم	
www.smtnews.ir telegram.me/smtnews tozi.smtnews@gmail.com	info@smtnews.ir instagram.com/smtnewspaper http://eitaa.com/smtnews https://ble.ir/smtnews
عضو انجمن مدیران روزنامه‌های غیردولتی عضو انجمن مدیران رسانه عضو تعاونی مطبوعات	

اروپایی‌ها که در پذیرش دستگاه‌های تهویه مطبوع کندتر از ساکنان سایر نقاط جهان بوده‌اند، در حالی که دمای تابستان در برخی مناطق از ۳۸ درجه سانتیگراد فراتر می‌رود، در بیرون فروشگاه‌ها صف می‌کشند و مسافت‌های طولانی را رانندگی می‌کنند تا یک دستگاه تهویه مطبوع تهیه کنند.

برندهای بزرگ چینی میدیا، گری و هایر از فروش بیشتر سیستم‌های خنک‌کننده در خارج از کشور خبر می‌دهند، آن هم درست در زمانی که رهبران کشورهایی مانند فرانسه، آلمان و بلژیک تهدید کرده‌اند بر واردات چین که به گفته آنها به صنایعشان آسیب می‌رساند، تعرفه اعمال خواهند کرد.

در حالی که تهویه مطبوع بخش کوچکی از صادرات چین به اتحادیه اروپا را تشکیل می‌دهد، چین از افزایش فروش به عنوان مدرکی مبنی بر نیاز مصرف‌کنندگان

سایر نقاط جهان نیز برای تهویه مطبوع به چین متکی شده‌اند. طبق گزارش شرکت اطلاعاتی بازار «یورومانیטور اینترنشنال»، در آمریکا – جایی که «گنبد‌های گرما» به هشدارهای گرمای شدید در مناطق جنوبی و مرکزی منجر شده است- برندهای چینی ۵۰ درصد از بازار را تشکیل می‌دهند. این شرکت اعلام کرد که این رقم در سطح جهانی، سال گذشته به ۶۵ درصد رسیده است.

ورونیکا کاندوسووا، مدیر بینش جهانی لوازم خانگی در «یورومانیטور اینترنشنال»، انتظار دارد که این نسبت با افزایش دمای جهانی افزایش یابد. برندهای چینی امسال توانستند به لطف زنجیره‌های تامین انعطاف‌پذیر که می‌توانند به سرعت محصولات جدید و بومی‌سازی‌شده را توسعه دهند، از تقاضای بالا، به‌ویژه در اروپا، بهره‌برداری کنند.

مصرف‌کنندگان اروپایی به دلیل هزینه‌های بالای انرژی، هزینه‌های نصب گران و محدودیت‌های مقاوم‌سازی ساختمان‌های قدیمی‌تر این قاره، در پذیرش تهویه مطبوع از سایر نقاط جهان عقب مانده‌اند. اما بحران آب و هوا اکنون در حال تغییر این وضعیت است.

گروه میدیا، یکی از بزرگترین برندهای لوازم خانگی چین، دستگاه تهویه مطبوع «پورتا اسپلیت» خود را به‌طور خاص برای اروپا طراحی کرد و آن را قابل حمل، بی‌صدا و به اندازه کافی کم ارتفاع ساخت تا از مسدود شدن

چین همچنین به بازارهای جدیدی مانند اروپا نیاز دارد. چین که با رکود مسکن و کاهش مصرف در داخل کشور مواجه است، صادرات به سایر کشورها را افزایش داده است تا از رشد اقتصادی آهسته خود پشتیبانی کند. چین سال گذشته را با مازاد تجاری بی‌سابقه ۱.۲ تریلیون دلار به پایان رساند.

بخش عمده‌ای از قدرت صادرات اخیر چین ناشی از کالاهای پیشرفته مانند باتری، خودروهای برقی و انرژی خورشیدی است. این کالاهای به عنوان «سه دسته جدید» برای رشد صادرات شناخته می‌شوند، زیرا «سه دسته قدیمی» – پوشاک، میلمان و لوازم خانگی – کاهش یافته‌اند.



