

国际油价大涨“蝴蝶效应”显现



成本传导至消费端

在中东局势影响下,油价持续高位震荡,其连锁反应正逐步渗透至民生各个层面。亚马逊近日向媒体证实,将于4月17日开始,对其平台的第三方卖家临时征收3.5%的燃料和物流附加费。据悉,亚马逊的燃料及物流附加费将适用于使用其“亚马逊物流”服务的美国和加拿大卖家。自5月2日起,该附加费也将适用于使用“Prime购物”和“多渠道配送”服务的卖家。

亚马逊在邮件声明中表示:“燃料和物流成本的上升,已经推高了整个行业的运营成本。”亚马逊称,迄今为止一直在自行消化

这些成本,但与其他大型承运商类似,当成本持续处于高位时,公司会实施临时附加费,以部分弥补这些支出。该公司还指出,这项收费“明显低于”其他主要承运商所征收的附加费。

据了解,亚马逊平台超60%的商品来自独立商家,这些商家需向亚马逊支付销售佣金及仓储配送费。分析人士指出,由于卖家利润空间受限,这一增量成本最终有可能转化为商品售价的上涨,由终端消费者买单。

“好了,售价还没涨上去,成本就先涨上去了。”一位卖家感慨道。“3.5%的附加费确实是让不少卖家难受的。说的是收取临时的附加费,但是大概率涨了后就不会再降回去了。对于低客单价、低毛利商品,3.5%的额外成本

可能显著压缩利润空间。”

不只是亚马逊,越来越多的承运商开始征收附加费,以弥补不断上涨的能源成本。联合包裹服务公司(UPS)和联邦快递(FedEx)已经上调了燃油附加费。美国邮政署上周宣布,将对4月26日起寄送的包裹征收8%的燃油附加费,并表示该措施将持续至2027年1月17日。

此外,美联航也正式宣布,受持续攀升的燃油价格影响,上调美国国内及部分国际航线的托运行李费用。自4月3日起,搭乘美联航前往美国境内、墨西哥、加拿大及拉丁美洲的旅客,其首件和第二件托运行李的费用将全面上涨10美元。

盘古智库高级研究员江瀚表示,从成本

传导机制看,此次涨价与油价上涨存在直接关联。公路货运、航空货运与快递行业共享燃油成本结构,油价上涨将直接推高运输成本。

多国应对高油价

除交通和居民能源开支外,高油价的影响正在进一步扩散到食品和制造业。天然气涨价将推高化肥成本,从而抬升食品价格;而亚洲和非洲多国高度依赖海湾原油进口,这些能源成本最终也将反映到出口商品价格、物流费用和日常消费品价格上。

英国广播公司(BBC)报道分析指出,国际油价每上涨10美元,汽油价格通常会在两周左右传导至零售终端。与此同时,天然气价格也在攀升,居民能源账单、食品价格以及制造业成本都可能进一步承压。

在高度依赖中东能源供应的亚洲国家,节油和限行措施正在持续升级。在菲律宾,近期的柴油价格已经较2月底涨超2倍,随之而来的是液化石油气价格同步上涨。依赖液化石油气的餐厅和摊贩表示,成本不断增加,非常担心有一天会入不敷出。

同为亚洲国家且严重依赖中东原油的日韩民众,也充分感受到“中东溢价”的冲击。有日本的出租车司机称对油价上涨感到特别吃力。近日,韩国政府正式实施“石油价格上限制度”,这是近30年来韩国政府首次实施该制度。其方案表明,政府对炼油企业供应给加油站和分销商的石油产品设置价格上限,并根据国际油价动向每两周调整一次。

事实上,欧美等国亦未能幸免,承受着油价飙升导致的出行成本激增等冲击。英国方面,汽油价格已升至18个月高位。政府表示,如果发现加油站借机牟取暴利,将准备采取干预措施。针对依赖燃油取暖的低收入家庭,英国已开放一项总额5300万英镑的援助计划,以缓解能源支出压力。

