

茶叶行业有望孕育中国本土“大牌”



■ 本报记者 胡心媛

近日,中国贸促会和世界奢侈品协会联合宣布,正式成立中国奢侈品贸易委员会。相关数据显示,截至2011年3月,中国奢侈品消费市场总额已达107亿美元(不含私人飞机、游艇及豪华车),占全球四分之一,成为全球第二大奢侈品消费国。预计中国将在2012年超过日本,成为全球第一大奢侈品消费国。

据记者了解,中国奢侈品贸易委员会将引入全球各国顶级的奢侈品资源,同时还将挖掘中国本土的奢侈品元素,如茶叶、玉器、丝绸等,以推广本土奢侈品企业的国际化进程。

中国本土品牌附加值有待提高

近些年来,国外的奢侈品正在大肆涌入中国市场,中国消费者对于奢侈品的消费能力也在逐年提升。记者在走访了多家大型商场后发现,无论是服装、护肤品,还是其他类商品,国外的大品牌已越来越多地进驻中国市场。相反,中国本土能被“拿得上台面”的大品牌却寥寥无几。就当国外的奢侈品铺天盖地地涌入中国市场的时候,中国本土企业对奢侈品却讳莫如深。究竟是什么原因导致了中国本土企业无法形成自己的奢侈品牌呢?

北京大学经济学院副教授吕随启表示,

其实,中国品牌进入国际市场最大的瓶颈还是来自国人的消费心理。“中国人的奢侈消费是被一部分高端人群引领的,这些人一直在用国外的东西,大到汽车,小到手表、化妆品等。在其引领下的消费风潮,自然也以外国产品为主。”吕随启说,“中国人买奢侈品并不是为了实用,而是为了让别人看。LV过去这些年为什么卖得好?因为全国人民都知道它是大品牌。反观爱马仕,虽然品牌推广做得也不差,可是到了三线城市,知道的人就少了一些。”

除了消费心理之外,吕随启认为,中国本土无法形成自己的奢侈品牌的很大原因还在于中国商品长期处在全球价值链低端。的确,世界奢侈品协会数据显示,中国目前奢侈品销售价格构成中,原材料和加工成本只占11%,而品牌附加值(一般是保留利润值)达到55%。“相对于国外奢侈品的高附加值而言,我们的品牌附加值却很低。”吕随启告诉记者。

茶叶跻身奢侈品行列成为可能

“尽管中国没有自己的奢侈品牌,但随着中国古老文化的传播以及经济的发展,中国也是有部分商品能够跻身奢侈品行列的。”世界奢侈品协会中国首席执行官欧阳坤表示,“目前,国内最有希望诞生奢侈品牌的产业是茶叶。”

欧阳坤认为,消费习惯也关系到民族

奢侈品牌的培养。“茶叶在中国有独特性,又有现成的、博大精深的文化内涵,而且可以被全世界的消费者接受。”他说。

其实,无论是消费习惯的培养还是品牌自身的实力,从近年来中国茶叶的行情可以看出,茶叶完全能够借助奢侈品消费增大的“东风”,跻身奢侈品的行列。

品牌规划是奢侈品牌树立的标准

奢侈品之所以能够以远高于同类产品的价格销售,主要是因为其品牌历史、血统、工艺等。而这一点,或许正是中国企业所忽视的。

2007年,云南的普洱茶经过概念炒作之后虽然出现了“天价”,但是缺乏构成奢侈品的其他因素“填充”。所以,在“硝烟”散尽之后,普洱茶也就重新回归了沉寂。

“外国人一般推崇本国产品,大家都买,都喜欢,慢慢形成文化内涵,建立起一个品牌。但中国人多少有些崇洋,所以国内奢侈品牌最基本的文化氛围就培养不起来。”吕随启对记者表示,“因此,对于一个品牌的规划是树立这个品牌一个非常重要的标准,而不是仅仅靠炒作。”

