



特别报道



春节期间,受网上购物量增多等因素影响,快递公司业务量迅速上升,一时供不应求。快递量突然增多,无法预计准确到达时间,在快递行业内称为爆仓。对于民营快递公司来说,快递量的激增本是利好,

快递爆仓 谁来帮忙

如此一来却变成了利空。一旦快件量的增加峰值超过了自身的服务能力,就会出现爆仓,甚至亏损,业务量越多,亏损越多。

业内人士指出,目前,整个快递行业都存在着运营能力不足的问题,配套服务跟不上发展速度。快递业发展之快超出了业内的想像,也造成该行业服务态度差了、收发货速度慢了。同时,由于运输成本和劳动力成本也在攀升,涨价成为民营快递企业的一个必然选择,进一步导致快递的费用不降反增。

急需制订行业标准

中投顾问高级研究员黎雪莹表示,

国内快递行业求过于供主要有两方面原因。一方面是电子商务迅速发展,但物流产业的人力、基础设施等投入都赶不上电子商务发展速度,出现了部分供需失衡的现象;另一方面则是由于目前柴油供应紧张,运力受到一定限制,所以到货周期变慢。

浙江省快递行业协会副秘书长王筱荣则认为,年底快递公司爆仓是非常正常的现象。他说:“年底是快递行业旺季。如果快递公司盲目扩张运营能力,那么在淡季的时候很可能亏损。所以,快递公司只要在旺季推出一些应急措施,基本上可以解决这一问题。毕竟,爆仓只是短期现象,不会持续很长时间。”

业内人士坦言,随着中国电子商务的快速发展,快递业的社会需求与日俱增。由于快递公司资质和规模参差不齐,市场秩序较为混乱,因此,制订行业标准是目前快递行业亟待解决的问题。同时,快递公司要想获得长远发展,还应在完善服务设施、提升服务品质、扩大服务规模上下足功夫。

爆仓暴露配送管道不完善

从快递公司方面来看,这次业内出现

爆仓情况,表现出快递公司配送管道的不完善。据了解,许多快递公司在城乡之间、发达城市与西部城市之间的布局并不合理,与各地路网以及综合运输体系的关联性也很差。业内人士指出,由于配送基础设施滞后,导致各快递公司配送网络建设的整体配套性不强,快递配送服务能力与效率的整体比率降低,服务品质难以满足买家需求。

从产业发展来看,目前,在中国电子商务快递产业链中,电子商务平台公司处于绝对核心地位。这就意味着,电子商务平台公司对产业链中各环节的价格有相当大的议价权,促使一些快递公司为了取得来自电子商务平台公司的订单,在运输及人力成本上升的情况下,逆市而动,严重影响了电子商务快递业的市场秩序。

为此,快递行业应加强与外资企业的协作与联合,改善快递服务,提升快递配送品质,提高同电子商务公司的议价能力。而且加强行业兼并重组,提高行业集中度,转变低价恶性竞争局面。加强快递网络建设,扩大网点覆盖率,建立以客户为中心的电子商务快递配送体系,加强公司资讯系统建设,加快向现代物流的转化。

(香港贸发局驻杭州办事处 朱烨供稿)

市场动态

2010年法国家具市场销售增长2.7%

本报讯 法国《论坛报》近日报道,据法国居住设备和家具交易联合会(FNAEM)信息,由于存款利率低推动了法国人购买房屋和搬迁,带动了沙发和洗衣机的更换,拉动了法国两大重要消费市场在2010年的增长,大家电设备的销售值同比增长了1.5%,家具销售增长2.7%,达97亿欧元。专家认为,虽然其增幅不大,但预示着法国家具市场已经开始复苏。

据分析,法国市场三大主要家具公司的销售都有不同增长,其中宜家至2010年年底占法国市场销售值的份额增长了0.1%,占比17%。

该报道指出,三大主要家具公司的销售产品中,销售增长较快的主要在厨房和卧室用家具。据预计,2011年,法国家具销售增幅将达28.8%。

(郝小兰)

中国已成为瑞典最大的家具供应国

本报讯 瑞典木材与家具企业联合会日前公布的初步统计数据显示,瑞典2010年从中国进口了价值25亿瑞典克朗(1美元约合6.5瑞典克朗)的家具,中国已成为瑞典最大的家具供应国。

统计显示,2010年,瑞典共进口了价值133亿瑞典克朗的家具,其中从中国进口的家具所占份额最大,达到19%。瑞典木材与家具企业联合会家具部负责人塞西莉亚·恩斯特罗姆指出,中国家具由于质量的提高,越来越受到消费者的欢迎,这让瑞典当地家具制造业感到不安。瑞典家具业只有继续保持在质量、环境和企业社会责任方面的领先地位,才能经受住来自中国企业的挑战。

