



环保产品大行其道 绿市场“钱”景可期



■ 本报记者 静 安

几年前,环保布袋的流行曾带动了市场上环保产品的流行风。如今,环保产品已经受到全世界的普遍欢迎。当越来越多的消费者转向道德消费,选择愿意肩负社会责任的品牌的时候,“绿市场”开始逐渐壮大,越来越多的产品贴上“绿色”或“环保”的标签。

统计显示,2004年至2010年期间,全球环保产品贸易额约增加1倍,显示出这个新兴产业强大的增长势头和潜力。在

中国,自哥本哈根会议之后,环保理念正从国家政策转变为全社会共识。据奥美集团日前发布的一份针对中国消费者可持续行为的调研报告显示,虽然有53%的受访者认为环保产品在中国市场的价格偏高,但仍有71%的受访者表示愿意多花10%的钱购买环保产品。而在五花八门的环保产品中,环保家居产品和环保礼品广受市场欢迎。

环保家居产品销路好

如今,对美好家居生活的向往和对高

质量家居品位的追求已经成为人们的共识。而随着人们对家居生活要求的提高,美观不再是评定家居装修好坏的唯一标准,环保健康越来越受到人们的关注和追捧。英国创意厨具制造商马丁·瑞纳(Martin Rayner)对记者说:“环保家居用品在世界各地的发展情况不同,如英国近年受经济下滑影响,消费市场整体增长放缓,但环保产品的发展仍然稳健,消费者在绿色家居产品上的开支稳中有升。”据他介绍,在英国,由个体、小企业和社区组成的小众一族日渐增加,他们热爱环保,对绿色产品的需求越来越大。而在美国,消费者近年对环保的清洁用品的需求也明显增长,有调查显示这一升幅高达176%。

另据了解,欧美人士喜欢园艺,经常购买家用厨余处理系统,把厨余垃圾分解成自制肥料,用来种植。马丁·瑞纳特别指出,除保护环境以外,耐用和可多次使用等都是绿色家居产品的设计方向。此外,节能用品也是环保家居行业的热门产品,如太阳能户外照明、风力驱动照明用品等。

环保礼品迎来受青睐

除了环保家居产品,环保礼品近年来也逐渐受到了消费者的喜爱。同时,由于发展时间短,环保礼品行业的市场竞争也不那么激烈,很适合新生企业发展。绿星火创办人施跃翔对记者表示:“礼品最值钱的部分是设计及概念。除了卖礼品,还可以卖环保概念,如以顾问形式协助企业从事绿色采购,或配合客户的年度减碳目

标拟定各种环保方案,包括采用环保纸张、名片、灯具、设计楼顶花园等。”

据施跃翔介绍,绿星火的产品中,匙扣环保袋系列较受消费者欢迎。这款匙扣形的迷你环保袋,方便与家居锁匙系在一起,还可以挂在背囊作装饰,容积大小又刚好可以放进整份报纸而不会碍眼。为推广这款环保设计,他们有空便到报摊游说寄卖,由于设计特别、外形细小,加上用料成本低,因此很受上班族欢迎,报贩也乐于销售。

针对环保产品寻找销售商难度大的问题,施跃翔对记者表示:“利用互联网推广产品是一种比较理想的方法,因为现在很多客人都是通过雅虎(Yahoo)、谷歌(Google)、脸谱(Facebook)网站等渠道寻找所需产品。”据了解,绿星火的目标客群以公司为主。施跃翔对记者解释道,这是因为B2C网销效果不太理想,对中小企业来说,行政成本过高。而B2B针对公司企业,不但销量大、利润高,也可以透过对方网页宣传自己的产品。市场发展趋势表明,商业礼品市场潜力很大。而企业馈赠环保礼品,不但新奇且具创意,也彰显了企业社会责任。“我们创业之初的定位是环保礼品贸易商,但随着顾客对其他礼品需求的出现,才开始增设生产线兼顾一般礼品,拓宽客源覆盖面。”施跃翔说。

特别报道

市场动态

宝马集团探路中国新能源汽车发展

本报讯(记者王哲)继新能源汽车产业正式被写入“十二五”规划纲要之后,日前,中国科技部、工信部和国资委均表示即将出台相关政策,扶持新能源汽车产业发展。为抓住发展新能源汽车契机,许多车企纷纷提速电动车发展规划。对此,宝马集团负责人对记者表示,宝马将在中国率先启动纯电动车实路测试项目,首批MINI E纯电动车已经全面投入路测阶段。

