



日本化妆品打响中国市场保卫战



■ 本报记者 徐 森

伴随2008年下半年金融危机之后经济的减速,2009年,中国化妆品市场结束了自上世纪90年代末起一直保持的两位数增长势头。但人们乐见的是,中国经济的恢复速度较快,2010年,中国化妆品市场也随之恢复活力。日前,中国日本商会在京发布了《中国经济与日本企业2011年白皮书》,书中指出,根据最近5年的市场增长推测,中国将在今后10年左右成为世界最大的化妆品市场,并扮演拉动全世界整体增长的角色。

如今,在中国,化妆品已经逐步由奢侈品转变为人们日常生活的必需品。根据国

际货币基金组织(IMF)的预测,在2010年已经达到1亿人次的中国化妆品消费人口到2020年将达到3.5亿人次。同时,中国化妆品消费群体范围的扩大将使得市场整体得以扩大,预计将在2015年至2018年超过日本(在化妆品行业全球零售市场规模总额排位中,2009年,中国市场以208亿美元的零售总额位列第四,日本以388亿美元的零售总额排在第二位)。

看到中国市场的发展势头如此强劲,日本新老化妆品企业纷纷把目光投向中国,许多日本化妆品企业甚至把对中国市场的投资作为最紧迫的工作。

通过努力,日本大部分化妆品企业已经在中国市场打开了知名度,但接下来面

临的种种困境仍不容小觑。据介绍,如何避免投资过热、禁止假冒产品在中国市场流通、适应中国日趋多元化的购买渠道等都是日本化妆品企业关注的焦点,而“3·11”日本大地震及海啸所引发的相关问题,也给日本化妆品企业的在华发展出了一道难题。

大灾之后 如何延续“美丽经济”

当下,日本核泄漏事件引发的核辐射恐慌蔓延到了日本化妆品行业。很多中国消费者对日本化妆品,尤其是代购产品或者产地为日本本土的产品的安全和供应感到不安。针对中国市场上的担心,不少日本化妆品公司纷纷发出声明,澄清停产和辐射问题。高丝(KOSE)中国区称,由于其工厂多位于日本关东地区,地震对生产并没有造成太大的影响;芳珂(FANCL)表示,其生产地在日本京都和千叶,并不是地震灾区,只是由于日本国内部分灾区受交通限制,所以,货品的供应会有所延误;资生堂(Shiseido)指出,其在日本国内共有4个工厂,都不在地震灾区范围内,目前基本没有受到太大的损失。

中国日本商会会长鹿间千寻对记者表示,由于历史原因,日本对原子能问题和核问题都十分敏感,所以对产品投放市场要符合的标准也制定得十分严格,含量超标的产品出口海外的情况是不可能发生的。目前最重要的问题是,中国消费者对日本产品心存疑虑,今后要进行的重要工作是加大信息披露的透明度,从而得到中国消费者的理解。据他介绍,日本大使也曾指出,为了进一步加大信息的公布力度,日本相关方面将来可能会举办说明会。

欧美品牌“乘机”发力

虽然近来众多消费者耳熟能详的日本化妆品品牌纷纷表示其产品的生产和安全性并未在地震中受到较大影响,但不少消费者还是将目光投向欧美化妆品。

在中国化妆品市场上,大牌云集的欧美“商队”早就与喊出“更适合亚洲人使用”口号的日韩生力军打得不可开交。日本化妆品的“灾后乏力”给了欧美化妆品一个机会,帮助其进一步瓜分中国市场。

据了解,4月份原本应该是化妆品上新货的时节,欧美大牌化妆品已经陆续向市场推出新品,而日本品牌的新品上市计划却一推再推,到目前为止,不少化妆品集团的答复依然是“具体时间不好说”。鹿间千寻对记者表示,此次受灾害影响的主要是日本东北部地区,诸多产业的产品供应链出现断裂,导致相关工厂停产,由于范围很广,损失程度还无法统计,企业的库存一般在2个月至3个月左右,但库存耗尽后的情况还不得而知。

面对欧美品牌的强势出击,如果日本化妆品不能迅速找到应对之策,其在中国市场的份额将不断减少。中国相关业者提出,日本化妆品行业可以通过在中国本土建立工厂合作生产或者向在华日资企业寻求帮助的方式,弥补其在中国市场的“漏洞”。对此,鹿间千寻表示,关于日本在华企业目前能提供怎样的帮助,中国日本商会正在与日本驻华大使馆进行沟通,但目前还没有具体方案。

