



印度家庭钟情名牌厨具

■ 本报记者 静安

居住条件的改善和水、电、气等配套设施进入厨房,为种类繁多的高档厨具产品进入千家万户创造了条件,同时也给厨具产品生产企业提供了广阔的生存空间和难得的发展机遇。

目前,在印度,富裕家庭日益重视厨房装修。最近,印度政府决定筹资10亿卢比(约为2212万美元)建造大众化国民住宅。随着各种住宅建筑大量增加,装饰装修必不可少,更给厨具行业带来了商机。

年轻一代是消费主力

据介绍,印度消费者如果购入价值33.7万美元及以上的房子,一般都愿意把全屋布置开支的20%拨给厨房。令人意外的是,这些乐于对厨房进行投资的当地消费者并不仅存于大城市,而是遍布印度各地。

以往,印度人对厨房只讲求实用,现在却更加偏爱高档电器和橱柜组合,甚至向专营店订制产品,力求打造星级厨房。

值得注意的是,印度家庭的厨房多属

传统设计,只有电器随着性能的不断提高经常被更换,而印度家庭的开支则主要用于电器和基本的厨房家具。

业内人士指出,印度厨具市场的兴旺发展受益于印度中产阶层的迅速扩大,而印度年轻一代对于国际厨具品牌产品情有独钟,更令厨房成为家居装修中的焦点。

据分析,主流消费者多是28岁至40岁的人士。他们经常游历世界各地,品尝国际美食,很乐意把厨房布置得时尚光洁,使其成为社交空间的一部分。这类消费者相信,经过升级改造的厨房意味其事业有成,收入丰厚。为此,他们不惜花钱购置高级厨具,例如红酒柜、烧烤炉、订制电冰箱、电炉,以及其他在印度前所未见的现代化生活设备。

国际知名企业争相前往

统计显示,在一些商务平台上,印度买家咨询量最多的产品就包括厨具。由于潜力无限,印度成为国际厨房家具和电器生产商的重要市场。目前,包括美诺(Miele)、博德宝(Poggenpohl)、西门子家电

(Siemens Home Appliances)等在内的多家国际高档厨具企业均已在印度开设店铺,且生意红火。

业内人士指出,亚洲厨具市场中,日本市场发育已非常成熟,但劳动力成本较高,日本大多数企业已开始转向海外定牌;新加坡、马来西亚市场,以进口为主;柬埔寨、老挝等国生活条件较差,购买力低;相比而言,印度、越南经济增长较快,但品牌优势尚未形成,其市场有一定的发展潜力。

据悉,高档烧烤炉生产商韦伯(Weber)进军印度3年后,营业额就达到了67.4万美元。而美诺印度预计,在2014财政年度,该公司营业额可达到2200万美元。

鉴于印度市场需求旺盛,很多国际知名的厨具公司甚至考虑在当地设厂生产,以满足需求。同时,已在印度稳占一席的品牌,例如惠而浦(Whirlpool)、三星(Samsung)和乐喜金星(LG)等,都在研究能否借助本身的知名度进一步拓展市场,例如与室内设计师及橱柜组合厂商合作,为顾客提供专门服务。这些著名电器和厨

具品牌对市场前景很有信心,他们的策略能造成连带效应,使抽油烟机、洗碗机有机会陆续进驻印度家庭的厨房。

业内人士预计,印度新兴高级厨具市场总值达3.37亿美元,并以每年40%至50%的速度增长,单是嵌入式厨房电器市场,估计市场总值已达到1.12亿美元。



出口警示

巴基斯坦进口发电设备 年均花费近10亿美元

本报讯 据巴基斯坦《新闻报》日前报道,受目前巴全国范围内能源危机影响,巴基斯坦私人用户和商业用户纷纷自行购买发电机进行发电,导致该国每年发电设备进口金额近10亿美元,新增设备所需燃料进口费用5亿美元。其中,2010年7月至2011年6月,巴基斯坦共进口各类发电设备总金额达10.35亿美元,主要进口来源地为中国和欧洲。