مسابقات پرش با اسب جام آلفا

منبع: ایرنا

اروپا داغ شد چین سود برد

چین از موج گرما پول چاپ کرد

اروپایی به محصولات چینی استفاده کرده است.

خبرگزاری رسمی دولتی شینهوا اخیرا در سرمقاله ای با عنوان: «پارادوکس تهویه مطبوع: اروپا برای اعمال تعرفه بر چین خیلی گرم است»، از سیاست‌گذاران اروپایی به دلیل نادیده گرفتن نیازهای مصرف‌کنندگان انتقاد کرد. نویسنده‌ی این سرمقاله نوشت: «مسدود کردن سیستم‌های تهویه مطبوع چینی مشکلات اروپا را حل نمی‌کند؛ فقط زندگی را برای مردم عادی سخت‌تر می‌کند.»

هوا برای اعمال تعرفه‌ها خیلی داغ است

پنجره‌های اروپایی جلوگیری کند. این شرکت اعلام کرد که این مدل امسال بیش از ۲۰۰ هزار دستگاه فروش داشته که نسبت به سال گذشته دو برابر شده است. شرکت تحقیقاتی «ایکوال اوشن» ماه گذشته در یک پست وبلاگی نوشت: «بازارهای لوازم خانگی اروپا که مدت‌هاست تحت سلطه بوش، الکتrolوکس، میله (Miele) و سایر برندهای معتبر غربی هستند، شکاف‌های رقابتی ایجاد می‌کنند که شرکت‌های چینی از نظر ساختاری برای پر کردن آنها موقعیت دارند. پورتا اسپلیت میدیا محصولی است که این تغییر را متبلور می‌کند.»

جانسون از شرکت «تایدال ویو سولوشنز» گفت: «این مزایا به بسیاری از صنایع دیگر نیز تممیم می‌یابد که می‌توانند به چین نفوذ بیشتری در تجارت جهانی بدهند.» او گفت: «این تازه آغاز کار است. با افزایش تورم در اروپا و آمریکا، مردم نمی‌خواهند برای محصولات بیشتر هزینه کنند. پس چه باید کرد؟ خب، باید مقداری کالای چینی داشته باشید.»

ینس اسکلوند، رئیس اتاق بازرگانی اتحادیه اروپا در چین، گفت که کشورهای اروپایی بیشتر بر رسیدگی به بخش‌های استراتژیک خاص و سیاست‌های صنعتی چین تمرکز دارند تا مهار کلی واردات چین. او گفت: «اتحادیه اروپا نه به دنبال تعادل کامل است – به این معنا که هر یورو کالای وارداتی باید معادل یک یورو کالای صادراتی باشد – و نه به دنبال کاهش وابستگی خود به چین برای لوازم خانگی که به طور گسترده‌تری در دسترس هستند.»

به دنبال بازارهای داغ‌تر

اروپا با گرم‌تر شدن تابستان‌هایش، به تولیدکنندگان لوازم خانگی چینی، یک رنسانس بالقوه ارائه می‌دهد. دنیس دپو، مدیر عامل جهانی در شرکت مشاوره رولند برگر، گفت: اروپا کمترین نرخ نفوذ تهویه مطبوع در جهان را دارد که به طور متوسط حدود ۲۰ درصد است. این در مقایسه با نفوذ ۹۰ درصد در آمریکا است، جایی که صادرات چین نیز با تعرفه مواجه خواهد شد. او گفت: «اروپا جایزه است. اگر من یک تولیدکننده چینی واحدهای تهویه مطبوع باشم، اروپا بازار بسیار جذابی است. تقاضای رو به رشدی دارد، جدید است، ثروتمند است و حاشیه سود بالاتری دارد.»