特别报道

风向标

中国投行市场僧多粥少

据英国《金融时报》日前报道,在中国,参与资本市场交易的银行越来越多,竞争也越来越激烈。无论在国际还是国内层面都是如此,而且越来越多的佣金流向中国机构。据汤森路透数据显

示,去年,中国银行业总佣金收入的66%流向了中资银行,而目前在中国经营规模最大的20家银行中有13家是中资银行,其中一些有丰富的经验,而另一些机构(如银行的证券部门)赢得业务靠的是更为强大的母公司。

菲律宾能源部废除70个可再生能源合同

据菲律宾《马尼拉公报》近日报道,菲律宾能源部已废除70个可再生能源合同,并严厉要求其他合同商于5月第一个星期前提交所需材料,否则也将废除其合同。据报道,在废除的70个合同中,水电合同

占大多数,而且有大约10个合同是自愿放弃的。除了审查可再生能源合同外,菲律宾能源部也对石油天然气和煤炭合同进行了审查,并对部分不符合要求的合同予以废除。

越南对华出口橡胶价格大幅上涨

据越南《物资价格市场报》近日报道,4月初以来,越南广宁省芒街口岸橡胶出口异常活跃,越南对华橡胶出口价格现已涨至每吨3.45万元,较3月中旬每吨价格上涨了1000元。目前,中国企业纷纷寻找越

南合作伙伴,签订橡胶进口合同,以便在橡胶收割转季、越南橡胶原料出口减少之前,购买到更多橡胶。据报道,越南现芒街口岸橡胶每日交易量已增加至800吨,预计越橡胶对华出口价格仍将继续上涨。

澳大利亚棉花将获丰收 价格上涨利润暴增

澳大利亚《澳洲日报》近日报道,澳大利亚2011/12年度棉花预计将再度丰收,产量将达到创纪录的400万包。据悉,澳大利亚是全球主要棉花出口国,可从商品价格上涨之际赚取更多的利润。报道指出,中国及印度需求强劲,推动全球价格上

涨,这两个国家棉花总计消费量约占全球棉花产量的60%。因全球供应紧俏,棉花在2010年表现抢眼,2011年前3个月也是如此。美国棉花期货价格在3月初触及每磅2.197美元的纪录高位。

中国企业须警惕菲律宾不法分子合同诈骗

近日,有关方面向中国驻菲律宾使馆经商处反映,菲律宾不法分子以出口废铜为诱饵,诱骗中国企业与其签订大额贸易合同并电汇付款,骗取中国企业汇款高达242万美元。该案目前已由中国警方立案调查,涉案菲律宾公司名称为和风金属贸

易有限公司(Zephyr Metal Trading),涉案犯罪嫌疑人阿兰·坦(Allan Tan),手机号码为09166478383。中国驻菲律宾经商处郑重提醒中国企业,在对菲投资贸易中应注意甄别合作伙伴,采取较为安全的付款方式,避免为不法分子所骗。



(本报综合报道)

美媒：

全球品牌取决于中国消费者品味

牛津大学中国现代史教授卡尔·格斯在其新书《中国到哪里,世界就走向哪里:中国消费者如何改变一切》中阐述了中国消费模式。他指出,中国领导人正在迅速打破限制国民消费的障碍,但没人知道这将对中国或世界意味着什么。日前,他接受了媒体的采访。



问:有迹象表明,中国经济并未与消费增长同步。中国是否真的在向“以消费为中心”的社会转变?

答:这毫无疑问,仅从广告业的发展就可以发现。过去几十年来的政治口号已被广告所代替。如今,广告十分普遍。我在出租车、电梯和厕所中都看到过播放广告的液晶显示器。在中国,这一转变迅速而规模庞大。

品牌是向消费主义转变的第二个重要证据。不久前,中国还鲜见全国性品牌和国际品牌。而现在,国际知名品牌在华随处可见,跨国公司也正在迅速创造出全国性品牌。

数亿中国人仍处于贫困中,但同时也有亿万人步入中产阶级,他们拥有更大的房子、最新式的电器、私车和假期。这些中国人开始引领与其他国家的中产阶级相类似的生活方式。

无论中国的中产阶级规模有多大,即使是以今天的规模而言也会产生巨大影响。全球产品和品牌迟早将由中国消费者的品味而塑造。

问:哪些全球品牌从中国消费热潮中获益最大?