财政负担增加

然而,全球为保护经济免受数十年来最严重能源冲击的冲击,正付出愈发高昂的代价。各国对油价的补贴给政府带来巨大的财政负担首当其冲。截至2024年,全球公共债务从2023年的97万亿美元增至102万亿美元。国际货币基金组织警告称,推迟进行必要的国内价格调整虽然能短期缓解民众压力,但可能损害财政收入,并加大通胀和汇率风险。

中航证券首席经济学家董忠云分析称,油价干预措施通常会将对财政构成压力,但压力的表现形式与传导路径因政策工具不同而存在明显差异:直接补贴与减税属于财政性干预,会直接减少财政收入;而纯粹的价格管制属于行政性干预,表面上不直接产生财政支出,却可能引发供应短缺、跨境套利及市场结构扭曲等负面后果。

“能源对外依赖度高且本身财政压力就较高的国家赤字压力或较为突出,特别是日本、韩国、印度等国。”中信证券首席经济学家明明表示,美国作为能源大国,美以伊冲突对其影响相较于亚洲、欧洲等国家相对有限,但原油价格上涨仍会推升美国汽油等价格压力,从而延缓美联储降息预期、推高美债利率,进一步加大美国的财政赤字压力。

目前来看,发展中国家的债务普遍被认为更为脆弱。明明解释称,此次美以伊冲突对于亚洲国家的能源冲击更大,叠加全球贸易环境的不确定性增加,因而能源依赖度高,财政赤字压力、外债偿还压力高的发展中国家预计在这轮美以伊冲突中会更早、更猛烈地遭受负面冲击。同时地缘冲突加剧导致全球风险偏好下降,推动美元反弹、资金流出发展中国家,也会导致一些发展中国家面临汇率贬值带来的债务风险问题和输入型通胀压力。

北京商报记者 赵天舒

Focus

史上最贵!世界杯决赛票价飙至上万美元

根据赛程,本届世界杯决赛将于北京时间7月19日在美国新泽西大都会体育场举行。在世界杯48支参赛球队确认后,国际足联将决赛的最高票价提升至10990美元(约合人民币75530元)。相较于去年10月首轮预售时的6370美元,涨幅超过70%;二类票和三类票的起售价分别为7380美元和5785美元,同样较首轮销售时的4210美元和2790美元有显著提升。目前,本届门票价格已被外界形容为“不可思议的高”。相比之下,上一届2022年卡塔尔世界杯决赛最高票价大约为1600美元。

为何本届世界杯门票价格大幅提升?国际足联和世界杯组委会的解释是门票销售采用了所谓的“动态定价”机制。动态定价的核心逻辑在于根据球队热度、赛事阶段和销售周期实时调整价格。有分析人士指出,这一机制彻底颠覆了传统体育赛事票务规则,门票价格像机票或酒店一样,根据市场需求实时或阶段性浮动。

国际足联相关人士表示,世界杯门票动态定价“反映出发主办国在大型娱乐和体育赛事方面的市场惯例”。但不少商业分析人士认为,大幅提升世界杯门票价格是国际足联的商业化战略使然,“门票收入在足球商业版图中作用很重要”。

根据纽约时报报道,国际足联通过逐步调价,在不同需求节点持续释放票源并提升收入:去年10月以原价售出约100万张门票;11月,在104场赛事中约半数场次涨价后,又售出了大约100万张;而在对阵双方确定后再次调价,冬季的门票销量再次突破100万张。

国际足联主席Gianni Infantino曾在1月表示,国际足联收到的球票申请数量,相当于“一次性收到了可举办1000届世界杯的需求量”。根据国际足联披露的数据,其有望超额完成2023—2026周期130亿美元的预期收入目标,截至2025年末,已签约收入占预算总收入的93%。

据了解,世界杯的收入来源主要由电视转播权、营销权(主要为各级赞助)、接待和票务、许可权(品牌、其他授权)和其他费用(罚金、相关影视和视频等)五部分构成。从收入结构来看,转播权仍是最大支柱。2025年国际足联总收入为26.61亿美元,其中电视转播权收入达10.44亿美元,占比最高;其次为赞助与营销收入9.65亿美元。