特别报道

俄罗斯冶金企业看好中国和印度市场

据俄罗斯媒体日前报道,俄罗斯诺里尔斯克镍公司总经理斯特尔热科夫斯基表示,目前,中国和印度等东南亚国家的国内生产总值增速快,对冶金产品需求大,将是俄冶金企业的主要发展方向,俄冶金业应提高在这一地区的产品销售量。

埃及政府多举措促进新能源产业发展

埃及能源最高委员会发布多个决议,促进新能源产业发展。主要包括:一是免除新能源产品组装零件和配件的关税及销售税。二是同意成立由电力、石油、财政、环境等部门共同参与的理事会,研究成立新能源基金,推动新能源产业发展。三是实施“土地换能源”计划,向新能源产业投资者无偿提供项目用地(项目实施期限可达25年至40年,项目结束时归还土地),以换取每年定额供电。

文莱将人民币列为投资目标

文莱首相署副部长阿里近日在第七届亚洲资产管理圆桌会议上提出,文莱将把投资人民币列入计划,以减少今后文莱资产受美元汇率波动的影响。阿里表示,在中国与世界尤其是东南亚国家之间的贸易量不断增长的情况下,人民币已逐渐用于贸易结算,加上目前中国在香港地区成立人民币结算中心,大大提高了文莱投资人民币的可能性。此外,文莱作为伊斯兰国家,将有可能推出以人民币为计价单位的伊斯兰债券,并推出反映中国经济情况的伊斯兰指数,从而为国内投资者提供人民币投资环境。

豪华游艇制造商瞄上巴西富豪

据英国《金融时报》近日报道,由于地中海地区客户购买游艇的数量锐减,意大利豪华游艇制造商法拉帝(Ferretti)正将目光转向巴西新兴的超富人群。由于巴西人的薪资急速上涨,而该国又拥有长达7400公里的海岸线和全年温暖的气候,因此,巴西正迅速成为游艇业名列前茅的新投资目的地之一。但分析师警告称,随着国际游艇制造商纷纷把目光从欧美停滞的市场转开,巴西可能很快就被过度的供给压得喘不过气来。

泰国木薯淀粉出口收入增长 国际市场价格逐步攀升

泰国《民族报》报道,泰国商业部预计,尽管产量与去年基本持平,今年泰国木薯淀粉出口额仍将增长15%。数据显示,去年,泰国共出口木薯淀粉及制品727万吨,出口额为21.5亿美元,是世界最大的木薯淀粉出口国。目前,泰国共有50万农户从事与木薯相关的行业,维持价格的稳定或增长将有利于保护这些农户的切身利益。据介绍,受工业领域尤其是生物能源方面的需求拉动,以及部分出口国供应量减少,今年,国际市场木薯淀粉价格逐步攀升。

(本报综合报道)

出口警示

内蒙古满洲里口岸对俄罗斯家具出口额激增74%

本报讯 据内蒙古自治区满洲里海关最新统计数据显示,1月至4月,满洲里口岸出口家具及其零件96.1万美元,比去年同期增长74%。

据分析,近期,满洲里口岸家具出口大幅增长的原因是,近年来,随着中俄两国间的贸易不断升级,俄罗斯远东地区家具市场的巨大需求,吸引了越来越多国内客商的目光,中国一些家具企业已经形成对俄市场研发产品的专业队伍,这为扩大家具产品对俄罗斯出口创造了稳固的基础。

业内人士指出,随着俄罗斯人民生活水平的改善和购买能力的提高,近年内,俄罗斯国内市场对家具的需求将增加5倍至7倍。金融危机爆发之前,俄罗斯家具市场出现了明显的进口替代趋势,特别是中低价位的家具。目前,在俄罗斯家具市场上,进口比重占据优势,并从45%扩大到52%。据俄罗斯家具商场和家具零售连锁店调查数据显示,在俄罗斯家具零售市场上,来自中国的家具产品供应已超过危机前的水平,增长了30%。