业内人士认为,这将助力电动车技术的成熟和量产化进程的加速。通过MINI E中国实路测试项目的展开,宝马集团在与政府、科研单位、配套设施单位等合作方面已先行一步,为探索中国新能源汽车发展方面做出了有益尝试。

宝马大中华区总裁兼首席执行官史登科表示:“通过此项目收集到的新能源汽车在实际使用中的各项数据也将与中国方面的合作伙伴分享,这将有助于深入了解用户对电动汽车的实际需求、使用习惯等,对电动汽车设计制造以及配套设施标准的制定具有重要的参考意义。”

日本部分汽车零部件企业开始向中国等新兴国家转产



本报讯 据《日经产业新闻》日前报道,受“3·11”大地震影响,日本国内整车厂商大幅减产,中型汽车零部件企业经营也受到冲击,被迫进行生产调整,已有部分企业开始向海外转产,到中国、墨西哥等新兴国家寻找出路。

据报道,日本关西地区著名汽车零部件企业——金光(KANEMITU)株式会社日前决定增加中国工厂汽车皮带轮产能,下一步还考虑在印度设立工厂;著名汽车离合器厂商——爱思帝(EXEDY)公司今年2月就决定在中国市场投资10亿日元将现有液力变矩器产能扩展1倍,还计划斥资15亿日元在墨西哥新建液力变矩器工厂,明年1月实现量产;生产汽车塑料成型模具的积水工机制作所也将加大海外业务,计划年内在墨西哥、印度尼西亚、中国台湾等地增设网点,开拓模具制造、维护业务。

该报道指出,预计日本国内整车厂商因灾减产情况年内将恢复正常,但长远看,国内新车销量将随少子老龄化而日益萎缩,开拓新兴国家市场是日本汽车零部件厂商难以回避的课题,决策“速度”将是决定成功与否的关键。(王洛)

供求信息

哈萨克斯坦客商求购各种品牌电子产品

求购物品:中国产三星、松下、东芝、三洋、夏普等品牌家用电器
联系人:Ganopolski
电话:007-7182-329975(可传真)
手机:007-7017882096
电子邮箱:ujut_office@mail.ru
(信息来源:中国驻哈萨克斯坦使馆经商参处)

阿尔及利亚公司求购观赏鱼

公司名称:El Haramayne.Fish
发货地点:北京、上海、广州
(该公司要求在进口前先赴生产养殖基地实地考察)
电话:00213-550-030332
电子邮箱:haramayne.fish@gmail.com
(信息来源:中国驻阿尔及利亚使馆经商参处)

(以上信息仅供参考)

南非将继续加大汽车制造业发展力度



综合媒体报道,日前,南非全国汽车制造商协会表示,南非政府已确定将汽车工业作为拉动经济增长的主要部门,目标是争取在2020年前将汽车年产量提升至120万辆,将汽车出口扩大至欧洲、亚洲、美洲、澳大利亚、非洲等地区,并将重点开拓中国、印度、俄罗斯和巴西等“金砖国家”市场。

南非汽车制造商协会主席鲍威尔表示,目前,汽车工业已占南非制造业产出的29%,成为南非最大的制造业部门。汽车及相关产业为南非创造了近50万个就业机会。目前,除了南非本土汽车公司外,这里还有宝马、奔驰、日产、丰田、大众等许多国际知名品牌的汽车制造厂。他指出,南非的汽车工业发展较快,目前所产零配件除供应国内市场外,还出口到北美、南美、欧洲、远东和非洲。宝马、奔驰、本田、马自达等品牌车的国产化比率接近70%,其中500多种零配件采用当地橡胶、钢材、铬等原材料并由当地企业加工。

据介绍,南非政府推出了一系列与汽车业相关的投资鼓励政策。此外,南非汽车业还从欧盟—南非自由贸易协议、南非—南部非洲发展共同体自由贸易协议以及普惠制协议中获益。但是,鲍威尔同时指出,虽然近年来外资的大量进驻带动了南非汽车工业的繁荣,但由于全球汽车工业整体产能过剩,全球制造厂商正积极考虑重新配置投资资源,南非汽车工业也面临这一挑战。他表示,南非汽车工业缺乏成本竞争优势,尤其是交通运输问题尤为紧迫。当前,南非港口运输无法满足汽车工业长远发展需要,运输效率远远落后于世界标准。