答:全球性品牌在中国投入巨资。其中,奢侈品牌和汽车是最为明显的受益者,并将继续获益。

问:为何中国尚未涌现出本土大品牌?

答:我确信中国将竭尽所能创造具有国际竞争力的民族品牌。中国政府视之为从劳动和能源密集型经济向高附加值服务经济转变的战略的最重要一环。此类品牌的创造和传播也正是中国消费主义将改变一切的原因之一。

如果无法打造本土品牌,他们将采取购买的方式,就像并购沃尔沃和其他著名品牌一样。中国公司坐拥大量资金,中国出现本土或并购品牌只是时间早晚问题……中国可能并不希望像西方和日本那样简单地接受并发展消费主义,而是想从根本上改变甚至挑战它。

(原文作者为大卫·巴尔博萨,伊文译自美国《纽约时报》)

海外传真

商事平台

广东省贸促会为招商引资 搭建境外服务平台

本报讯 近日,由广东省贸促会和阿联酋广东商会联合举办的“中国广东—阿联酋经贸洽谈会暨中东中国建材批发中心招商会”在广州举行。全国政协港澳台侨委员会副主任蔡东士、广东省贸促会会长陈文杰、阿联酋驻华使馆商务参赞艾哈迈德·尚穆西、阿联酋沙迦王子代表尤甘达辛·巴特纳加尔、阿联酋广东商会会长张钦伟等中外嘉宾近300多人出席了会议。

阿联酋是中东地区重要的金融、货运和贸易中心,是通往中东、非洲及东欧的重要门户。随着我国“走出去”战略的实施,近年来,有越来越多的中国企业开拓阿联酋市场。广东企业如何更好地走进阿联酋、走进中东,本次招商会提供了一个良好的交流合作平台。

据海关统计,2010年,广东省与中东17国的贸易额达280.7亿美元,同比增长20.9%,这其中,广东省与阿拉伯联合酋长国的贸易占有相当大的份额,阿联酋已成为广东在中东最大的出口市场。广东与阿联酋的经济结构存在较强的互补性,双方在石油化工、电子信息、电器机械及轻工纺织等诸多领域均存在互利合作的巨大潜力。

此次会议重点介绍了广东与阿联酋的经贸合作情况以及阿联酋的投资环境,同时推介中东中国建材批发中心等投资项目,最后还举行了签约仪式,其中广东中山粤荣丽华特有限公司等4家公司与中东中国建材批发中心签署了进驻合约。

据了解,广东省贸促会已先后在美国、阿联酋、印尼建立了广东商会,在越南、英国、荷兰等国家积极推进广东商会筹建工作。目前,境外广东商会的会员企业已达到504家,其中美中广东商会68家,阿联酋广东商会126家,印尼广东商会310家。现在,各境外广东商会已进入实际操作阶段,本次招商会的召开,就是广东省贸促会为贯彻省委省政府招商引资工作、推动企业“走出去”提供延伸服务的具体步骤。

(王红敏)

供求信息

黎巴嫩客商寻找 中国警用摩托车生产厂商 进行合作

合作内容:就总价150万美元的黎巴嫩政府采购项目进行投标

联系人: Antoine Habib
电话: 00961-1-9802222
传真: 00961-1-980333 Ext 2557
00961-9-222266
手机: 00961-3-338282
电子邮箱: antoineahabib@yahoo.com

(信息来源:中国驻黎巴嫩使馆经商参处)

哈萨克斯坦公司求购 各种钢管

公司名称: Munai-Kamtu
求购物品: 支管
(直径426x9-152根无缝)
矿棉、穿孔、无衬里垫
(国标21880-86m100T.
=80mm; 3061m3)
排水重型带锁舱口
(1000个)

联系人: Zaharov N.N.
电话: 007-7172-438910
手机: 007-7016291218
电子信箱: kamtu@mail.ru
(信息来源:中国驻哈萨克斯坦使馆经商参处)

(以上信息仅供参考)