طبق گزارش رسانه‌های چینی، برخی مناطق مانند استان شاندونگ شرقی چین امسال از حمایت دولت برای افزایش تولید محصولات خنک‌کننده و سایر لوازم خانگی برخوردار شده‌اند. تولیدکنندگان لوازم خانگی

چین به برنده خاموش بحران انرژی تبدیل خواهد شد

رکوردشکنی سرمایه‌گذاری چین در پروژه‌های انرژی سبز ابتکار «کمربند و جاده» نشان می‌دهد پکن با بهره‌گیری از نوسانات بازار انرژی ناشی از تنش‌های منطقه‌ای، نفوذ اقتصادی و ژئوپلیتیکی خود را از طریق انرژی‌های پاک

بیش از پیش گسترش می‌دهد.

نشریه فایننشال تایمز با انتشار یادداشتی نوشت: برنامه شاخص سرمایه‌گذاری خارجی شی جین‌پینگ موسوم به ابتکار کمربند و جاده (BRI) در نیمه نخست سال ۲۰۲۶ با اختصاص ۲۰.۱ میلیارد دلار به پروژه‌های انرژی سبز، رکورد تازه‌ای ثبت کرد؛ رشدی که هم‌زمان با افزایش تقاضا برای انرژی‌های تجدیدپذیر ارزان‌تر در پی درگیری نظامی آمریکا با ایران رخ داده است.

❖ **برندگان چالش انرژی**

به نوشته این نشریه بر اساس پژوهش مشترک دانشگاه کوئینزلند استرالیا و مرکز مالی و توسعه سبز شانگهای، ارزش قراردادهای انرژی سبز در قالب ابتکار کمربند و جاده طی شش ماه نخست سال جاری از کل سرمایه‌گذاری‌های این بخش در تمام سال ۲۰۲۵ نیز فراتر رفت. از این رقم، ۱۱.۸ میلیارد دلار به پروژه‌های عمرانی و ۸.۳ میلیارد دلار به سرمایه‌گذاری اختصاص یافته است.

کریستوف ندوپیل وانگ، کارشناس انرژی و تامین مالی چین در دانشگاه کوئینزلند و نویسنده این گزارش، به فایننشال تایمز گفت: «هزینه پایین‌تر انرژی‌های تجدیدپذیر، علیرغم جنگ تجاری، همچنان محرک اصلی سرمایه‌گذاری‌های چین بوده است. اکنون نیز کشورهایی که با چین در حوزه انرژی سبز همکاری کرده‌اند، ممکن است از نوسان کمتر قیمت انرژی ناشی از درگیری ایران بهره‌مند شوند.»

در مجموع، ارزش قراردادهای ابتکار کمربند و جاده در نیمه نخست سال ۲۰۲۶ به ۱۲۶.۳ میلیارد دلار رسید که نسبت به ۱۲۳.۳ میلیارد دلار در مدت مشابه سال ۲۰۲۵ افزایش نشان می‌دهد. از این میزان، ۴۹.۸ میلیارد دلار مربوط به سرمایه‌گذاری و ۷۶.۵ میلیارد دلار مربوط به پروژه‌های عمرانی بوده است. علاوه بر رشد سرمایه‌گذاری در بخش انرژی، تامین مالی در حوزه‌های تولید صنعتی، فناوری، فلزات و معدن نیز افزایش یافته است.

شتاب گرفتن سرمایه‌گذاری‌های کمربند و جاده هم‌زمان با حملات آمریکا و اسرائیل به ایران رخ داد؛ حملاتی که موجب جهش قیمت نفت و گاز شد. در همین حال، رقابت جهانی برای توسعه زیرساخت‌های برق و مراکز داده به‌منظور پاسخ‌گویی به تقاضای روبه‌رشد هوش مصنوعی نیز بر اهمیت سرمایه‌گذاری در این حوزه افزوده است.