业内人士分析称,目前,巴基斯坦全国近6%的居民和商业用户依靠自有发电机燃烧汽油等高价燃料供电。据估计,目前,巴基斯坦全国私人自有发电机的数量超过百万台,但是这些发电机大都效率较低,发1兆瓦电的费用接近1000万美元,远超过国际标准的120万美元。

有分析认为,随着政府对进口发电设备开始广泛征收关税和消费税等,巴基斯坦发电设备进口或面临下降趋势。目前,巴基斯坦市场上大部分的小型发电机来自中国,功率从500瓦到6000瓦不等,价格区间从7000卢比至5万卢比,这一现象值得中国发电机出口商关注。 (尚武)

进口提醒

越南咖啡出口企业 陷入原料缺乏困境

本报讯 据越南《工商报》日前报道,越南咖啡协会(VICOFA)预计,因占种植面积25%的咖啡树老化需重新种植,2011至2012年度,越南咖啡产量将只比本季增长约2.9%。

该协会认为,目前,农民手中的咖啡仅存10万吨,仅占总产量的7%至10%左右,而外国经营公司在免税仓库和私人仓库的库存量约为20万吨。咖啡产量下降导致许多国内企业为完成已签的出口合同不得不从外国经营公司手中高价回购咖啡。

据了解,咖啡是越南种植面积最大的经济作物。2010年,越南咖啡的出口金额和价格均创历史纪录,成为越南仅次于大米的第二大农产品出口商品。早在上个世纪90年代,越南咖啡就以边境贸易的形式进入中国市场。但因为缺少宣传和包装,10多年来,越南咖啡在边贸市场的销售总是平平。近年,越来越多的越南咖啡进军中国市场,并以香浓纯正、质优价廉赢得中国消费者的喜爱。 (静安)

供求信息

乌克兰国家项目招标信息

项目名称:港口液化天然气接收站

项目可行性研究招标

(LNG-terminal)

联系人:Denis Kochurin

电子邮箱:info@ukrproject.gov.ua
d.kochurin@ukrproject.gov.ua

通信地址:乌克兰基辅市7-a
Tsitadelna街108室

(邮编:01015)

官方网站:www.tender.me.gov.ua

(乌克兰政府采购网)

www.ukrproject.gov.ua

(乌克兰国家项目网)

(信息来源:商务部欧洲司)

博茨瓦纳公司出售湿牛皮

公司名称:Platinum Properties (Pty)

出售物品:盐浸湿牛皮

月供应量:3万多张

联系人:Michael Matenge

电话:00267-3170263

传真:00267-3170257

手机:00267-71302797

电子邮箱:boiteko@info.bw

(信息来源:中国驻博茨瓦纳使馆经商参处)

(以上信息仅供参考)

莫让“碳税”惩罚海外投资者

根据澳大利亚政府近期公布的“碳税”计划细节,碳排放价格确定为每吨23澳元(约合25.07美元),定于2012年7月1日正式实施,其征收范围涉及约500家企业。这其中不乏在澳投资和经营的中资企业。

至此,饱受争议的“碳税”计划似乎到了“箭在弦上,不得不发”的地步。一些分析人士指出,如果澳大利亚相关部门不考虑相关中资企业的特殊情况和合理诉求,采取“一刀切”的方式推行“碳税”,可能给相关项目,尤其是磁铁矿项目带来严重影响,并对当地投资、贸易和就业等诸多领域造成冲击。

据了解,目前,不少中国钢厂已在澳投资或兴建磁铁矿项目。较之赤铁矿,磁铁矿的原矿品位较低,须在澳本土经加工提高品位后方能出口,而这一过程能耗较高,碳排放量较大。不过,在炼钢过程中,使用磁铁矿的能耗低于赤铁矿,从而减少了钢铁生产价值链的总体碳排放量。