此外,俄罗斯本国家具企业面临两方面的困难。一方面,家具生产设备和国内紧缺配件的进口关税偏高,妨碍企业进行技术改造以提高产品质量;另一方面,一些国产和进口家具原材料以及国内能源价格上涨,国产家具价格接近进口产品,在一定程度上失去了市场竞争力,使得家具业在俄罗斯依赖进口程度越来越大。

(尚 武)

越南乳制品市场需求较大



本报讯 据越南《经济时报》近日报道,越南是世界上乳制品进口量较大的20个国家之一,每年进口约120万吨乳制品。目前,越南乳制品产量仅能满足其国内需求的20%。

2011年,越南全国奶牛存栏量约15.5万头,牛奶产量约33万吨。到2015年,奶牛存栏量将达到26.3万头,牛奶产量将达65.3万吨。尽管如此,越南乳制品生产仍不能满足其国内日益增长的需要,进口乳制品将占较大的市场份额。

(王 洛)

风向标

美媒：关于中国商业的5个误解

中欧国际工商学院教授约翰·奎尔齐对东西方事务见解独到。以下是他眼中关于中国商业的5个误解:

第一,中国消费者不消费。对于任何逛过上海南京路的人而言,这个观点都十分荒谬。不久以后,中国将成为世界奢侈品的最大市场。尽管中国人口是美国的4倍多,但国内消费占GDP比重仅是美国一半。这是因为中国90%的人口年收入不足5000美元,他们的生活充满风险。最大的风险莫过于生病。中国没有完善的社会保障体系,医院通常要求病人缴纳现金。现在,中国政府正投入大量资金完善医保体系,这将使中国消费者敢花钱。

第二,中国消费者不善社交。虽然脸谱网站不在中国运营,但这里并不缺乏中文社交网站。一项调查显示,目前共有2.65亿中国人参与社交网络,平均每周在线5.6小时,好友数量平均为67个。如果商品的评价通过这个媒介传播,速度可以想象。此外,中国人还走在团购的前沿。

第三,中国会仿造但不会创造。确实有部分中国企业没能达到质量管理标准,也有一些企业偷造假货。但整

体上看,中国向世界市场输送的几乎每种商品都是高质量的。最近,由于工资和生活水平提高,低技术工种正向越南和印尼转移。中国经济能适应这些更讲究知识创造、更强调服务的行业吗? 3个原因让人们乐观其成。首先,不少中国企业已成为加工制造业的行家里手和创新典范。其次,很多中国企业通过打造自己的品牌和投资研发,已获取不小利润。最后,中国大学前所未有地培养出大量工科博士。

第四,中国经理人不会走向世界。中国国内市场广大,就像100年前的美国。然而,我们今天生活在一个全球一体的经济环境中。为了成功,绝大多数中国经理人都知道,他们必须培养全球视野。因此,中国经理人将不会局限于中国企业,他们也将瞄准跨国公司。

第五,中国学生很被动。近期,上海学生在一次全球调查中问鼎,他们的数学等科目的成绩位列世界第一,这迅速招来西方的批评。西方认为,这反映了中国学校死记硬背的教学方法和过度竞争造成的压力。

(丁襄编译自美国《华尔街日报》网站文章)



海外传真

供求信息

白俄罗斯公司求购小商品

公司名称: Бик-Альянс
求购物品: 手套、皮带、包等
电话: 00375-17-2021519
00375-29-7790122
00375-29-6543026 (可传真)
电子邮箱: syagaev@mail.ru
(信息来源: 中国驻白俄罗斯使馆经商参处)

波兰公司求购中国产汽车空气清新剂

公司名称: AUTOLAND
联系人: Andrew Halasa
电子邮箱: zaopatrzanie@autoland.pl
(信息来源: 中国驻波兰使馆经商参处)

(以上信息仅供参考)