❖ **برنامه چین برای رقابت با آمریکا**

فایننشال تایمز در ادامه آورد: داده‌های رسمی گمرک چین نیز از افزایش قابل توجه صادرات فناوری‌های پاک این کشور در ماه‌های اخیر حکایت دارد. ابتکار کمربند و جاده چند ماه پس از روی کار آمدن شی جین‌پینگ در سال ۲۰۱۲ معرفی شد و به‌طور گسترده مهم‌ترین ابزار پکن برای گسترش نفوذ اقتصادی و تعمیق روابط تجاری با کشورهای در حال توسعه شناخته می‌شود.

شی جین‌پینگ هفته گذشته نیز با اعلام تشکیل ائتلافی جدید در حوزه هوش مصنوعی، برنامه‌های چین برای رقابت با آمریکا و ایفای نقشی پیشرو در توسعه این فناوری را تشریح کرد؛ اقدامی که با هدف افزایش نفوذ پکن بر روند توسعه هوش مصنوعی صورت می‌گیرد. کارشناسان معتقدند آمارهای جدید نشان می‌دهد که محرک اصلی ابتکار کمربند و جاده دیگر شرکت‌های دولتی نیستند، بلکه بخش خصوصی نقش پررنگ‌تری در پیشبرد این پروژه ایفا می‌کند. بر اساس داده‌های دانشگاه کوئینزلند، سهم بخش خصوصی از مشارکت در پروژه‌های کمربند و جاده در نیمه نخست سال ۲۰۲۶ به ۴۸ درصد رسیده است؛ در حالی که این سهم در سال ۲۰۲۲ تنها ۱۳ درصد بود.

لی شونو، مدیر مرکز مطالعات اقلیم چین در موسسه سیاست‌گذاری جامعه آسیا، در این باره گفت: «آنچه موج جدید ابتکار کمربند و جاده را از دوره‌های پیشین متمایز می‌کند، این است که تصمیم‌های سرمایه‌گذاری بیش از گذشته بر ملاحظات تجاری استوار است، نه بر مدار هدایت دولت» به گفته او، افزایش سهم سرمایه‌گذاری‌های بخش خصوصی همچنین نشان‌دهنده رقابت‌پذیری جهانی صنعت فناوری‌های پاک چین و بلوغ روزافزون این فناوری‌هاست. ابتکار کمربند و جاده در سال‌های گذشته با انتقادهای فراوانی روبه‌رو بوده؛ از جمله ایجاد بدهی‌های سنگین و ناپایدار برای کشورهای دریافت‌کننده، به‌ویژه در آفریقا و دیگر کشورهای در حال توسعه، ابهام در شرایط اعطای وام‌ها و اعتبارات، و همچنین نبود دسترسی متقابل شرکای تجاری چین به بازار این کشور.

❖ **چراپی استقبال قاره سیاه از طرح چین**

به نوشته این نشریه با وجود این انتقادات، آمارهای نیمه نخست سال نشان می‌دهد کشورهای آفریقایی همچنان استقبال گسترده‌ای از این ابتکار دارند. سرمایه‌گذاری‌های چین در آفریقا نسبت به مدت مشابه سال گذشته تقریبا سه برابر شده و به ۳۳.۵ میلیارد دلار رسیده است. در مقابل، در این دوره هیچ پروژه جدیدی در چارچوبی ابتکار کمربند و جاده در پاکستان یا روسیه اعلام نشده که نشان‌دهنده کاهش سرعت سرمایه‌گذاری چین در این دو کشور پس از سال‌ها رشد است.

به گفته ندوپیل وانگ، از زمان تصمیم ولادیمیر پوتین برای حمله به اوکراین، همکاری‌های کمربند و جاده در روسیه با رکود مواجه شده و دو کشور در گذار از پروژه‌های دولتی به سرمایه‌گذاری‌های تجاری بخش خصوصی با دشواری روبه‌رو هستند.او همچنین معتقد است پاکستان، که سال‌ها یکی از مهم‌ترین شرکای ابتکار کمربند و جاده محسوب می‌شد، اکنون هم‌زمان با بهبود نسبی روابط چین و هند، بیش از گذشته به همکاری با آمریکا گرایش پیدا کرده است.