遗憾的是,澳大利亚相关部门迄今尚未承认磁铁矿的上述“跨境”减排效果。对此,一位不愿具名的驻澳中资企业负责人表示,如果决策者不考虑磁铁矿在产业下游的节能特性以及全球减排效应,予以免税或给予补贴,相关项目势必面临更大“碳税”义务,从而处于竞争劣势,这对相关企业无疑有失公允。他告诉记者,“较之可直接开采出口的赤铁矿,磁铁矿投入高、利润空间小,如果再加上‘碳税’负担,无疑会进一步加大投资风险,拉长投资回报周期,严重损害竞争力。”

另外,着眼减排之际,“碳税”决策者理应看到,磁铁矿本身的建设和运营将给澳大利亚带来大量就业机会和社会财富。磁铁矿的开发将使目前澳铁矿储量提升34%,这将帮助扩大澳出口铁矿产品的种类,进而增加其国际市场份额,同时为政府带来大量税收。

(傅云威)

商情聚焦

风向标

外商对菲律宾投资热情不高

据菲律宾《商报》日前报道,菲律宾央行数据显示,今年前4个月,菲律宾外国直接投资净流入同比下降了15%,至5.52亿美元。外商称,由于道路、桥梁、机场和采矿业等需要多年才能回收成本,所以希望菲律宾政府加强保证其法律和政策的稳定。亚洲开发银行称,菲律宾吸引外资仍然受到繁文缛节、法治疲弱和不可预测的政策改变等因素的阻碍。

到2015年中东地区香水市场规模将达100亿美元

据沙特《利雅得报》报道,阿拉伯香水协会董事长沙哈扎德称,当前,中东地区出现的经济衰退并未给该地区香水产业的发展带来负面影响,该地区对香水的消费在全球位居前列。据统计,目前,中东地区人均年消费香水价值约为380美元。而随着中东地区年轻一代对潮流和时髦的追求,该地区香水市场发展前景广阔,预计到2015年,中东地区香水市场总规模将达100亿美元。

跨国制药公司抢占东非市场

随着东非共同体一体化进程的推进和贸易壁垒的逐步取消,跨国制药公司开始了新一轮抢占东非市场的浪潮。国际制药巨头纷纷花巨资改造和扩建位于东非地区的工厂和销售网络,削减经营成本,并将肯尼亚首都内罗毕作为跨境交易中心。据悉,在跨国制药公司主要研制和销售抗疟药、抗生素、糖尿病用药、高血压用药等,其抢占市场份额的举动有望使东非地区高涨的药品价格回落。

韩国建材企业盯紧新兴国家

据韩国《亚洲经济》日前报道,由于待售房产增加、建筑市场不景气 and 原材料价格上涨,越来越多的韩国建筑装饰材料企业意识到韩国市场的局限性,加入到开拓新兴国家市场的行列中。目前,多家韩国建筑材料公司纷纷在中国、巴西、印度等新兴国家设立工厂。

日本持续高温导致饮料等食品销售额增加

据《日本经济新闻》报道,日本大公司联营店协会日前发布了6月份全国便利店销售额。数据显示,今年6月,日本全国便利店销售额同比增长了9%,达到6755亿日元。日本全国气温偏高,瓶装饮料及冰淇淋销售额上升是造成这一现象的主要原因。

越南部分木制品企业濒临破产

据越南《工商报》日前报道,自年初至今,越南木制品和手工艺品出口额约为17.6亿美元,同比增长18%,但由于原料价格普遍比上年上涨10%至15%,因此,企业被迫将出口价格上调了3%,而出口价格上涨又导致订单流向印度尼西亚和马来西亚。目前,胡志明市已有4家木制品企业因缺乏资金和原料停产,许多企业因投入成本大幅增加和高利率而面临破产境地。

津巴布韦保险市场呈现过热现象

据国外媒体报道,津巴布韦的保险和再保险市场呈现过热现象,超过30家有资格的短期保险公司正在角逐每年不到1.5亿美元的市场份额。这意味着,每家保险公司每年只有平均500万美元的收入,扣除再保险费用,该收入水平已不足以支付保险公司运营、分红等成本支出。

(本报综合报道)