另外,获得全球竞争力的关键因素是大幅提高南非本地汽车零配件的供给比例,由目前的35%提高至70%。鲍威尔称,南非汽车工业的发展和汽车市场的繁荣,产生了对汽车零配件的巨大需求。除了车辆原装厂的零配件需求外,南非的汽车修理零配件市场每年销售额约在20亿美元。目前,南非的汽车保有量达近千万辆,其中半数汽车超过10年,修理领域的零配件市场十分庞大。据悉,全世界最大的10家汽车零配件供应商中的8家已在南非投资建厂,世界4大轮胎制造商中的3家已在南非投资建厂,另外有超过200个零部件制造商在南非投资。虽然受到日本地震及海啸灾害的不利影响,南非仍对2011年汽车市场表示乐观,预计全年国内新车销量将增长15%。(尚武)

商情聚焦



风向标

伊朗寻求投资发展风力发电

据伊朗《经济报》日前报道,伊朗能源部负责人表示,伊朗首台功率为660千瓦的风力发电机组3月份在伊朗呼拉珊省投入运行。该省能源局正在积极寻求投资和技术合作,希望通过合作加快发展风力发电业。

中国汽车市场“踩刹车”

据英国《金融时报》日前报道,中国汽车销量增长正逐渐降至正常水平,但对于能够领先对手的制造商而言,中国的汽车市场仍充满机遇。该报道援引中国汽车工业协会(CAAM)的数据称,今年1月至4月,中国汽车销量增长8%,较去年同期71.8%的增幅大幅下降。但是,中国汽车行业的繁荣期并没有就此终结。中国汽车市场仍是全球汽车制造商的重中之重,原因就在于其庞大的规模。

塞内加尔水泥生产能力过剩 投资需谨慎

中国驻塞内加尔大使馆指出,该国水泥生产能力从2012年起将是国内水泥需求量的3倍,严重过剩。同时,由于运输基础设施不完备造成的困难不可能在短期内解决,西非其他国家近年内也会有不少水泥厂建成,塞内加尔向周边其他国家出口水泥的形势不容乐观。因此,在塞内加尔继续投资或承建水泥厂的风险较大。

越南加强对手机、化妆品和酒类进口管理

据越南《工商报》网站报道,越南工贸部日前出台了新的进口管理规定,规定自6月1日起,只允许手机、化妆品和外国酒从越南海防、岘港和胡志明市进口。根据新规定,企业在办理上述3类商品的进口手续时需要出具生产厂家或分销商的指定或委托销售证明,并经当地越南外交机构进行合法化认证。一些进口商称,上述商品目前主要通过空运进入越南,手续较为简便,时间较海路快得多。工贸部的新规定将成为一道壁垒,使上述商品更难挤进越南市场。

喀麦隆家禽业因饲料涨价陷入困境

近日,喀麦隆鸡饲料原材料价格上涨,令养鸡业从业者叫苦不迭,喀麦隆家禽业暂时陷入困境。据了解,上个月,作为鸡饲料主要原材料的玉米售价为每公斤160非郎,目前已涨至每公斤250非郎,但是鸡肉每公斤保护价格只从原来的每公斤2300非郎涨至2500非郎,投入产出差距进一步拉大。另据喀麦隆家禽养殖者协会估算,目前,喀麦隆全国一年家禽肉类产品的缺口在2.2万吨以上。2009年,喀麦隆雏鸡孵化数为3000万只,2010年增长到3500万只,仍有很大发展空间。

中国手机网游市场“稀释”严重 后进者遭遇阻击

根据易观智库最新发布的数据显示,2011年第一季度,中国手机网络游戏用户数量突破2300万,达到了2332万,环比增长15.05%。业内人士认为,在未来的几年发展中,中国网游市场也将向更具有活力的智能终端转型,手机网游市场的发展是非常值得期待的。然而,手机网游市场的快速发展,也促成了市场激烈竞争的格局,“高速增长的市场规模被‘稀释’严重,尤其是后进者面临的竞争压力更大。”易观国际分析师胡志辉介绍说。据了解,在2010年全年新上线的60余款手机网游产品之中,产品月度营收过百万元的寥寥无几,近半产品在短短数月时间甚至开发中途即夭折,市场上领先厂商也如履薄冰,市场整体开发、运营和推广成本都有明显提高。

(本报综合报道)