除中国外,瑞典还主要从波兰、德国、丹麦、挪威、立陶宛和意大利等地进口家具。此外,统计数据还显示,瑞典2010年共出口了价值153亿瑞典克朗的家具。挪威、丹麦、德国、芬兰和英国是瑞典家具的主要出口国,其中向挪威出口的家具占到其家具出口总额的31%。

(吴平)

今年马来西亚家具出口额预计将达87亿令吉

本报讯 马来西亚木材工业局称,基于目前美元币值的稳定和当地家具制造商能够聘请到足够的外国劳务,2011年,马来西亚家具出口,预计将达到87亿令吉(约合29亿美元),较2010年的80亿令吉增长9%。

据了解,由于拥有较好的品质和售后服务,马来西亚家具制成品对美国 and 欧洲的出口一直保持良好业绩。马来西亚家具工业总会负责人表示,马来西亚家具制成品在美国和澳大利亚的需求呈上升趋势,特别是目前美国消费者的家具消费出现复苏,澳大利亚消费者在经历洪灾后重建家园也扩大了对进口家具的需求。

但同时,该负责人也指出,马来西亚家具制造业仍面临本国货币对美元升值、利润微薄等不利因素的制约。

(尚武)

供求信息

俄罗斯公司求购火车车厢托架

公司名称:ОО
《Русская Торговая Компания》
求购物品:铁路运输用敞车、水泥车、运粮车和罐车的托架
物品型号:18100,2型
俄罗斯国家标准ГОСТ9246-2004
求购数量:每月1800个或年需求21600个
联系人:Р.М. Ямалетдинов
电话:007-495-6296681
传真:007-495-6296681
邮编:125009
电子邮箱:RTCLTD@mail.ru
通信地址:Россия, г. Мосав, Газетный пер., д. 5
(信息来源:中国驻俄罗斯联邦大使馆经商参处)
(以上信息仅供参考)

亚洲国家加大对能源地区投入力度

据南非媒体报道,有关学者在日前召开的非洲能源会议上表示,非洲能源日益成为众多亚洲国家,包括韩国、日本、中国等国家经济可持续发展的重要源动力。如何平衡能源需求与经济的可持续发展之间的关系成为亚洲国家未来探讨的重要方向。业内人士指出,作为世界第二大经济体的中国未来将着重在基础设施建设以及国际资本控制上发挥重要作用。同时,以中国为代表的亚洲国家将会进一步加大对世界能源地区的资金、人力的投入力度,尤其以非洲为重点。非洲等地区则通过能源的输出以及深加工等方式带动地区经济的发展以及人民生活水平的提高。

泰国投资者偏好购地种植农产品

据泰国《世界日报》近日报道,泰国资产管理公司董事经理助理操瓦叻表示,目前,很多投资者有意购买空地种植农产品。曼谷资产管理公司董事经理素眉表示,由于燃油价格提高,特别是棕榈油、橡胶价格持续攀升,越来越多的投资者看好种植业。现在,很多投资者乐于购买大块空地,以种植经济作物,替代能源作物。

瑞典计划扩大垃圾进口

瑞典《哥德堡邮报》日前报道,据PROFU咨询公司估算,瑞典2010年共进口垃圾约60万吨,焚烧后用于区域供热。进口垃圾主要来自邻国挪威。为满足不断增长的供热需求,瑞典计划扩大垃圾进口。

泰国卫星接收器安装量年增20%

据泰国《世界日报》近日报道,泰国PSI公司董事长颂蓬表示,目前,全国使用卫星接收器的家庭比4年前大幅提高,每年增幅约40%,2011年估计还能增长20%。目前,泰国卫星接收器用户总计1100万户,客户群体快速扩大,主要是因为卫星接收器信号清晰,采取全自动数码控制系统,可以接收100多个节目,而且安装费用低廉,因此深受民众欢迎。颂蓬估计,泰国卫星接收器市场价值超过50亿泰铢。

瑞士消费者青睐环境友好型产品

瑞士联邦环境署日前公布的调查报告显示,生态标志和能耗信息对于瑞士消费者选择产品具有重要意义。消费者主要关注直接标注在产品上的信息,其中最为关心的是产品生产方式是否环保以及产生的废物是否能够降解。此外,产品能耗和使用产生的费用也是消费者购买时关注的条件,大部分消费者倾向购买使用费用较低的产品。