赞助阵容亦持续扩容。公开资料显示,2025年,国际足联与爱彼迎、Betano、Jeep、沙特公共投资基金(PIF)、卡塔尔航空、联想、Panini、可口可乐公司、家得宝及Visa签署俱乐部世界杯合作伙伴协议。2026年,世界杯商务合作伙伴阵容进一步扩容,海

信为新增的世界杯赞助商,同时爱彼迎、帝亚吉欧、DoorDash、Globant四家加入赛事支持商行列。

款待权与门票销售收入总计4.11亿美元。国际足联披露,2025年国际足联俱乐部世界杯63场赛事在12座球场举办,共吸引249万名观众到场观赛,带来2.61亿美元门票收入;另有1.5亿美元来自该赛事的款待权销售。

此外,其他涵盖餐饮、主办城市出资收入合计1.44亿美元。另有来自国际足联商标及品牌元素授权的特许权使用收入9700万美元。

值得一提的是,2026年世界杯将首次扩容至48支球队,成为历史上参赛规模最大的一届。随着参赛队伍确定、赛期临近,品牌营销已全面铺开。如adidas推出三叶草客场球衣,泡泡玛特上线世界杯联名产品,乐高则推出大力神杯积木产品,近日汇聚足坛四大天王梅西、C罗、姆巴佩与维尼修斯的广告也持续引发讨论。

值得一提的是,虽然国际足联声称“世界杯增加的收入将用于全球足球建设”,但不少会员协会和球迷对此并不买账。

今年3月,欧洲足球支持者协会向欧盟委员会提交了长达18页的投诉文件,指控国际足联滥用垄断地位,针对2026年世界杯球迷制定过高票价,以及不透明、不公平的购票条件。该投诉文件要求欧盟委员会立即采取行动,责令国际足联在2026年世界杯剩余售票阶段停止对欧洲经济区球迷实行门票动态定价。英格兰足球总会则公开批评该模式背离足球社区文化本质,迫使普通球迷贷款购票。

北京商报综合报道

· 图片新闻 ·

韩国多地“垃圾袋荒”持续



韩国釜山,随着垃圾袋购买需求激增,Megamart超市的垃圾袋销售区已空无商品。视觉中国/图

在中东局势持续紧张背景下,由于担忧制造塑料产品的关键原料供应不足,一些韩国民众大量购买垃圾袋,多地出现“垃圾袋荒”。不少商家抓住商机,将垃圾袋作为赠品与方便面、零食等一起出售,销量激增。

韩国实行垃圾处理计量收费,民众需购买专用垃圾袋。受中东局势影响,韩国国内关于原油供应可能中断的担忧加剧,而垃圾袋的主要原料聚乙烯是石油化工产品。民众担忧垃圾袋供应不足,开始大量采购,多地超市限购甚至断货。

韩国媒体5日报道,随着垃圾袋变身“紧俏商品”,一些商家开始将垃圾袋作为赠品促销。韩国民众在社交媒体分享的照片显示,超市里有五连包方便面附上附赠垃圾袋,还有薯片外包装上贴着垃圾袋。网友感叹,这种另类促销手段是头一次见到。

在垃圾袋紧缺背景下,韩国还出现“垃圾袋盗窃”。

据当地媒体报道,一名女子被拍到在首尔一处居民区的垃圾处理场偷垃圾袋。监控视频显示,这名女子将别人丢弃的装满垃圾的袋子打开,把垃圾倒出,带走了空垃圾袋。相关管理人员表示,没有就此事报警,但如果再遇到类似事件将采取法律行动。

韩国政府表示,国内垃圾袋目前库存量充足,呼吁民众不必恐慌囤货。当前,韩国228个地方政府的垃圾袋库存平均可维持逾3个月,其中123个地方政府储备量可供应半年以上。此外,回收企业所持再生原料可生产约18.3亿个垃圾袋,数量超过去年全国累计售出的17.8亿个。这意味着,即使原料供应完全中断,生产仍可维持逾一年。

北京商报综合报道