加纳可可产量同比增长46%

据路透社报道,自2010年10月可可收获季开始以来,截至2011年1月13日,世界第二大可可生产地加纳的可可产量达到64.36万吨,同比增加46%,预计整个收获季将达到80万吨。加纳可可管理局表示,可可产量大增得益于今年气候条件良好和种植技术的提高,同时,周边科特迪瓦部分可可走私进入加纳销售也是原因之一。

希腊商业前景悲观 部分中小企业明年前关闭

希腊中小企业组织(GSEBE)日前发布调查报告称,由于希腊经济形势恶劣,25%的中小企业将在2012年前关闭,将有32万人失去工作。2010年,希腊中小企业营业额下降30%,30%的中小企业不能按期付款,40%的中小企业无法按时发薪水。GSEBE呼吁政府重新考虑削减增值税、提高企业社保缴纳弹性等。

(本报综合报道)

商情聚焦



■ 本报实习生 游岚清

中国春节的年味还未散去,西方情人节的到来又掀起了新一轮消费热潮。为吸引顾客,国内各大型商场纷纷“出招”,不惜花费重金作推广宣传。有的商场打造浪漫场景,以樱花漫天绽放招揽顾客,希望把人流及消费推至高峰;也有的商场大打“示爱牌”,让爱侣在大型LED显示屏上传送甜蜜语句互表爱意。

“情人节时间”到来

记者在商场里发现,各个品牌的礼品装巧克力都被摆放在显眼位置作为主推商品,而餐厅、花店、网店也抓住情人节的巨大商机,纷纷推出应节产品。

据淘宝网发布的数据显示,近一周里,淘宝网上每天卖出210万枝鲜花,比去年同期增长了110%。同时,巧克力每天的销售量也达到了4万盒,饰品的销售量为5万件,二者均较去年同期有大幅增长。

在生活更加西化的香港,受惠于去年经济表现不俗,市场预计,今年香港情人节消费市场会有理想表现。新鸿基地产代理租务部总经理林家强表示,新城市广场今年情人节的相关推广费用,较往年增长30%,预计将刺激商场人流及生意额分别上涨10%及15%,其中以餐饮、时装配饰、美容化妆、影音电器及珠宝钟表商户表现较为突出,预期人均消费可达3500港元以上。新地旗下12个商场则估计,2月12日至14日,总营业额将上涨15%,至8600万港元,总人流量会上涨10%,至390万人次。

“浪漫经济”有新意

“个性定做的软陶人偶,30天卖出7件;纯手工制作的兔爷,30天售出55件。”这是淘宝网上部分商品销售信息。对于许

多年轻人而言,传统意义的情人节礼物已经不能满足其需求,网上抛出的许多有趣又有创意的小玩意更加吸引他们的眼球。

在淘宝上输入“情人节”,跳出的商品结果多达124.32万件。据了解,饰品是最热门的网购情人节礼物。除了商品的丰富外,多家网站还借势推出优惠活动以加大销售力度。

而另一方面,虽说网购消费力度不容小视,但是情人节市场上的实体店也是不惧冲击。某品牌玩偶专卖店工作人员说:“单一个圣诞节,我们的单天销售额就达5000多元,对于情人节的市场,我们并不担心。”

情人节劲刮“实惠风”

记者在一家超市门口看到,一位男士给女友买了一个带兔子图案的折叠式电脑桌。“情人节前后,玫瑰花和巧克力的价格都高,玫瑰花放几天就会凋谢,巧克力也会很快吃完,电脑桌就很实用。”

如今,越来越多的消费者的消费理念正在发生转变,钱包、化妆品等实惠型礼品正在成为情人节新宠。“今年,国内市场鲜花价格整体偏高,年轻人对鲜花这种中看不中用的礼物有些望而却步了。”某市场花店经理张先生指出,截至本月11日,仅接到20多张订单,比往年同比减少1/3。多家鲜花店表示,今年鲜花预订情况很一般,根本无法与往年相比。除了鲜花遇冷外,巧克力、情人节套餐等传统礼品市场也比较平淡。“往年价位在200元至400元之间的巧克力花束和提篮卖得很好,但今年销售情况却很不理想,推出5天了,一个预订的也没有。”一家西式糕点房的负责人无奈地说。

临沂大学商学院教授陈令军认为,情人节实惠型礼品热销反映出人们理性消费心理的增强。过去的一年里,物价持续上涨增加了人们消费压力,在选择礼物方面,很多年轻人更愿意选择实用性强、性价比、有保值增值效果的礼品。

风向标